



**FACTIBILIDAD DE CREACION DE UNA EMPRESA DE COMERCIALIZACION DE
CALZADO ESPECIALIZADO PARA EL DEPORTE DE LA HALTEROFILIA EN EL
MUNICIPIO DE MEDELLIN**

**Facultad de administración de empresas y ciencias económicas
Centro regional Aburrá Sur**

Especialización en gerencia de proyectos

FRANCISCO HERNANDO ALVAREZ LONDOÑO

ID: 738748

Trabajo de grado

**Profesor asesor
MILTON ESTEBAN SIERRA CADAVID**

Dedicatoria

A mi madre por su incansable apoyo, por sus múltiples enseñanzas, por ser la luz en mi camino y la compañía incansable de mis batallas y logros, gracias por compartir otro logro más lleno de vida mi querida madre.

Agradecimientos

En la realización de este trabajo de grado para optar al título de “Especialista en gerencia de proyectos” de la corporación universitaria Minuto de Dios quiero agradecer de manera muy especial a:

MILTON ESTEBAN SIERRA CADAVID por su apoyo en el acompañamiento y desarrollo del presente trabajo.

Corporación Universitaria Minuto de Dios por ser el centro de aprendizaje en el que se desarrolló este proyecto.

FACTIBILIDAD DE CREACION DE UNA EMPRESA DE COMERCIALIZACION DE CALZADO ESPECIALIZADO PARA EL DEPORTE DE LA HALTEROFILIA EN EL MUNICIPIO DE MEDELLIN

Resumen

Teniendo en cuenta el comportamiento del mercado de calzado especializado para el deporte de la halterofilia en Colombia donde pocas marcas tienen una posición relevante del mercado, se evidencia una oportunidad de crear una empresa dedicada al diseño y comercialización del mismo para levantadores de pesas, ubicada en la ciudad de Medellín con el nombre P.W (PachoWeightlifting). Para evaluar dicha oportunidad se realizó un análisis de factibilidad orientada desde la parte institucional y de investigación para determinar su viabilidad comercial, apuntando a lo propuesto en las políticas establecidas en la economía naranja (Buitrago & Duque, 2013) “El conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual”. En el estudio de mercado, se identificó que más de la mitad de la demanda es cubierta con importaciones y que los principales comercializadores son empresas multinacionales muy reconocidas, en dicho estudio se realizó una encuesta con la cual se caracterizó la población objetivo, los rangos de precios del calzado, las características del producto, fortalezas y debilidades, adicionalmente se identifica el público objetivo siendo este los deportistas entre los 11 y 15 años de los estratos bajos de Medellín los cuales en su gran mayoría son estudiantes - deportistas. En el estudio financiero se identificaron los criterios de evaluación en los cuales el proyecto es rentable y por lo tanto viable para realizar.

PALABRAS CLAVES

Calzado especializado; factibilidad; halterofilia; innovación; Proyecto.

ABSTRACT

Keeping account of the market in weightlifting shoe ware in Colombia, and the fact that not many brands of shoe have a relevant position in the market, it is evident that there is an opportunity to create a company dedicated to the design and advertisement of shoe ware for weightlifters located in the city of Medellin with the name "P.W" which stands for "PACHO WEIGHTLIFTING". To evaluate such an opportunity, an analysis on feasibility was held originated from a standpoint of investigation its commercial viability, and as stated in established politics in the orange economy (Buitrago & Duque, 2013) "The conjunction of activities that in a linking way allows ideas to transform in goods and cultural services, whose worth is determined by it's content of intellectual property". In the market's study it has been identified that more than half of the demand is covered by importation and that the key marketers are multinational businesses very well known. In the study mentioned, a poll was held where the objected population was characterized, price ranges of the shoe ware, the characteristics of the product, and the pros and cons; additionally the targeted population has been identified as sportsman between the ages of eleven and fifteen, residing in lower parts of Medellin, in which the majority are student-athletes. In the financial study the criteria of evaluation was identified in which the project is deemed profitable, and in return viable to realice.

KEYWORDS

Feasibility; Innovation; Project; Specialised footwear; weightlifting.

Índice

Resumen	
Introducción	
Capítulo 1. Planteamiento del problema	3
1.1 Descripción del problema	<u>3</u>
1.2 Formulación	<u>5</u>
1.3 Justificación	<u>5</u>
1.4 Objetivos	<u>15</u>
1.4.1 Objetivo general	<u>15</u>
1.4.2 Objetivos específicos	<u>15</u>
Capítulo 2. Marco referencial	17
2.1. Marco conceptual	<u>17</u>
2.2 Marco contextual	<u>20</u>
2.3 Marco legal	<u>27</u>
2.4 Marco teórico	<u>30</u>
Capítulo 3. Diseño Metodológico	34
3.1 Lnea de investigación institucional	<u>34</u>
3.1 Eje temático	<u>34</u>
3.3 Enfoque de investigación y paradigma investigativo	<u>35</u>
3.4 Diseño	<u>36</u>
3.5 Alcance	<u>36</u>
3.6 Población	<u>37</u>
3.7 Tamaño de la muestra	<u>37</u>
3.8 Fuentes, técnicas e instrumentos de recolección de información y datos	<u>38</u>
3.9 Analisis y tratamiento de datos	<u>38</u>
Capítulo 4. Resultados y discusiones	39
Capítulo 5. Conclusiones	63
5.1 Conclusiones	<u>63</u>
5.2 Recomendaciones	<u>70</u>
Referencias	66
Apéndices	70
Anexos	70

Índice de tablas

(Tabla 1). Diferencias de las alturas y desplazamientos horizontales de la trayectoria del arranque en levantadores de pesas con diferente nivel competitivo.....	10
(Tabla 2). Normas técnicas ICONTEC.....	28
(Tabla 3). Muestra de la poblacion encuestada.....	38
(Tabla 4). Comercializadores y precios.....	47
(Tabla 5), Características del calzado PW.....	50
(Tabla 6), Características del calzado ADIDAS.....	52
(Tabla 7), Características del calzado NIKE.....	53
(Tabla 8), Características del calzado REEBOK.....	54
(Tabla 9), Características del calzado JEYTA.....	55
(Tabla 10) Matriz DOFA.....	56
(Tabla 11) Comparacion de servicios competencia internacional.....	57
(Tabla 12) Comparacion de servicios competencia local.....	57
(Tabla 13) Costo de componentes.....	60
(Tabla 14) Gastos de inversion inicial.....	60
(Tabla 15) Indicadores de evaluación financier.....	61
(Tabla 16) Ganancia – utilidad de product.....	61
(Tabla 17) Analicis TIR.....	61
(Tabla 18) El rendimiento de la inversión es de 6,05% ROI.....	62
(Tabla 19) Comparativo competencia.....	70

Índice de figuras

(Figura 1). Trayectorias arranque con diferentes desplazamientos.....	11
(Figura 2). Variaciones en la trayectoria del arranque.....	13
(Grafico 1). Promedios de edades de los deportistas encuestados.....	39
(Grafico 2). Porcentaje de población por estrato social.....	39
(Grafico 3). Promedio de deportistas que reciben auxilio económico.....	40
(Grafico 4). Promedio de rangos de salarios que reciben los deportistas.....	41
(Grafico 5). Caracterización de ocupaciones.....	41
(Grafico 6). Clasificación de nivel deportivo.....	42
(Grafico 7). Porcentaje de aceptación del calzado.....	43
(Grafico 8). Porcentaje de acceso al calzado.....	43
(Grafico 9). Medio de obtención del calzado.....	44
(Grafico 10). Estado de obtención del calzado.....	45
(Grafico 11). Porcentajes de valor del calzado.....	45
(Grafico 12). Clasificación de marcas.....	47
(Grafico 13). Origen del calzado.....	48
(Imagen 1) zapatillas JEYTA.....	48
(Imagen 2), Zapatillas PW, Medellin.....	50
(Imagen 3) Zapatillas ADIDAS ADIPOWER, GERMANY.....	52
(Imagen 4) Zapatillas NIKE ROMALEO, USA.....	53
(Imagen 5) Zapatillas REEBOK, USA.....	54
(Imagen 6), zapatillas JEYTA, COLOMBIA.....	55

Introducción

En la actualidad el emprendimiento y la innovación brindan alternativas de crear soluciones a grandes o pequeñas demandas que se presentan, ya que son tiempos de consumo y de necesidades subjetivas que el público busca satisfacer, en algunas ocasiones por necesidad y en otras por placer. Con un mercado cada vez más grande para las oportunidades desde la fabricación y comercialización de artículos y servicios que puedan llegar a la satisfacción de todas las poblaciones, es por esto que el presente estudio de viabilidad pretende determinar la posibilidad de fabricación y comercialización de calzado especializado en el deporte de la halterofilia y poder subsanar las necesidades de un público con exigencias específicas pero con una gran dificultad para acceder al producto.

Los deportistas antioqueños de la halterofilia la dificultad en la adquisición del calzado especializado para la adecuada práctica de esta disciplina, debido a los altos costos de esta prenda que llegan a superar hasta más de un salario mínimo por su importación y normas técnicas que deben cumplir para este deporte, lo que dificulta su proceso de comercialización local debido a múltiples factores como la falta de conocimiento del mercado por parte de los fabricantes de calzado deportivo en el departamento.

A partir de los elementos anteriores se comienza con la investigación y caracterización de factores de mercado por medio de la caracterización de los deportistas antioqueños que se encuentran practicando el deporte de la halterofilia, con la intención de identificar las formas en que adquieren el calzado que hace parte de dicha práctica. Después se pretende realizar un rastreo de los principales distribuidores de calzado especializado para dicha práctica deportiva y conocer así los posibles competidores del mercado. Finalmente, se desarrollará un estudio de mercado, contemplando los

principales factores para la producción y comercialización del calzado especializado en la halterofilia.

Mediante una metodología de enfoque investigativo y sus paradigmas de tipo mixto permitirán recolectar información partiendo de las experiencias de fuentes primarias e identificar las necesidades a la hora de conseguir el calzado. Esta investigación posee un diseño en el contexto de tipo no experimental ya que se realizará sin manipular las variables de las necesidades de este público, basándose en conceptos que se dan sin intervención directa de los ejecutores de la investigación y sin alterar el objeto de la misma, observando los aportes en un contexto natural para después analizar los resultados obtenidos y poder determinar la factibilidad de creación de una empresa que produzca y comercialice el calzado para la práctica de la halterofilia en el municipio de Medellín.

Capítulo 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

Entre los deportistas antioqueños de la halterofilia¹ se identifica la dificultad en la adquisición del calzado especializado para la adecuada practica de esta disciplina, debido a los costos que llegan a los \$ 700.000 M/C por su importación y exclusividad para este deporte, evidenciando la falta de interés y el conocimiento del mercado por parte de los fabricantes de calzado deportivo en el departamento para la manufactura y comercialización del mismo, destacando que la gran mayoría de los deportistas antioqueños no cuentan con los recursos económicos para el acceso a la prenda de vital importancia en la práctica deportiva de la disciplina. Solo en casos muy particulares pocos deportistas de la halterofilia cuentan con recursos propios o familiares debido a su estrato socio económico que oscila entre 2 y 3, incluso hasta el estrato 1, sin tener la posibilidad de realizar la compra en el exterior por medio de las páginas web que comercializan este producto y pagar su importación al departamento de Antioquia, debido a que solo algunos pocos son deportistas elite que devengan bonificaciones por parte de Coldeportes Nacional o la Gobernación de Antioquia, las cuales oscilan entre (\$ 877.803 M/C) y (\$ 1.755.606 M/C) salarios; dicho dinero lo utilizan para el mantenimiento personal y las obligaciones familiares que tienen los deportistas, pues en su gran mayoría son menores de edad, estudiantes provenientes de familias de escasos recursos los cuales con todos sus esfuerzos asisten a las prácticas de este deporte de carácter olímpico el cual tiene sus orígenes en países de Europa y Asia donde su desarrollo es más avanzado y se cuenta con mayor acceso a este tipo de implementación técnica, debido a la cultura de atletas que por tradición lo practican. (Velasquez Sepulveda Elkin, 1998) relata... “El inicio del deporte de la

¹ *Halterofilia: Arte o afición por levantar las halteras (nombre científico del levantamiento de pesas)*

halterofilia o levantamiento de pesas olímpicas en Antioquia se remonta hasta los años 1955, época en la cual se dieron los primeros pasos para el desarrollo de este deporte en Medellín propiamente y por intermedio del señor JOSE NEY LOPEZ, quien es considerado junto con CARLOS CABALLERO del atlántico los padres de las pesas en Colombia”. En esta época la implementación y equipamiento para la práctica de esta disciplina deportiva era de difícil consecución debido a que esta disciplina deportiva, solo se practicaba en mayor auge en los países extranjeros anteriormente mencionados donde tenía sus inicios, por lo tanto los atletas de dichos países se mantenían a la vanguardia en la adquisición y creación de nuevos y mejores equipos para la práctica apropiada y eficiente de este deporte, mientras que en América Latina y en especial en Antioquia los recursos y materiales para la práctica de este deporte eran muy escasos y desconocidos, como el caso de las zapatillas de levantamiento las cuales le brindan a los deportistas una mejor estabilidad y comodidad a la hora de ejecutar sus levantamientos, trayendo como consecuencia la mejora constante de su rendimiento deportivo; lo anterior deja a los deportistas antioqueños y colombianos en los lugares menos meritorios en los campeonatos internacionales a los cuales se asistía.

Con el tiempo los deportistas y entrenadores que comienzan a viajar a diferentes campeonatos internacionales, conocen las botas de levantamiento de pesas las cuales por medio del canje o de la compra como material de segunda mano a otros deportistas de los países más desarrollados, logran ingresar al país y departamento después de las asistencias a tales eventos, donde se efectúa su consecución para luego otorgarse a los deportistas más sobresalientes del departamento, desarrollando de manera cómoda y eficiente sus entrenamientos y competencias, sobresaliendo con el tiempo en el ámbito internacional de este deporte.

1.2 Formulación del problema

Teniendo en cuenta los eventos anteriormente expuestos se puede identificar que una población mínima de los deportistas de elite antioqueños tienen acceso a este tipo de calzado especializado, lo que hace necesario un medio por el cual sea más factible la consecución del calzado para el levantamiento de pesas, debido a su difícil acceso ya que no existen fabricantes ni comerciantes locales que puedan brindar una amplia gama de este producto a la comunidad lo que dificulta la consecución de la misma obligando a los deportistas y patrocinadores a pagar altos precios por la importación de dicho artículo al departamento, llegando a valores que oscilan entre los \$ 700.000 y 800.000 M/C. lo que nos lleva a plantear la pregunta ¿Cuál es la factibilidad de crear una empresa de comercialización de calzado especializado para el deporte de la halterofilia en el municipio de medellin?

1.3 Justificación

Siempre que el ser humano realiza un tipo de actividad o trabajo debe contar con las herramientas o elementos necesarios para su buen desempeño en el desarrollo y culminación de determinada tarea para el alcance de un objetivo, velando por la prioridad de mantener su integridad en buen estado. En el caso del deporte sea cual sea la modalidad o nivel siempre se debe contar con todos los aditamentos que permitan al deportista lograr sus objetivos a la hora de realizar sus máximos esfuerzos físicos. Tal como lo afirma (Sarmiento, 2017) en su artículo “Livianos y flexibles, lo nuevo en calzado deportivo”, los deportistas como los entrenadores están en la persistente búsqueda de indumentaria adecuada para incrementar sus capacidades y por eso la implementación de tecnología en sus diseños es una constante. “Entre mejor sea el calzado deportivo menor va a ser el riesgo de posibles lesiones inmediatas y a largo plazo; pues las diferentes marcas estudian la biomecánica del deporte y desarrollan tecnología para cuidar los pies de los deportistas”, afirmó

(Puerto, LaRepublica, 2017), profesional en cultura física y deporte, lo que descubre una mirada sobre el afán de las empresas fabricantes de calzado especializado en la creación de nuevas tecnologías como la compañía fabricante de calzado deportivo a nivel mundial Reebok quien fue una de las más recientes en presentar una novedad en la tecnología de su calzado el cual se compone de una Capellada² sin costuras y Espuma Floatride³, que reduce la fricción dentro del zapato, minimizando peso y ampollas; y además, garantiza ajuste eficiente para mayor confort de los deportistas lo que logra el objetivo número uno de los mismos (Puerto, LaRepublica.co, 2017) afirma que “Una de las características que más valora un deportista es la reducción de posibles lesiones, y en eso se enfocan las marcas más reconocidas” lo que refuerza la afirmación de (Diaz, 2017), Especialista de tecnología de Nike Colombia quien comparte... “Mejorar el rendimiento del atleta en su respectivo deporte, por ejemplo, bajando el peso del calzado, es el propósito de las marcas”, por esta razón es muy importante saber que aunque no todo el mundo lo sepa, las zapatillas que utilizas para hacer deporte sí tienen importancia y marcan la diferencia. De hecho, son tan importantes, que solo usando las adecuadas podrías prevenir una lesión y mejorar notablemente tu rendimiento deportivo, de ahí la importancia de conocer o asesorarte bien a la hora de usar el calzado adecuado pues hay quienes creen que unas buenas zapatillas de running cumplen la misma función en deportes como halterofilia, crossfit⁴ u otras rutinas de levantamiento de peso, pero no pueden estar más equivocados. Estas zapatillas no aportan la estabilidad adecuada y no es recomendable utilizarlas. Es aquí donde después de mirar y analizar todos estos aportes de los expertos, el proyecto “Estudio de viabilidad para la empresa dedicada a la comercialización de

² Capellada: Es la parte que cubre al pie. Influye en la comodidad del calzado, el soporte y la protección del pie y por último, define el estilo estético.

³ Floatride: Es una espuma EVA ultraligera, con una estructura muy consistente y reactiva, que tiene como objetivo aportar una amortiguación eficaz y duradera.

⁴ Crossfit: Método de entrenamiento basado en ejercicios constantemente variados, con movimientos funcionales ejecutados a alta intensidad.

zapatillas especializadas para el deporte de la halterofilia en medellin”, surge como necesidad para crear un calzado de óptima calidad que permita a los deportistas de la disciplina de la halterofilia desarrollar sus entrenamientos y competencias de una manera más confortable, con un calzado de buena calidad y a un precio asequible a la comunidad deportiva.

Por tal motivo se busca realizar un estudio mediante la investigación de diferentes fabricantes, Comercializadores de calzado deportivo, encontrando otras alternativas que permitan diseñar Y fabricar un calzado que cumpla con las especificaciones técnicas requeridas para este calzado Deportivo, manufacturado con materia prima y mano de obra nacional, con el objetivo de Minimizar costos de producción que brinden un mayor acceso a la comunidad deportiva Antioqueña y colombiana, como de países vecinos donde se presente este mismo problema.

Tal como se evidencia en la investigación “La influencia del calzado sobre la técnica del levantador de pesas, como medio para potencializar la preparación de fuerza muscular” (Herrera, A. 2011), Ex docente del Instituto Superior de Cultura Física "Manuel Fajardo", este afirma...“En el entrenamiento moderno se impone la búsqueda de medios más eficientes, con este objetivo investigamos la relación entre la forma externa del calzado con la técnica en el levantamiento de pesas, ejercicios que se caracterizan por la Estructura Cinemática Cerrada y consecuentemente los eslabones terminales, los pies y las manos, son de primer orden para lograr el eficiente aprovechamiento de potencial de Fuerza Máxima. En el trabajo se demuestra objetivamente que el correcto uso del calzado es capaz de mejorar la ejecución técnica del ejercicio e incluso enmendar errores en la técnica y el calzado plano, sin tacones, es recomendable utilizarlo en los ejercicios de Fuerza Máxima Pura”, en la introducción de su investigación él comparte “En este mundo tecnológico se impone la constante búsqueda de medios más eficientes para alcanzar la brillante culminación de la actividad rectora y el campo de las actividades físicas y deportivas no

son la excepción, más bien, se caracterizan por una gran agresividad de alta tecnología, hoy día no se concibe elaborar un programa de preparación deportiva o de actividades físicas generales, sin valorar los medios más adecuados que van, desde la vestimenta, los implementos básicos de la actividad, nos referimos a calidad de la bicicleta, las pistas de carrera, las pesas, las pelotas, etc., los suplementos alimenticios para elevar el potencial físico-motor, los medios para mejorar la recuperación del deportista, ya sean electro estimuladores, vibradores, etc., así como el empleo de la tecnología de filmación y software para valorar la idoneidad de la técnica, táctica de competencia y muchos otros más”, una de las formas acertadas para introducir medios más eficientes es la transferencia de tecnología, básicamente entre aquellas actividades en las que hay acercamiento entre los objetivos que se pretenden alcanzar en la actividad rectora, un ejemplo clásico, es el intercambio de conocimientos y experiencias entre los preparadores de pilotos de altura, sin excluir cosmonautas y los entrenadores deportivos, así como los medios que estos aplican en la preparación de los deportistas y conocimientos propios del perfeccionamiento teórico-metodológico, todos ellos son de atracción en la labor profesional de los entrenadores personales, poseedores de la importante misión de mejorar la figura física y el potencial motor del ciudadano común, es por esta razón que en la actividad profesional de los entrenadores deportivos, en particular los que laboran en el campo de los esfuerzos máximo, es constante la inquietud de constar con medios eficientes para elevar u optimizar el potencial de fuerza máxima. En la búsqueda de medios más eficientes, las observaciones que se desarrollaron, tanto durante el entrenamiento como en la competencia, detectaron que había una estrecha relación entre el calzado y la técnica de los ejercicios de competencia. Sin embargo, los estudios de calzado que se habían realizados estaban centralizado en su estructura interna, por ejemplo, R. Hernández (1973, 1998) valoro la utilidad de conocer los desplazamientos de los puntos de apoyos en el pie para

recomendar el calzado personalizado, las conclusiones a las que arribo el investigador, le sirvieron de fundamento teórico y práctico para el proyecto de preparación del primer cosmonauta latinoamericano, el cubano Arnaldo Tamayo Méndez (despego el 18 de septiembre de 1980), bajo este principio se pretendía mejorar la etapa de la readaptación a la gravedad del cosmonauta a su regreso a la tierra, sin embargo, la influencia de la forma externa del calzado del levantador de pesas sobre la técnica de los ejercicios con pesas en particular los de competencia y los básicos del entrenamiento de fuerza, en su detalle fundamental la altura de los tacones, objetivamente era desconocida, tales observaciones realizadas mostraban que los levantadores de pesas del equipo Nacional de Cuba daban complacencia al uso de soportes internos en el calzado, pero al detalle del calzado que más le prestaban atención era al tacón, ya contaban con la amarga experiencia de que por cambiar el calzado, por razones de estética o comercial, no competían con seguridad y sus marcas descendían en el día de la competencia, incluso algunos no podían terminar exitosamente ninguna de las tres pruebas oficiales, en lenguaje deportivo se iban en blanco, básicamente en el ejercicio arranque . Motivados por estas observaciones y con las ansias de hacer más eficiente este medio de entrenamiento, se decidió investigar la influencia de la altura de los tacones sobre la técnica, en particular del arranque, ejercicio fundamental de competencia y muy empleado en la preparación de fuerza explosiva en otros deportes por la dinámica los músculos extensores de las piernas y la espalda, lo que mostro en el desarrollo de la investigación como se dieron a conocer los estudios que ya se habían desarrollado sobre como valorar la técnica por medio de la hidrotrayectoria⁵ , medio desarrollado por el ruso Jlistov y perfeccionado después en compañía de I. Miulber (1976), se detectó la relación entre la calidad deportiva y los desplazamientos

⁵ *Hidrotrayectoria: Es un método bastante antiguo, utilizado por los rusos para medir y evaluar le eficiencia técnica de los levantadores de pesas, pues muchas veces estas deficiencias técnicas en la ejecución por ser muy rápida no son tan perceptibles al ojo humano.*

horizontales de la trayectoria de la barra, ¿Por qué se emplea, en esta oportunidad, el criterio de la maestría deportiva como indicador del perfeccionamiento técnico del movimiento?, porque en el transcurso del entrenamiento los deportistas van puliendo los elementos básicos de la técnica para optimizar el potencial de fuerza máxima especial, dando un producto satisfactorio a lo encontrado en las conclusiones de la investigación, en la que participaron dos grupos de deportistas bien diferentes por sus rendimientos deportivos, cuando levantaron el 90% de su mejor marca en el ejercicio arranque, en ambos grupos la altura promedio con la cual podía situarse debajo de la barra, (altura mínima en el desliz⁶) era 105 cm, sin embargo, los novatos levantaban 5 cm más alto la barra, (altura máxima del halón⁷) y el desplazamiento horizontal de era de 4.7 cm superior, (ver tabla 1), es decir, ante un mismo esfuerzo máximo los deportistas de alto nivel competitivo mostraban una mayor eficiencia en el aprovechamiento del potencial de fuerza máxima a consecuencia de que los vectores de fuerza en dirección horizontal eran menores (Ver Figura 1).

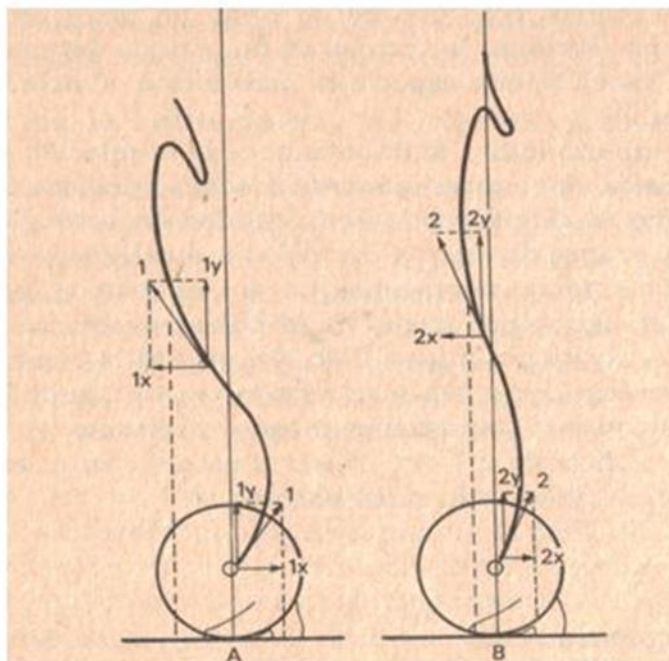
(Tabla 1). Diferencias de las alturas y desplazamientos horizontales de la trayectoria del arranque en levantadores de pesas con diferente nivel competitivo.

Grupos	Altura máxima	Altura mínima	Diferencia	Área horizontal	Peso corporal
Escolares	131 (cm)	105 (cm)	26 (cm)	19.5 (cm)	69 (Kg)
Alta Maestría	126 (cm)	105 (cm)	21 (cm)	14.8 (cm)	62 (Kg)

⁶ Desliz: Movimiento de rápida coordinación neuromuscular que consiste en colocar el cuerpo por debajo de la barra en una posición de sentadilla profunda, quedando con la carga encima de la cabeza o encima de los hombros.

⁷ Halon: Movimiento auxiliar de los ejercicios de halterofilia que consiste en levantar la barra desde el piso o las rodillas hasta la altura del pecho.

(Figura 1). Trayectorias de la barra en el ejercicio arranque con diferentes desplazamientos horizontales. A. Deportista Novato. B. Alto nivel competitivo.



Fuente: (Herrera, A. 2011)

La investigación para analizar los efectos de la forma externa del calzado sobre la técnica, partió de los registros de la trayectoria de la barra, por medio de la Hidrotrayectoria, en un grupo de levantadores de pesas cuando ejecutaban el ejercicio arranque con el 90 % del resultado máximo, en dos oportunidades, cuando calzaban las botas con tacón y cuando ejecutaban el ejercicio con un zapato plano, es decir, sin tacón. El análisis comparativo se efectuó siguiendo el patrón de la "Técnica Básica" obtenido a partir del estudio comparativo entre deportistas con diferente nivel competitivo, observando que los atletas que usaron el calzado plano tuvieron una altura mínima en el desliz de 3 cm. mayor a la que ellos tenían con tacones, valoramos que ello se debía a la posición más incómoda para realizar el desliz por la ausencia del tacón, pero la altura máxima del halón aumentó como promedio 2 cm a consecuencia del mayor trabajo angular del pie en su extensión durante la segunda fase del halón. En el orden de preparación de fuerza (al excluir la preparación técnica), este dato es de sumo interés, dado que el empleo de calzado plano o sin tacos

provocan mejor efecto cinemático, a pesar de que la barra está cargada con el mismo peso y fueron los mismo deportista. Puede que esta sea la razón empírica por la cual los competidores de Powerlifting⁸, prefieren el tipo de calzado plano, dado que sus ejercicios de competencia no exigen de complejidad técnica, el patrón fundamental de ellos es la Fuerza Máxima Pura, Los datos en la trayectoria pueden hacer pensar la posible compensación entre el aumento de la altura mínima y el aumento de la altura máxima, pero en el orden técnico se estaría omitiendo uno de los indicadores fundamentales para valorar la eficiencia técnica, lo que hace referencia a los desplazamientos horizontales de la palanqueta⁹, que al ser mayores, hacen menor el aprovechamiento de la fuerza en sentido vertical; además, se empeoran las condiciones de equilibrio, mientras que en los registros de la trayectoria, con el calzado plano; aumentaron los desplazamientos horizontales 6 cm, por encima de las cifras normales en ellos. Este aumento es sumamente grande, recordando que el desplazamiento horizontal total regularmente se encuentra entre los 8 y 15 cm.

Los datos obtenidos en este estudio, tanto los horizontales como verticales, permitieron detectar que una de las causas fundamentales en las deficiencias del desliz y la estabilidad del movimiento está en **la poca altura de los tacones**, por consiguiente se recomienda a los entrenadores analizar este factor para mejorar las condiciones del atleta en la realización de los ejercicios del desliz en cuclillas.

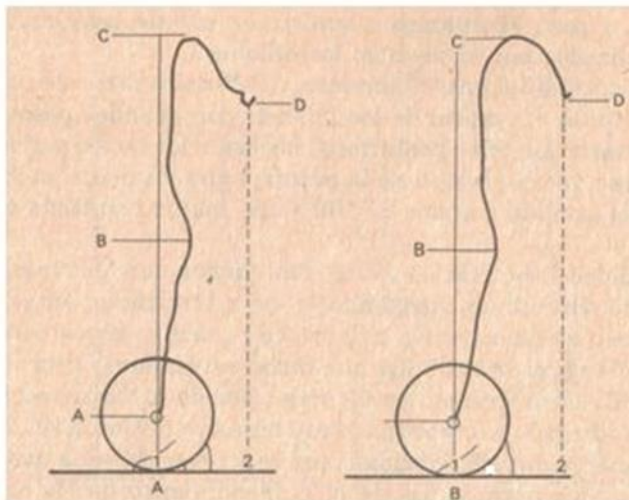
Un ejemplo grafico de la influencia del calzado sobre la técnica de los ejercicios (Figura 2); en la primera fase del halón (Punto B) se aprecia un mayor alejamiento de la trayectoria hacia atrás de

⁸ *Powerlifting: Es un deporte de fuerza que consiste en tres eventos: la sentadilla, el press de banca y el peso muerto.*

⁹ *Palanqueta: Es el conjunto de elementos compuestos por una barra, discos y seguros con los cuales se realizan las competencias oficiales de levantamiento de pesas.*

la línea vertical cuando se utiliza calzado plano, sucediendo lo mismo en el momento de tránsito de la primera a la segunda fase del halón (ver Punto C). Este aumento de las curvaturas de la trayectoria a causa de la disminución de la altura de los tacones provoca o agrava errores de la técnica en la primera y segunda fase del halón.

(Figura 2). Variaciones en la trayectoria del arranque a consecuencia de la altura del tacón en el calzado. A. Calzado con tacón. B Calzado plano.



Fuente: (Herrera, A. 2011)

Estas observaciones, permiten sugerir para la ejecución de los ejercicios con pesas cuando el objetivo es la preparación de fuerza, el empleo del calzado plano, por ejemplo, en la ejecución de peso muerto, los halones de fuerza y sus variantes e incluso las cuclillas o sentadillas si el deportista goza de buena flexibilidad en las articulaciones de los tobillos. En la ejecución de los ejercicios técnicos se debe cambiar las botas para aquellas que tienen tacón, dado que la trayectoria de la palanqueta se acerca más a la vertical, el deportista puede realizar un desliz más profundo y está en condiciones de realizar con mayor rapidez el pase de la extensión de las piernas hacia el inicio del desliz, fase determinante para dominar correctamente la fijación de la barra sobre los brazos extendidos, todas ellas favorecen el empleo más racional de las potencialidades de fuerza máxima.

“Con todos estos resultados se obtuvieron las siguientes conclusiones que fortalecen la necesidad de la creación de un calzado especializado”.

Los resultados de las investigaciones que relacionan la forma externa del calzado y la técnica del ejercicio arranque, demuestran que la altura del tacón puede hacer más eficiente el aprovechamiento del potencial máximo de fuerza, dado que, disminuyen los desplazamientos horizontales de la trayectoria de la palanqueta, favorece la altura mínima en la profundidad deslizar en cuclillas mejorando el equilibrio, estabilidad y reduce la necesidad de levantar la palanqueta a mayor altura para que el deportista se situó debajo de la palanqueta con los brazos extendidos.

En la ejecución del arranque mediante el empleo de calzado plano o sin tacones, como promedio la altura máxima del halón aumentó 2 cm a consecuencia del mayor trabajo angular del pie en su extensión durante la segunda fase del halón, a pesar que de que la barra está cargada con el mismo peso y fueron los mismos deportistas. En el orden de preparación de fuerza (al excluir la preparación técnica), este dato es de sumo interés ya que se puede aumentar el tiempo útil de los músculos extensores de las piernas y la espalda, consecuentemente este medio puede potencializar el trabajo muscular en ejercicios básicos en la preparación de fuerza como son los halones de fuerza, peso muerto y en los deportistas con buena flexibilidad en los tobillos y la columna vertebral, en el ejercicio básico de cuclillas con sus variantes.

El acercamiento en la estructura técnica entre los ejercicios arranque y el clean¹⁰ o cargada en el envión¹¹, hace comprensible que las dos anteriores conclusiones sean válidas para el ejercicio

¹⁰ Clean: Este es un movimiento auxiliar de la halterofilia que consiste en levantar la palanqueta desde la plataforma hasta la altura de los hombros mediante un movimiento de flexo-extensión de las piernas

¹¹ Envión: Más conocido como clean & jerk es el segundo movimiento más importante de la halterofilia el cual se realiza en dos tiempos, primero levantando la barra desde la plataforma al pecho y el segundo tiempo desde los hombros hasta la total extensión de los brazos por encima de la cabeza.

clean, es decir, levantar la barra hasta situarla sobre el pecho y los hombros, por lo que las recomendaciones son extensibles para los diferentes tipos de clean y los halones.

Por tales motivos se ofrecen las siguientes recomendaciones a los practicantes de esta disciplina deportiva de gran exigencia.

Con el interés de elevar la eficiencia del entrenamiento con pesas se aconseja emplear el calzado con tacones para la ejecución arranque y envión por el incremento en el aprovechamiento de los potenciales de fuerza en dirección vertical y de hecho hacer más explosivo el ejercicio y recomendamos que entre los deportistas con marcado desplazamiento horizontal de la barra, estudiar la posibilidad de aumentarle la altura del tacón a sus botas. En el entrenamiento de los ejercicios no complejos dirigidos a desarrollar la fuerza máxima pura y fuerza resistencia se orienta que se emplee el calzado plano para incrementar el tiempo de trabajo útil de los músculos extensores de las piernas y la espalda, esto incluye a los deportistas que utilizan las pesas como medio de preparación de fuerza.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general:

Identificar en el municipio de Medellin la viabilidad para la creación de una empresa comercializadora de calzado especializado en el deporte de la halterofilia.

1.4.2 Objetivos específicos:

- Realizar una caracterización mediante una encuesta de los deportistas integrantes de la liga antioqueña de levantamiento de pesas y de los clubes afiliados a la misma, para

identificar el modo de adquisición del calzado especializado para la práctica de este deporte.

- Identificar mediante una investigación por medio del rastreo en los sitios WEB y demás documentos informativos, quienes son los comercializadores y fabricantes de este tipo de calzado en el departamento de Antioquia con el fin de conocer las posibles competencias comerciales.
- Realizar un estudio de mercado, mediante la recolección de información sobre los posibles clientes, proveedores, competidores y el mercado en general para detectar que tan viable es este modelo de negocio en la región.

Capítulo 2 Marco Referencial

2.1 Marco conceptual:

El estudio de factibilidad será el instrumento que servirá para orientar la toma de decisiones en la evaluación de este proyecto que corresponde a la creación de una empresa comercializadora de calzado. El cual se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de este proyecto, apoyándose en él para tomar la decisión de proceder o no con su implementación. Tal estudio de factibilidad debe conducir a la determinación plena e inequívoca del proyecto a través del estudio de mercado, la definición del tamaño, el conocimiento de la competencia, las necesidades de los clientes y la selección de tecnología. Dando los argumentos para abandonar el proyecto por no encontrarlo suficientemente viable, conveniente u oportuno; o mejorarlo, elaborando un diseño definitivo, teniendo en cuenta las sugerencias y modificación que surgirán de los análisis. (Benassini, M. 2001).

La creación de una empresa nace de la idea de alguien mediante una necesidad colectiva o individual la cual se puede realizar para el caso de este proyecto en el campo de la manufactura y comercialización de calzado deportivo a cargo de una o más personas los cuales pudieron tener la idea inicial mediante la que todo proyecto de empresa se desarrolla en torno a la misma, que surge como consecuencia de la detección de una oportunidad de negocio. El surgimiento de la idea para crear una empresa varía en función de las circunstancias de cada persona, ya que Son muchos los factores que pueden llevar a una persona a inclinarse por un negocio concreto. (Allen, M. 2002).

La empresa es una organización de personas y recursos que buscan la consecución de un beneficio económico con el desarrollo de una actividad en particular, en este caso la comercialización de calzado especializado para la halterofilia. Esta unidad productiva puede contar con una sola persona en busca del lucro y alcanzar una serie de objetivos marcados en su formación gerencial,

logrando responder a la necesidad de cubrir un servicio o una necesidad en un entorno determinado como lo es el municipio de Medellin y el departamento de Antioquia, mediante el cual se dé la posibilidad de salir beneficiado en este caso deportistas y empresario. Para ello, el emprendedor reúne los recursos económicos y logísticos necesarios para poder afrontar dicho reto empresarial y cumplir los objetivos que se marquen haciendo uso de los llamados factores productivos. (González, F. 2010).

La manufactura es el resultado de convertir materias primas en un producto elaborado como el calzado deportivo para halterofilia por medio de un proceso industrial. De ese modo se obtienen los bienes terminados, listos para su venta a los deportistas que lo requieran inicialmente a nivel local ya que por medio de la acción de la manufactura, las empresas tienen la capacidad de transformar distintos tipos de materia prima en aquellos productos que desean ofrecer al mercado, desempeñando de este modo su actividad económica y ayudando a subsanar una necesidad colectiva de los deportistas que requieren este tipo de calzado. (N, Martin. 2016).

Según (F. Rondón 1993) la comercialización es "El proceso de planificación, ejecución, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales" lo que nos lleva a la idea inicial de este proyecto que nace como la idea de satisfacer la necesidad de los deportistas de halterofilia con la dificultad en la consecución de sus calzado, convirtiéndose en una oportunidad de negocio donde las dos partes saldrán beneficiadas.

En todas las actividades que desempeña el ser humano debe utilizar un calzado especializado que le permita desempeñar estas de la mejor manera posible, como es el caso del calzado militar que debe cumplir con ciertos requerimientos (caña alta), el calzado para el alpinista (suela para taches de nieve), el calzado del bailarín profesional (zapatillas de caña baja), los cuales cumplen con

diferentes exigencias técnicas en su diseño y manufactura, mientras para unos el calzado debe ser más agresivo y rígido , para otros debe tener la mayor fragilidad y ergonomía por los rangos de movimientos. Tal como lo afirman en su investigación (Whitting, Meir, Crowley-Mchattan & Holding, 2016). **“Influencia del calzado de halterofilia en la sentadilla”** el cual demuestra la estabilidad que este calzado especializado ofrece a este tipo de deportistas.

Se denomina deporte a la actividad física que requiere de movimiento como el fútbol y mental, como el ajedrez, bajo pautas conforme a reglamentos las cuales se practican con finalidad recreativa, profesional o como medio de mejoramiento de la salud. El deporte descrito bajo estas circunstancias tiene un amplio historial dentro de la humanidad. Con el paso del tiempo ha sufrido variaciones menores, creándose nuevas formas de deporte y dejándose de lado otras. Con frecuencia el deporte se práctica bajo la forma de una competencia. En este tipo de orientación, puede distinguirse entre aquellas manifestaciones deportivas que son individuales de aquellas que son grupales. Así, las competencias pueden desempeñarse entre dos personas compitiendo entre sí (oposición), o dos equipos que compiten entre ellos pero internamente (cooperación). (Aquesolo, J. A. 1992).

Para poder conocer el significado del término halterofilia es necesario, en primer lugar, descubrir su origen etimológico. En este caso, podemos subrayar que deriva del griego y que, exactamente, es fruto de la suma de dos componentes léxicos de dicha lengua:

- El sustantivo “halter”, que puede traducirse como “pesas” y que procede del verbo “haltera”.
- El sustantivo “filos”, que es sinónimo de “amor” o “inclinación” y que deriva del verbo “philein”, que significa “amar”.

Cuyo significado es amor por las halteras, este deporte de carácter olímpico tiene sus orígenes en la antigua Grecia y se basa en el deportista que más kilos pueda levantar en una barra compuesta

por discos llamada palanqueta, este deporte esta reglamentado por divisiones de peso corporal, teniendo competencias en las ramas masculina y femenina en el desarrollo de las competencias el deportista debe competir en dos modalidades obligatorias llamadas arranque y envi6n.

(Lopez B, J. 1995).

2.2 Marco contextual:

En un primer trabajo corresponde a Sol6s y Serna (2018), que lleva por t6tulo “Estudio de factibilidad para la producci6n y comercializaci6n de calzado para damas personalizado y a la medida” y cuyo objetivo es “La puesta en marcha de un negocio empresarial a corto plazo en la ciudad de Lima” Los cuales lanzan una propuesta que consiste en la producci6n de calzado personalizado femenino a trav6s de una plataforma WEB, que permite al cliente dise1nar su calzado de acuerdo a su estilo y gusto, donde el producto final ser6 percibido como un art6culo 6nico.

Para esta propuesta se realiz6 un estudio de mercado donde las encuestas indicaron que un 81% de la muestra poblacional aceptar6 personalizar su calzado por medio de una plataforma virtual con el objetivo de crear herramientas que ayuden a las personas a ahorrar tiempo y esfuerzo en cualquier proceso de compra.

Seg6n las conclusiones arrojadas mediante las encuestas realizadas como m6todo utilizado para la recopilaci6n de informaci6n el tipo de negocio tendr6 aceptaci6n entre el p6blico seg6n las cifras de aceptaci6n del 81% de la muestra total 280 mujeres en entre los 18 y 45 a1os afirmando estar dispuestas a utilizar dicha plataforma WEB para la personalizaci6n del calzado, demostrando que al fisionar la tecnolog6a, gustos y estilos de cada cliente el proyecto gozara de aceptaci6n, evidenciando tambi6n que la propuesta de valor del negocio cumple con las expectativas del cliente

que se encuentra en función a los atributos que busca al momento de comprar un calzado donde la comodidad, precio y diseño son los factores con mayor peso porcentual.

Concluyendo finalmente con que el estudio técnico realizado, puede introducir nuevas tecnologías al proceso productivo tradicional de calzado como la impresora 3D ya que no genera ningún tipo de dificultad o complicación en las operaciones generando valor agregado al consumidor.

Lo que muestra que el contenido de este trabajo guarda una gran relación con el trabajo en curso ya que propone un tipo de innovación en el mercado del calzado en busca de la satisfacción de una población específica cuyo valor agregado también puede ser la personalización de los productos además de la calidad y la comodidad en los mismos.

En un segundo trabajo Cáceres (2016), que lleva por título “Estudio de Factibilidad de Importación de Calzado” y cuyo objetivo es “Elaborar un estudio de factibilidad para la importación de calzado para dama desde China para su comercialización en el mercado local”. El cual pretende encontrar la factibilidad de importación del calzado para dama desde China para la empresa colombiana Kenzo Jeans a través del cual se evalúan a profundidad estrategias en producto, precio y distribución para que la empresa valore la conveniencia del proceso, creando herramientas y estrategias necesarias para que la empresa logre tener una visión más completa al importar calzado desde China para la distribución en el mercado colombiano.

El fin de este estudio es brindar información para que la gerencia pueda tomar decisiones correctas, eliminando el desconocimiento que pueda generar mayor incertidumbre al involucrarse en un proceso de importación de productos al país Para llevar a cabo este proceso se determinaron unos criterios de evaluación y selección mínimos respecto al diseño del producto, precio, calidad,

número de unidades mínimas para realizar el pedido, empaque y etiquetado con el que debían contar los posibles proveedores en China.

Esto se realizó a través de un acercamiento a los potenciales proveedores y permitió filtrar a aquellos que podrían cumplir con los criterios exigidos por Kenzo Jeans. Una vez realizado el proceso de clasificación y selección se logró determinar que existe potencial en la importación de calzado de dama desde China. Hecho este proceso se sugiere a Kenzo Jeans realizar contacto directo con estas empresas a través de un posible viaje de negocios.

La metodología para este trabajo fue mediante un estudio de proveedores, parámetros de negociaciones, verificaciones de proveedores y criterios para la evaluación de proveedores, realizando comparaciones estadísticas sobre los mismos a nivel mundial donde china muestra un 64.6% en la participación mundial en la producción de calzado, destacándolo como el proveedor más idóneo.

Concluyendo de manera general que es posible encontrar proveedores que cumplan los requerimientos de la empresa Kenzo Jeans para la importación de calzado de dama a pesar de que no se tuvo acceso directo a cifras por lo que no se puede comprobar si es menor al que conseguirían localmente, aprobándose solo el tipo de zapatos a los precios que los proveedores ofrecieron ya que este precio siempre puede ser sujeto a una negociación según la cantidad o las habilidades de negocios de las personas involucradas.

También se pudo comprobar que estarían dispuestos a comprar algunos diseños por el precio que ofrecen los proveedores chinos que fueron contactados para esta investigación, teniendo en cuenta los requerimientos de etiquetado y marquillas, para los pedidos iniciales y mientras no se encuentre un proveedor con el que puedan establecer algún tipo de relación de confianza, la empresa deberá incurrir en los precios si desea que tengan los logos y nombres de la marca desde origen, probando

inicialmente la calidad de los productos mediante la solicitud de muestras físicas en las cuales deberán pagarle al proveedor para hacer las pruebas del material o directamente viajar a comprobarlo directamente en China.

Por ultimo se recomienda acordar y dejar en claro el producto adicional, más específicamente qué porcentaje, se está dispuesto a aceptar para no llevarse sorpresas de un número adicional muy superior que deben pagar a la entrega del pedido.

Este trabajo tiene una relación moderada con el trabajo en curso ya que ellos analizan las diferentes posibilidades de comercializar un calzado importado buscando un nuevo mercado al igual que el trabajo en curso mediante la aplicación de análisis a clientes y proveedores y posibles pro y contra del proceso a realizar pero sin el ánimo de importar teniendo como objetivo la búsqueda de la factibilidad en la aceptación de un producto para un público específico.

En un tercer trabajo Arteaga (2015), que lleva como título “Evaluación de la factibilidad de la creación de una empresa de calzado infantil en Medellín” el cual tiene como objetivo “Evaluar la factibilidad de la creación de una empresa de diseño, producción y venta de calzado infantil en Medellín” en el cual se desarrollan los diferentes estudios (sectorial, mercado, ambiental, técnico, financiero y de riesgo) con el objetivo de determinar si la creación de esta empresa es factible.

En el desarrollo de este trabajo se muestra la presentación y análisis de resultados donde se hace un recorrido por los diferentes estudios que propone la metodología utilizada, donde inicialmente se encuentra el estudio sectorial el cual se hace una revisión desde un aspecto económico, cultural, político, social y tecnológico y mercado, para luego continuar con el estudio de mercado en el cual se detalla el mercado objetivo (población infantil), competencia, demanda y mercado externo,

adicionalmente se define la mezcla de mercadeo: precio, plaza, promoción y producto de la nueva empresa.

- Técnica de recolección de datos: Los datos se recolectaron por medio de un cuestionario estructurado aplicado a los encuestados por medios electrónicos de manera anónima.
- Población objetivo: La población objetivo para esta investigación son los padres (hombre o mujer) de niños entre los 0 y 9 años de los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Medellín.
- Tamaño de la muestra: Para esta investigación se toma un tamaño de muestra de 95 personas encuestadas.
- Nivel de Confianza: El nivel de confianza es del 95
- Error permisible: Para este muestreo el error permisible fue del 10%
- Cubrimiento: Estrato 4, 5 y 6 de Medellín.
- Tiempo: Las encuestas fueron realizadas en su totalidad durante el mes de octubre del año 2014.

La metodología para encontrar las respuestas de esta investigación de factibilidad se efectúa mediante a aplicación de las diferente variables de riesgo financiera y de análisis del mercado como las matriz DOFA, dando a conocer los diferentes modelos de empresas del sector y su demanda para luego analizar todos los factores que pueden incentivar su creación como de preinversión la cual corresponde a todos los estudios que se realizan antes de tomar la decisión de canalizar recursos hacia algún objetivo particular; esta fase incluye los procesos de identificación, selección, formulación y evaluación del proyecto, la Inversión, ejecución o implementación la cual es una etapa de movilización de recursos tanto humanos, como financieros y físicos, con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa los de operación que corresponden a una actividad permanente y rutinaria encaminada

a la producción de un bien o a la prestación de un servicio, la evaluación ex-post analizando el proyecto en operación con el fin de contrastar si los planteamientos y expectativas resultantes del estudio de preinversión se dieron en la ejecución y si se están presentando en la operación; con el fin de verificar la bondad de los instrumentos de captura, procesamiento y análisis de la información y los mecanismos de decisión utilizados ya que para la evaluación de un proyecto es fundamental tener definido el horizonte de tiempo en el que se desarrollará el mismo y es necesario evaluar los proyectos con el fin de decidir la ejecución o no de los mismos según los resultados que se arrojen comparándolos con el objetivo definido para el proyecto el cual podría llegar a ser económico o de beneficio para alguna sociedad.

Luego de realizar el análisis de cada uno de los estudios propuestos por la metodología para evaluar la factibilidad de la creación de una empresa de calzado infantil en Medellín podemos detallar las principales conclusiones: El producto de la nueva empresa estará dirigido a niños entre 1 y 5 años, representará exclusividad y estilo (sin dejar de ser tierno), dentro de sus atributos se resalta la calidad, comodidad, diseño, delicadeza y seguridad.

La decisión de compra de este producto no la toma el consumidor final (niño) sino sus padres por lo que el público al que está dirigido el producto es a las madres (generalmente las encargadas de hacer las compras de vestuario y calzado de sus hijos) de hijos entre 1 y 5 años, que pertenezcan a estratos medio, medio alto y alto, en Medellín en los barrios de estratos 4, 5 y 6 con un perfil juvenil, seguidoras de la moda y con alta actividad en redes sociales.

En Colombia hay un mercado fortalecido de materias primas por lo que la producción se puede realizar con insumos nacionales que se pueden adquirir en empresas que se encuentran ubicadas en sectores de la ciudad con concentración de empresas de insumos y prestadoras de procesos de calzado de forma tercerizada.

El calzado es un bien de la canasta básica familiar de la categoría de vestuario por lo que tiene una demanda natural, específicamente para la categoría de calzado infantil la periodicidad de compra es aproximadamente 3 veces en el año teniendo en cuenta el desarrollo del pie del niño que produce la necesidad de la compra.

El precio del calzado en Colombia es revisado periódicamente debido a que hace parte de los productos que son tenidos en cuenta para el cálculo del IPC, los precios de calzado infantil están alrededor de 40 mil pesos y a nivel nacional los productores internos se ven afectados por las importaciones que se realizan a muy bajo costo de países como china.

Tomando los contenidos y conclusiones de este trabajo se puede encontrar varios ítems que lo relacionan con el trabajo de grado en curso, como la creación de un calzado específico para una población determinada, la innovación en productos para la comunidad, el apoyo a la manufactura y comercialización de productos locales y la competencia con los comercializadores extranjeros que tratan de incursionar en el mercado local manera agresiva.

Después de realizar una amplia búsqueda de los antecedentes de tipo teórico en centros bibliográficos y páginas digitales sobre los fabricantes y comercializadores de este tipo de calzado específico, se logró aglomerar el nivel de información ofrecido en este trabajo el cual nos habla de la creación y evolución del calzado de levantamiento de pesas a través de la historia por las necesidades y exigencias de sus deportistas a nivel mundial, resaltando como hecho importante que no se encontró ninguna evidencia de fabricantes o comercializadores de este tipo de elemento en nuestra región de manera oficial ya que solo se encontraron 3 antecedentes sobre trabajos de grado los cuales hablan sobre el estudio de factibilidad de empresas de calzado y su importación destacando que por las características de este calzado, el mismo es un elemento poco comercial en el mercado del calzado, satisfaciendo a una estrecha población que exige las normas técnicas

del mismo, destacando que solo se encuentra evidencia de algunas grandes marcas de artículos deportivos a nivel mundial que han incursionado en este campo, encontrando algunos relatos de fuentes primarias que afirman que en ocasiones los fabricantes de calzado común de nuestra región realizan adaptaciones a calzado no específico lo que puede generar traumas osteomusculares por el incumplimiento de las normas técnicas del mismo.

2.3 Marco legal:

El presente proyecto pertenecería a la Economía Naranja¹² según lo definen (Buitrago & Duque, 2013). “El conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual”

Esta agrupa las industrias creativas y culturales relacionadas con las artes escénicas, las artes en general, el turismo, las artes visuales, el diseño, la publicidad, el desarrollo de software y los servicios de tecnología de la información, entre otros.

RESOLUCIÓN 933 DE 2008

(Abril 21 de 2008)

Diario Oficial No. 46.974 de 28 de abril de 2008

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

Por la cual se expide el Reglamento Técnico sobre etiquetado de Calzado y algunos artículos de marroquinería, y se derogan las Resoluciones 0510 de 2004 y 1011 de 2005.

¹² Economía Naranja: *El conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual.*

EL MINISTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, en ejercicio de sus facultades legales, en especial las conferidas en el artículo 2, numeral 4 del Decreto 210 del 3 de Febrero de 2003.

RESUELVE:

ARTÍCULO 1o. EXPEDICIÓN. Expedir el siguiente Reglamento Técnico sobre etiquetado de calzado y algunos artículos de marroquinería, según lo dispuesto en la presente resolución.

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

ARTÍCULO 3o. CAMPO DE APLICACIÓN. El presente Reglamento Técnico tiene aplicación para todo tipo de calzado con suela destinado a cubrir total o parcialmente y proteger los pies y, algunos artículos de marroquinería de uso general, clasificables en el arancel de Aduanas Colombiano en alguna de las siguientes subpartidas arancelarias:

(Tabla 2). Normas técnicas ICONTEC

64.04 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil
- Calzado con suela de caucho o plástico
6404.11 - - Calzado de deporte; calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares
6404.11.10.00 - - - Calzado de deporte
6404.11.20.00 - - - Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares

NTC 4185

Botas tenis para uso deportivo.

Establece los requisitos que debe cumplir y los ensayos a los cuales debe someterse las botas tenis destinadas a las prácticas deportivas. Contiene definiciones, toma de muestras y criterio de aceptación o rechazo, empaque y rotulado.

Clasificación ICS:

61.060 CALZADO

97.220.01 Equipo deportivo en general

Norma técnica ntc colombiana botas tenis para uso deportivo e: sportwear. tennis boot
correspondencia: descriptores: calzado; calzado deportivo; ropa de deportes i.c.s.: ; editada por el
instituto colombiano de normas técnicas y certificación (icontec) apartado bogotá, d.c. - tel fax
prohibida su reproducción

BOTAS TENIS PARA USO DEPORTIVO

1. OBJETO Esta norma establece los requisitos que deben cumplir y los ensayos a los cuales debe someterse las botas tenis destinadas a las prácticas deportivas.

2. DEFINICIONES Para efectos de la presente norma se establecen las siguientes: 2.1 Bota tenis: calzado elaborado en lona y suela en caucho vulcanizado, con puntera, plantilla, caña y contrafuerte, destinado a las prácticas deportivas.

2.2 Calzado: zapato o bota tenis, que cubre el pie y lo protege del medio ambiente. 2.3 Caña: sección de la bota tenis colocada sobre la suela que cubre el pie y parte de la pierna.

2.4 Capellada o corte: parte superior de la bota tenis excepto la suela.

2.5 Caucho natural: sustancia elástica y resistente que se extrae por incisión de varios árboles de la familia de las euforbiaceas.

2.6 Caucho vulcanizado: cauchos o mezclas de cauchos naturales y sintéticos, con azufre, acelerante y otros compuestos, sometido a un proceso de presión y temperatura para mejorar sus propiedades de resistencia, dureza y elasticidad.

2.7 Caucho sintético: materia prima elástica obtenida a partir de la polimerización de monómeros.

2.8 Contrafuerte: elemento ubicado interiormente a la altura del talón.

2.9 Herrete: material que protege cada uno de los extremos del cordón para evitar que se desteje.

2.10 Hilo bondeado: hilo de sintético que ha sido sometido al calor para fusionar los cabos

Lengüeta: tira que cubre el empeine del pie Ojete: perforación por donde pasa el cordón para el ajuste de la bota tenis Plantilla: pieza con el tamaño y forma exterior de la planta de la horma del pie, sobre la cual se monta el corte de la bota Puntera: elementos de caucho adherido a la parte exterior delantera de la capellada Ribete: cinta de material textil utilizado para proteger los bordes abiertos de la caña Suela: parte de la bota que está en contacto con el suelo.

2.4 Marco teórico:

Tal como lo afirman en otra investigación (Whitting, Meir, Crowley-Mchattan & Holding, 2016). “INFLUENCIA DEL CALZADO DE HALTEROFILIA EN LA SENTADILLA”, los cuales analizaron en esta investigación la influencia del calzado de halterofilia sobre diferentes parámetros biomecánicos a la hora de realizar una sentadilla con diferentes intensidades del RM¹³ El patrón motor de la sentadilla muestra una relación directa con diferentes acciones deportivas y de acciones de la vida diaria. Por tanto, la sentadilla es un ejercicio fundamental en casi cualquier programa de ejercicio físico, ya sea para la mejora estética, mejora del rendimiento deportivo o rehabilitación de lesiones, a pesar de que no todo el mundo está preparado para realizar el patrón de movimiento

¹³ RM: Repetición máxima con una carga o resistencia.

de la sentadilla de manera eficiente y/o segura, ya que, muchas personas tienen mala movilidad de tobillo y les falta flexibilidad en las caderas. Esto es un factor muy importante a tener en cuenta a la hora de prescribir este ejercicio, ya que, si no se ejecuta de una manera correcta puede aumentar considerablemente el riesgo de lesión. Los problemas de movilidad citados anteriormente suelen suponer un aumento de la inclinación del tronco al realizar la sentadilla y esto se suele citar como un fallo técnico importante que puede aumentar el riesgo de lesión sobre la espalda, no obstante, si el lumbar mantiene una curvatura natural no tiene por qué existir mayor riesgo de lesión, ya que, la morfología¹⁴ de cada deportista es lo más relevante a la hora de inclinar más o menos el tronco, ya que la postura en la sentadilla es importantísima en la Halterofilia y en el Powerlifting. Una de las reglas de la halterofilia indica que es obligatorio el uso de calzado específico de halterofilia para poder hacer los levantamientos, ya que, este tipo de calzado confiere mayor estabilidad y tener el pie protegido durante el levantamiento. Este tipo de calzado se caracteriza por tener un tacón de unos 2,5cm, una suela firme, dura y rígida. Estas características ayudarán al atleta, ya que, significan que el atleta necesitará menos flexión dorsal de tobillo y llevará el tronco más vertical que si lo hiciera sin calzado específico. Esto supone que el riesgo de lesión sea menor. En la investigación se analizaron diferentes parámetros biomecánicos, para ello fueron colocados 27 marcadores luminosos en diferentes posiciones estratégicas para posteriormente analizar los videos. La investigación fue realizada en 9 levantadores con, al menos, tres años de experiencia en la realización de sentadilla. Primero se realizó una sesión de familiarización y posteriormente se realizaron las tres sesiones propias del estudio en las que se hizo lo siguiente:

¹⁴ *Morfología: se ocupa del estudio de las formas y estructuras que constituyen a los seres vivos en general, como células, bacterias, virus, vegetales, hongos o animales.*

- En la primera, un entrenador evaluó la técnica para asegurarse de que esta fuera idónea y además se hizo un test de RM siempre bajo la supervisión del entrenador.
 - En la segunda sesión se hicieron 3 series. Una primera de 5 repeticiones con el 50% de RM, otra de 3 repeticiones con el 70% y una tercera de 1 repetición con el 90%
 - En la tercera sesión se repitieron las tres series de la sesión anterior, pero el grupo que en la anterior lo hizo con calzado de halterofilia en esta ocasión lo hizo con calzado de calle y viceversa.
- Los resultados mostraron que el ángulo de flexión dorsal de tobillo fue significativamente mayor cuando no se utilizó calzado específico de halterofilia, no obstante y contrariamente a la hipótesis inicial no se encontró mayor ángulo de inclinación del tronco ni de flexión de cadera. Esto no significa que la creencia de que el calzado de halterofilia hace que la sentadilla sea más vertical sea falsa, sino que en la discusión se especifica que probablemente el no encontrar diferencias significativas en la flexión de cadera y en la inclinación de tronco sea debido a que los sujetos son bastante experimentados y al no tener problemas de movilidad pueden realizar el patrón de manera correcta, tanto con calzado específico de levantamiento de pesas como sin él, por tanto, en sujetos experimentados el calzado de halterofilia no es tan importante como para la gente con problemas de movilidad.

No obstante, en sujetos con restricciones de movilidad o una morfología desfavorable, el uso de calzado específico de halterofilia puede ser un gran aliado, ya que, en este tipo de personas tendrían que compensar menos con una inclinación de tronco y flexión de cadera gracias al calzado específico de halterofilia (Sato et al. 2012).

Tomando en cuenta todas estos aportes desde el campo científico del deporte se hace necesaria la creación de una empresa dedicada a la comercialización de este calzado especializado en el departamento de Antioquia, que permita a los deportistas practicantes de la disciplina de la

halterofilia contar con un calzado que cumpla las especificaciones técnicas requeridas para desarrollar sus entrenamientos y competencias de una manera óptima, permitiéndoles alcanzar sus máximos resultados de forma segura y cómoda, con productos de excelente calidad y a precios asequibles a los mismos.

Capítulo 3 Diseño metodológico

3.1 Línea de investigación institucional (Innovaciones sociales y productivas).

Este estudio de factibilidad permite utilizar la innovación como herramienta de desarrollo social mediante la participación de personas líderes en la creación de productos de difícil acceso a una población deportiva la cual en su gran mayoría es de bajos recursos lo que dificulta su acceso a un calzado especializado que les permita desarrollar sus prácticas deportivas, logrando la construcción de nuevas ideas de emprendimiento que permitan un mejor desarrollo de las nuevas generaciones de deportistas, accediendo a un artículo de vital importancia para sus prácticas deportivas participando en la transformación social de las poblaciones con deseos de superación.

3.2 Eje temático (Dualidad estructural en la productividad, innovación y tejido empresarial).

Este modelo de emprendimiento gerencial tiene como objetivo ayudar a la solución de un problema de la población afectada por falta de un implemento para su práctica específica mediante metodologías y enfoques de análisis de los diferentes problemas que les brinda el entorno, analizando los factores que se tengan, como propósito obtener un resultado positivo de manera creativa durante el desarrollo del proyecto. Lo más importante en este trabajo de factibilidad es brindar una solución efectiva mediante la innovación y el emprendimiento creando un producto que busque estar al alcance de toda la población afectada procurando cuidar su integridad y desarrollo deportivo lo que exige que los integrantes de este proceso deban adquirir nuevas habilidades y/o mejorar las capacidades profesionales que ya posean, permitiendo contar con un grupo de futuros empleados competentes y capacitados. Con lo cual se obtendrá una ventaja competitiva que destacará a un emprendimiento empresarial sobre la competencia como lo afirma

esta frase tomada de un artículo publicado en BusinessWeek “No necesitas tener una empresa de 100 personas para desarrollar Esa idea” (L. Page, 2001), lo que alienta a este proyecto a seguir adelante ya que... “Hay muchas razones por las que empezar una empresa, pero solo una buena, una legítima: cambiar el mundo” (P. Libin, 2007)

3.3 Enfoque de investigación y paradigma investigativo (Mixto).

Esta investigación de factibilidad se desarrolla mediante el enfoque de tipo mixto que permite recolectar la información partiendo de las experiencias que se tienen en el ámbito del deporte de la halterofilia, identificando sus principales necesidades a la hora de conseguir el calzado especializado para su práctica deportiva mediante la combinación de los enfoques cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio; Como lo sugiere Sieber (1973), la mezcla de estudios de caso con encuestas, las cuales darán un producto, identificando los estratos sociales, acceso a recursos monetarios para la consecución del mismo, valor de calzados de mayor a menor, formas de consecución del mismo, posibles comerciantes locales y extranjeros, marcas más comerciales, necesidades y exigencias técnicas, análisis de una factibilidad de comercialización a nivel local.

El enfoque mixto según Jick (1979), introduce los términos básicos de los diseños mixtos, al recurrir a técnicas e instrumentos proporcionados por paradigmas positivistas y naturalistas para la recolección de datos, dando un lugar prioritario a la triangulación de datos los cuales permitirán encontrar las realidades que se dan de parte de quien interviene en la consecución de estos productos, gracias a la recolección y el análisis de los datos que combinan los métodos estandarizados e interpretativos, dando una mirada profunda de las distintas dificultades o facilidades para la consecución de este calzado en el entorno deportivo, buscando cruzar resultados de uno u otro enfoque ya que estos resultados pueden generalizarse y dar lugar a nuevas hipótesis

o al desarrollo de nuevas teorías que permitan llegar a las conclusiones objetivas para culminación de este proyecto.

3.4 Diseño (Experimental).

Este trabajo se realizara a través de las experiencias de los jóvenes del deporte de halterofilia pertenecientes a la liga de Antioquia y sus clubes, los cuales requieren utilizar un calzado especializado para las prácticas de sus entrenamientos y competencias, caracterizando este trabajo en el contexto de tipo no experimental ya que se realizara sin manipular las variables de las necesidades de estos deportistas, basándose en conceptos que se dan sin intervención directa de los ejecutores de la investigación es decir sin que estos alteren el objeto de investigación observando los aportes en un contexto natural para después analizar los resultados obtenidos para luego proceder a un análisis de factibilidad de creación de la empresa de comercialización del calzado especializado a nivel regional para este deporte.

3.5 Alcance (Descriptivo).

La intencionalidad con este trabajo de alcance descriptivo es conocer de manera clara las distintas formas que tienen los deportistas practicantes de halterofilia antioqueña para la consecución de su calzado especializado con las características técnicas, identificando las diferentes formas de adquisición y comercialización de estos elementos, analizando las posibles dificultades que permitan aplicar procesos gerenciales mediante un análisis de factibilidad para la creación de una empresa que permita mitigar tales necesidades a nivel regional.

3.6 Población.

La población con la cual se realizara la recolección de la información serán los deportistas de la liga antioqueña de esta disciplina y los clubes suscritos a la misma, en la cual se desenvuelve la práctica de este deporte ya que son los indicados en requerir y utilizar este tipo de calzado para sus prácticas en entrenamientos y competencias de forma obligatoria para su buen desempeño técnico motivo por el cual se está realizando el presente trabajo de análisis de viabilidad para la fabricación a nivel local de un calzado especializado que permita a los deportistas una mayor facilidad al acceso de este implemento deportivo.

3.7 Tamaño de muestra.

La muestra se realizara con los deportistas de la rama masculina y femenina de levantamiento de pesas, los cuales comprenden edades entre los 11 y 30 años de edad en las diferentes categorías y divisiones de peso corporal según el reglamento establecido por la IWF (International Weightlifting Federation), buscando obtener una información concreta sobre las causas, dificultades, necesidades, ventajas y desventajas a la hora de adquirir un calzado especializado para la práctica de este deporte a nivel local.

$$n = \frac{N Z_{\alpha}^2 p q}{e^2(N - 1) + Z_{\alpha}^2 p q}$$

en donde:

N = tamaño de la población q = seguridad, y
 Z_α = nivel de confianza, e = precisión.
 p = proporción esperada,

(Tabla 3). Muestra de la población encuestada

Tamaño población	71 Deportistas
Nivel de confianza	95% Confiabilidad
Proporción esperada	0.5
seguridad	0.5
Precisión	0.03
Muestra poblacional	66 Deportistas, proporción de población que utiliza el calzado de pesas

Fuente: Propia

3.8 Fuentes, Técnicas e instrumentos de recolección de información y datos.

La recolección de la información se realizara mediante la aplicación de una encuesta con una serie de preguntas claras de carácter numerico, respuestas cerradas y respuestas múltiples que permitan impactar a los (71) deportistar para sacar una buena muestra de (66) deportistas, permitiendo captar toda la información necesaria para el desarrollo de este trabajo.

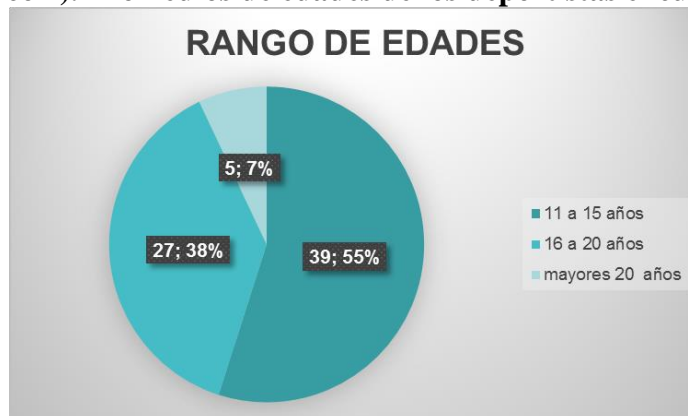
3.9 Análisis y tratamiento de datos.

Una vez recolectada toda la información, se procederá al respectivo análisis de la misma donde se confrontaran datos que permitan dar respuestas claras al planteamiento del problema y cumplimiento del alcancé de los objetivos de este trabajo.

Capítulo 4 Resultados y discusiones

CARACTERIZACION DE LOS DEPORTISTAS

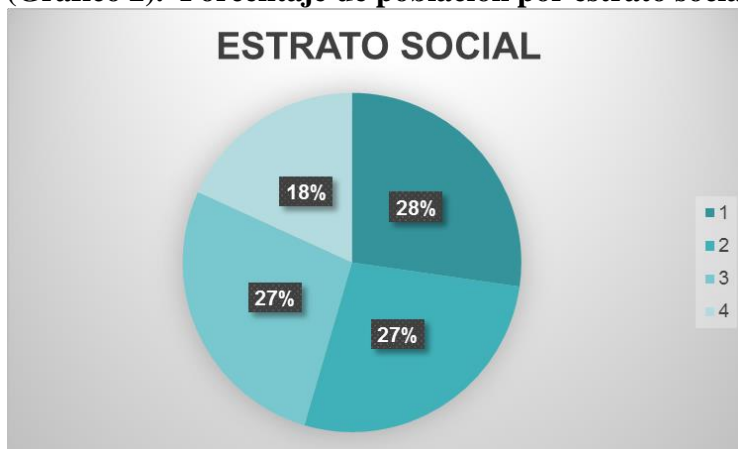
(Grafico 1). Promedios de edades de los deportistas encuestados



Fuente: Propia

Según lo observado en el (grafico 1), Rango de edades la gran mayoría de deportistas encuestados el (55%) se encuentran en edades entre los 11 y los 15 años de edad con el mayor promedio en (15,85) los cuales son menores de edad por lo que no reciben ningún tipo de remuneración y están bajo el cuidado y sostenimiento de sus padres.

(Grafico 2). Porcentaje de población por estrato social



Fuente: Propia

Con la información obtenida en el (grafico 2), Estrato social se determina que la gran mayoría de los deportistas vive en los estratos 1 (28%) estrato de bajos recursos económicos, 2 (27%) estrato

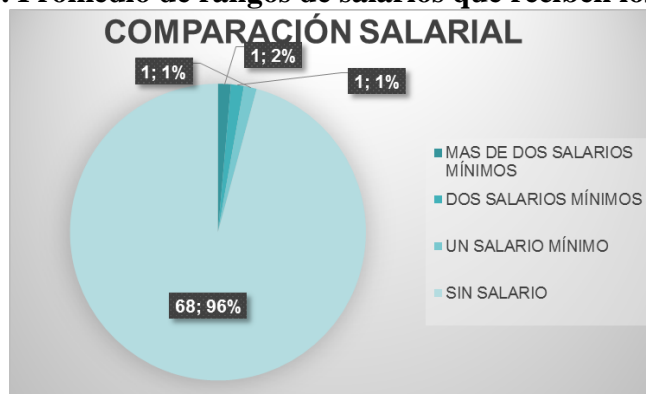
de bajos recursos económicos, 3 (27%) estrato de regulares recursos económicos con un promedio muy sobresaliente de (2,16) lo que indica que casi todos los deportistas habitan en estratos bajos los cuales no poseen un nivel económico en sus familias para la fácil adquisición de un calzado deportivo de alto valor.

(Grafico 3). Promedio de deportistas que reciben auxilio económico



Fuente: Propia

Con lo evidenciando en el (grafico 3) Auxilio económico del total de los encuestados (71), solo (3) el (4%) de la población total reciben algún incentivo o remuneración por diferentes factores lo que da muestra que el otro (68%) no tienen ningún acceso monetario para acceder a la posible compra de un calzado de alto valor, dando paso a la idea de la posible creación de un calzado especializado que se pueda producir y comercializar de manera económica para el fácil accesos de los padres de los jóvenes deportistas.

(Grafico 4). Promedio de rangos de salarios que reciben los deportistas

Fuente: Propia

Como se puede observar en el (grafico 4), Comparación salarial solo (1) deportista de los (3) que reciben algún tipo de salario capta estos recursos por más de dos salarios mínimos lo que indica que solo este deportista estaría en posibles condiciones de acceder a un calzado específico que le permita desarrollar adecuadamente su práctica deportiva ya el resto de los deportistas restantes (70) no están en condiciones de acceder a un tipo de calzado de alto costo, lo que evidencia la necesidad de manufacturar y comercializar un calzado económico que pueda ser de más fácil acceso a un mayor número de deportistas sin dejar de cumplir con las especificaciones técnicas de este.

(Grafico 5). Caracterización de ocupaciones

Fuente: Propia

Tal como se observa en el (grafico 5), Ocupación, la gran mayoría de los deportistas (48%) son estudiantes, seguidos de una menor población que ocupa el (31%) los cuales son deportista-estudiante, debido a sus rangos de edades y prioridad de sus familias, destacando una población muy baja (18%) los cuales son deportistas que se dedican netamente a entrenar con el objetivo de obtener resultados los cuales cumplen con una disciplina de tiempo completo y en ocasiones tienen acceso al calzado especializado por medio del patrocinio de sus clubes o ligas ya que no cuentan con recursos monetarios para acceder a calzado especializado.

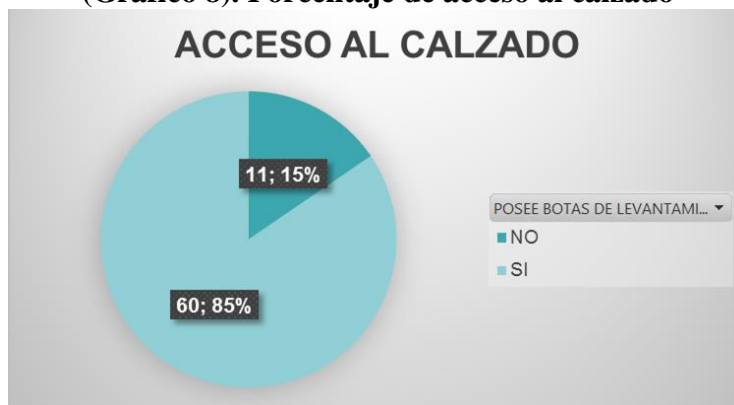


En el análisis del (grafico 6), Nivel deportivo se observa como cada vez es más estrecho el porcentaje de población según su nivel deportivo, comparando los de selección Colombia (3%), los de selección Antioquia (18%) y los aficionados que solo pertenecen a clubes (79%), anotando así que para los últimos es mucho más difícil la consecución de un calzado especializado por sus bajos resultados los cuales no les permiten entrar en programas de apoyo como ligas o selecciones donde en ocasiones se cuenta con patrocinadores que pueden dotarlos de el calzado especializado para sus prácticas o competencias ya que este no tiene un fácil acceso debido a sus altos costos comerciales.

(Grafico 7). Porcentaje de aceptacion del calzado

Fuente: Propia

Tal como se muestra en el análisis del (grafico 7), Aceptación del calzado la mayoría de la población encuestada (93%) afirma sentirse cómoda a la hora de realizar sus entrenamientos con el calzado especializado para el levantamiento de pesas, mientras que el 7% de la población afirma sentirse bien con el calzado normal en sus prácticas deportivas ya que no lo poseen o no lo han utilizado lo que permite destacar lo necesario que resulta ser este artículo para la comunidad de deportistas de halterofilia a nivel local.

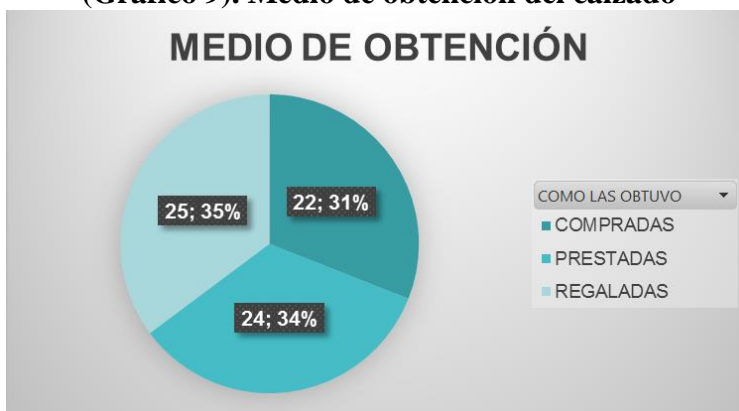
(Grafico 8). Porcentaje de acceso al calzado

Fuente: Propia

Los resultados del (grafico 8) Acceso al calzado muestra de una manera más clara el porqué de esta situación ya que el (85%) de los encuestados poseen calzado especializado, mientras el (15%) no lo poseen por lo que es probable que no hayan experimentado el grado de estabilidad con el

mismo y sigan realizando sus prácticas con el calzado normal, debido en gran medida a la falta de recursos monetarios para su consecución, anotando que con el tiempo la falta de uso del calzado especializado puede traer consecuencias para todo desempeño técnico y salud osteomuscular, “Entre mejor sea el calzado deportivo menor va a ser el riesgo de posibles lesiones inmediatas y a largo plazo; pues las diferentes marcas estudian la biomecánica del deporte y desarrollan tecnología para cuidar los pies de los deportistas”, afirmó (Puerto, La Republica, 2017), profesional en cultura física y deporte.

(Grafico 9). Medio de obtención del calzado

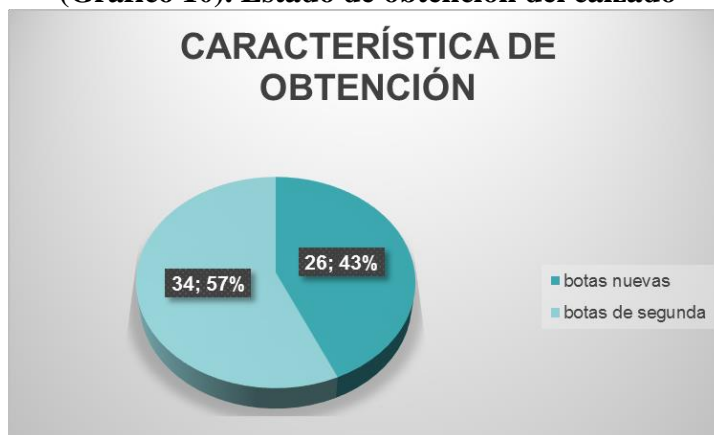


Fuente: Propia

Como lo muestra el (grafico 9), Medio de obtención del calzado en sus tres características de compra, préstamo y regalo, cuyo medio de consecución más destacado de este accesorio es el regalo (35%) en la mayoría de veces por los entes que apoyan este deporte como ligas y clubes, debido a las características cronológicas y económicas de los deportistas, en segunda instancia prestadas (34%) en muchas ocasiones por compañeros de equipo para facilitar la práctica de los que no las poseen y en tercera instancia compradas (31%) por un porcentaje más bajo de población los cuales acceden a su adquisición de segunda mano o recurriendo a algunas marcas desconocida

de baja calidad cuya garantía no es asegurada ya que no cumplen con los requerimientos técnicos ni materiales idóneos en su fabricación.

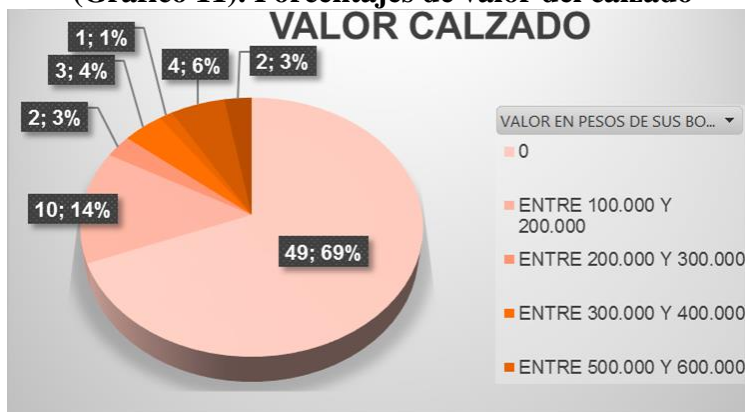
(Grafico 10). Estado de obtención del calzado



Fuente: Propia

Con los resultados arrojados en el (grafico 10), Característica de obtención, se muestra de manera clara que el porcentaje más alto en la consecución del calzado obedece al calzado de segunda mano (57%), incluso compradas y un porcentaje menor en botas nuevas (43%), mostrando que el 31%-22 deportistas de los 71 encuestados que han comprado su calzado dan muestras de la dificultad para el acceso a este producto ya que como se puede apreciar la gran mayoría de deportistas no poseen los recursos económicos para acceder de manera fácil a aun calzado de primera mano debido a su alto valor comercial.

(Grafico 11). Porcentajes de valor del calzado



Fuente: Propia

Como se puede apreciar en el análisis del (grafico 11), Valor calzado las botas no tienen un valor inferior a los \$ 100.000 a 200.000 (69%) donde se muestra la mayor concentración por ser el precio más bajo del mercado, mostrando los demás rangos de precio en una menor proporción hasta llegar al rango de los \$ 500.000 a 600.000 (3%) sin tener en cuenta que este no es el precio más alto de este tipo de calzado como se muestra en las siguientes evidencias lo que brinda una mirada clara de la posibilidad de crear una empresa de manufactura y comercialización de este tipo de calzado en la cual se apliquen todas la características técnicas y normas podológicas mediante el estudio y modelación de una muestra de calzado fabricado con materia prima y mano de obra local, minimizando costos de importación y brindando una mayor calidad de servicio en cuanto a las garantías del producto y los diseños del mismo de una manera más personalizada.

En la siguiente tabla se aprecian las principales marcas comerciales del calzado especializado para la halterofilia que tienen movimiento en Colombia, los cuales en su mayoría se deben comprar a través de las páginas web o en sus tiendas virtuales debido a que estas no poseen locales especializados para este tipo de calzado en el país, destacando que los precios aquí contenidos son de un alto valor en su mayoría ya que son valores de moneda extranjera convertidos a pesos, sumándole a esto los gastos de importación de los productos lo cuales son asumidos por el comprador.

(Tabla 4). Comercializadores y precios

https://www.adidas.es/halterofilia	(139 euros) adidas adipower
https://co.ebay.com/b/adidas-Weightlifting-Shoes-for-Men/158952/bn_73302631	(\$ 719.694) + (\$ 83.345 envió) adidas adipower
https://co.ebay.com/b/adidas-Weightlifting-Shoes-for-Men/158952/bn_73302631	(\$ 1.102.619) + (\$ 39.682 envió) assics weightliftig
https://co.ebay.com/b/adidas-Weightlifting-Shoes-for-Men/158952/bn_73302631	(\$ 833.699) + (\$ 73.534 envió)
https://www.amazon.es/zapatillas-halterofilia-Zapatos-complementos/s?k=zapatillas+halterofilia&rh=n%3A1571262031	(\$ 186 euros) reebok
https://listado.mercadolibre.com.co/zapatillas-de-halterofilia	(\$ 1.018.990) adipower halterofilia
https://listado.mercadolibre.com.co/zapatillas-de-halterofilia	(\$ 2.162.990) nike romaleos
https://listado.mercadolibre.com.co/zapatillas-de-halterofilia	(\$ 1.322.990) reebok lifter
https://listado.mercadolibre.com.co/zapatillas-para-levantamiento-de-pesas	(\$ 200.000) JEYTA

Fuente: Paginas comerciales del calzado

(Grafico 12). Clasificación de marcas

Fuente: Propia

En el análisis de este gráfico (Gráfico 12), Clasificación de marcas se capta que la marca más sobresaliente en las botas de levantamiento por los deportistas de la región es la marca JEYTA

(35%), donde según los datos de fuentes primarias logrados de manera informal esta empresa está ubicada en la ciudad de Bogotá sin datos de contacto y cuyo medio de comercialización solo se realiza a través de un entrenador de halterofilia de la misma ciudad el cual solo vende altas cantidades al por mayor y no al detal, captando otro dato mediante información informal de las fuentes primarias sobre la calidad y ergonomía de dicho producto como negativa ya que no cuentan con un modelaje ni hormas acorde a las necesidades de los deportistas.

(Imagen 1) zapatillas JEYTA



Fuente: foto propia

(Grafico 13). Origen del calzado



Fuente: propia

En el análisis del (Grafico 13), Origen del calzado, se puede apreciar el mayor movimiento en el calzado nacional (63%) ya que es el más asequible por los medios de consecución como apoyo de las ligas o clubes a los deportistas, estas entidades pueden hacer las ordenes de fabricación por

grandes volúmenes cuando se realizan eventos competitivos, buscando minimizar los costos de patrocinio ocasionando la fabricación en línea de dicho accesorio, el cual una vez los deportistas tiene la posibilidad de acceder al calzado especializado que cumple con las normas técnicas y los diseños atractivos realizan su respectivo cambio, donando este calzado de tipo nacional a sus compañeros o haciendo la devolución a sus clubes para los deportistas más nuevos en el proceso.

Estudio de Mercado

Objetivo general

- Determinar la demanda de una empresa comercializadora de calzado para el deporte de la halterofilia en la ciudad de Medellín.

Objetivos específicos

- Conocer el valor del calzado para la halterofilia en la ciudad de Medellín.
- Identificar los comercializadores de calzado para halterofilia en la ciudad de Medellín.
- Establecer las diferencias entre los comercializadores de calzado para halterofilia en la ciudad de Medellín.
- Definir el impacto de servicios de la empresa PW vs los comercializadores locales e internacionales.

Producto

El objetivo de esta futura empresa es poder comercializar calzado especializado para los jóvenes deportistas de la halterofilia de la ciudad de Medellín y el departamento de Antioquia los cuales no cuentan con la facilidad de acceder a un calzado tan poco común debido a sus características técnicas las cuales son necesarias para brindar la estabilidad y el confort en su la práctica deportiva como factor especial, este calzado de levantamiento de pesas cuenta con un tacón sueco el cual va

hasta la parte medial de la planta del pie fabricado en madera, y el resto del calzado esta reforzado y contra reforzado en todas sus partes con cuero sintético termo resistente que permite brindar confort y evitar el desgaste del material con el sudor o cambios de temperatura, con una correa de adhesivo al nivel del empeine para mayor ajuste del calzado, en colores y diseños a pedido de los clientes.

(Imagen 2), Zapatillas PW, Medellin



(Fuente), propia muestras comerciales

(Tabla 5), Características del calzado PW

Detalles	Tacón de madera 3.8 cm de altura, correa de ajuste en velcro adhesivo
Material	Cuero sintético termo resistente
Diseños	100% personalizados sobre pedido
Precio comercial	Zapatilla básica mono color \$ 125.000, zapatilla gama media \$ 160.000, zapatilla gama alta \$ 200.000
Costos de envío	Contra entrega envíos a cualquier parte del país
Tallas	36 a 45 tallaje nacional

Fuente: Propia

Características consumidores

Este producto está definido para ser usado por deportistas de la rama masculina y femenina en edades de 13 años en adelante, practicantes de halterofilia y otros deportes donde se requiere de un calzado que brinde estabilidad al hacer cualquier tipo de levantamiento de fuerza, permitiendo mantener la parte inferior firme en la superficie evitando daños estructurales y malas posturas.

- Jóvenes de escasos recursos
- Jóvenes menores de edad
- Deportistas no elite's que no tiene patrocinadores
- Deportistas con carácter y personalidad que les gustan los productos únicos
- Deportistas de clubes que quieren tener una identidad en su calzado

Mercado de las materias primas

En Medellín existen diferentes empresas dedicadas a la venta de insumos para el calzado, entre las que se encuentran: las peleterías, surtí herrajes, pegas, hilos y demás materiales para la manufactura de calzado, estas en su gran mayoría están ubicadas de forma específicas en el sector de palase las cuales manejan una amplia gama de productos para la marroquinería y talabartería, este es un centro de insumos al por menor y al mayoreo donde se encuentran todos los productos de baja, media y excelente calidad de acuerdo al presupuesto del fabricante.

Cabe resaltar que en este sector los precios son muy bajos destacando que dichos insumos en su mayoría son de origen nacional y alta calidad, principalmente por la condición de informalidad que se maneja el sector.

Análisis de la oferta: Empresas de calzado especializado en Colombia

ADIDAS

Empresa alemana que opera en todos los países que importa calzado de todas las gamas a nivel deportivo a Colombia con productos altamente tecnológicos y sofisticados, con una variedad de tiendas a lo largo de todo el territorio nacional, empresa posicionada por su larga trayectoria en el mercado mundial y reconocimiento del mismo por su estrategia comercial con deportistas y equipos deportivos reconocidos lo que hace que sus productos tengan en nuestro país un alto valor comercial.

(Imagen 3) Zapatillas ADIDAS ADIPOWER, GERMANY



(fuente), <https://www.adidas.com/us/adipower-weightlifting-2-shoes/F99816.html>

(Tabla 6), Características del calzado ADIDAS

Detalles	Tacón de policarbonato 3,5 cm de altura, correa de ajuste en velcro adhesivo
Material	Cuero sintético termo resistente
Diseños	100% estándar por producción
Precio comercial	(\$ 1.018,990)
Costos de envío	Contra entrega envíos a cualquier parte del mundo
Tallas	6 a 14 tallaje internacional

NIKE

Empresa norteamericana que importa calzado de todas las gamas a nivel deportivo a Colombia y cual quier parte del mundo con tiendas a nivel mundial y productos altamente tecnológicos y sofisticados, con una variedad de tiendas a lo largo de todo el territorio nacional, empresa posicionada por su larga trayectoria en el mercado mundial y reconocimiento del mismo por su estrategia comercial con deportistas y equipos deportivos reconocidos lo que hace que sus productos tengan en nuestro país un alto valor comercial.

(Imagen 4) Zapatillas NIKE ROMALEO, USA



(fuente) <https://www.nike.com/t/romaleos-3-xd-training-shoe-Tlhw8d>

(Tabla 7), Características del calzado NIKE

Detalles	Tacón de policarbonato 3,5 cm de altura, correa de ajuste en velcro adhesivo
Material	Cuero sintético termo resistente
Diseños	100% estándar por producción
Precio comercial	(\$ 2.162.990)
Costos de envío	Contra entrega envíos a cualquier parte del mundo
Tallas	6 a 14 tallaje internacional

Fuente: propia

REEBOK

Reebok International Limited es una compañía del reino unido, fabricante de ropa, zapatos y diversos accesorios deportivos que importa artículos deportivos a Colombia con productos altamente tecnológicos y sofisticados, con una variedad de tiendas a lo largo de todo el territorio nacional y demas paises en todos los continents, empresa posicionada por su larga trayectoria en el mercado mundial y reconocimiento del mismo por su estrategia comercial con deportistas y equipos deportivos reconocidos lo que hace que sus productos tengan en nuestro país un alto valor comercial. Hoy en día, pertenece al grupo alemán Adidas.

(Imagen 5) Zapatillas REEBOK, USA



(Fuente) <https://www.reebok.co/reebok-lifter-pr/BD2631.html>

(Tabla 8), Características del calzado REEBOK

Detalles	Tacón de policarbonato 3,5 cm de altura, correa de ajuste en velcro adhesivo
Material	Cuero sintético termo resistente
Diseños	100% estándar por producción
Precio comercial	(\$ 1.322.990)
Costos de envió	Contra entrega envíos a cualquier parte del mundo
Tallas	6 a 14 tallaje internacional

Fuente: Propia

JEYTA

Empresa nacional de calzado ubicada en la ciudad de Bogotá de la cual no se tiene mucha información al respecto ya que no cuentan con paginas ni redes sociales de comunicación al igual que no tiene un teléfono de contacto ni medios de publicidad, sus productos son comercializados a nivel local y según la opinión de las fuentes primarias su calidad es deficiente al igual que su ergonomía.

(Imagen 6), zapatillas JEYTA, COLOMBIA



(Fuente) foto propia

(Tabla 9), Características del calzado JEYTA

Detalles	Tacón de madera 3,5 cm de altura, correa de ajuste en velcro adhesivo
Material	Cuero sintético
Diseños	100% estándar por producción
Precio comercial	(\$ 180.000 a \$ 200.000)
Costos de envío	Contra entrega envíos a cualquier parte del mundo
Tallas	36 a 42 tallaje nacional

Fuente: Propia

Comparativo competencia

Haciendo una observación con los competidores se pueden destacar unas cuantas diferencias en cuanto al posicionamiento, target, producto, precio, canales y comunicación en los cuales se notan unas grandes diferencias con los comercializadores internacionales los cuales poseen unos procesos de fabricación a gran escala pero que la vez da la ventaja a nivel local de desarrollar productos más personalizados con un mejor servicio al público. Ver anexo (comparaciones competidores tabla 19)

(Tabla 10) Matriz DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Ser una empresa nueva en el mercado • Proceso de fabricación manual • Poca capacidad de negociación con proveedores • Portafolio de productos corto • Altas dificultades en los procesos para los créditos 	<ul style="list-style-type: none"> • Auge de las redes sociales • Mercado exigente en normas técnicas • Apoyo del gobierno para combatir el contrabando • Liderazgo en calidad y servicio • Mercado sin grandes barreras
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del entorno del mercado • Musculo financiero • Innovación en los diseños • Personal altamente calificado • Materiales altamente resistentes y confortables 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas automatizadas • Concentración del mercado en pocas marcas • Contrabando • Plagio del producto • Marcas muy arraigadas en el mercado • Aparición de nuevos comerciantes

Fuente: Propia

(Tabla 11) Comparacion de servicios competencia internacional

PW		COMPETENCIA INTERNACIONAL	
P	Especificaciones técnicas	Especificaciones técnicas	P
P	Calidad de materiales	Calidad de materiales	P
P	Diseños personalizados	Diseños standard	N
N	Tecnología básica	Tecnología Moderna	P
P	Bajo valor comercial	Alto valor comercial	N
P	Reconocimiento regional	Reconocimiento mundial	P
P= 5 N=1		P=4 N=2	

Fuente: Propia

(Tabla 12) Comparacion de servicios competencia local

PW		COMPETENCIA LOCAL	
P	Especificaciones técnicas	Especificaciones técnicas	P
P	Calidad de materiales	Calidad de materiales	N
P	Diseños personalizados	Diseños standard	N
N	Tecnología básica	Tecnología básica	N
P	Bajo valor comercial	Bajo valor comercial	P
P	Reconocimiento regional	Reconocimiento regional	P
P=5 N=1		P= 3 N= 3	

Fuente: Propia

Conclusiones estudio de mercado

- El producto de esta nueva empresa estará dirigido a una población de practicantes de las actividades de fuerza entre los 13 y 50 años que cada día crece más por la masiva apertura de centros de entrenamiento a lo largo del departamento y del país como lo son los gimnasios de crossfit, powerlifting y los diferentes clubes y ligas de halterofilia, destacando que en este último se cuenta con una población aproximada de (5.000) deportistas los cuales tienen la necesidad de un calzado especializado para su práctica deportiva que cumpla con todas las normas técnicas, buena calidad, diseños atractivos y comodidad.
- Una vez observado los distintos análisis del mercado se determinó que el calzado de los competidores tiene un alto valor que oscila entre \$ 180.000 y \$ 2.162.990, mientras que el calzado de la nueva empresa oscila entre los \$ 125.000 a \$ 200.000, minimizando sus costos de producción gracias a la compra de insumos al mayoreo, ahorro en gastos administrativos y de cánones de arrendamientos en locales comerciales, ofreciendo así una gran ventaja de mercado, buscando atraer un mayor público por la ventaja de la economía, proporcionando una mayor asequibilidad al público, ofreciendo un calzado de calidad con diseños personalizados que brinden una satisfacción completa a los clientes.
- En Medellín la oferta actual de calzado especializado para halterofilia no muestra un gran dominio de mercado lo que puede ser una gran oportunidad para entrar a competir fuertemente en este medio ya que solo se evidencian 3 competidores multinacionales que manejan altos precios y 1 competidor local que no satisface completamente las necesidades del público.

- Esta nueva empresa muestra tener diferencias significativas con todo sus competidores en la ciudad de Medellín ya que cuenta con múltiples factores como la personalización de diseños en sus productos, los precios asequibles, y el cumplimiento de las normas técnicas, además de la utilización de medios de comunicación digitales que a un bajo costo y sin una gran infraestructura lo pueden convertir en un buen negocio de baja inversión.
- Aunque el calzado de halterofilia no es un producto de primera necesidad, este si tiene un factor importante a la hora de realizar la práctica deportiva debido a sus características técnicas con un público en crecimiento, debido a las diversas modalidades deportivas que involucran la fuerza y hacen necesaria la consecución de un elemento que brinde la comodidad para su ejecución a un costo asequible.
- Generalmente este tipo de calzado es adquirido en tiendas virtuales o páginas de mercado en la web, mientras que para esta empresa los principales canales de venta serán las redes sociales, eventos deportivos locales, almacenes de terceros, gimnasios y centros de entrenamiento mediante convenios establecidos.
- La producción de este calzado se realizara a través de terceros en su fase inicial evitando sobre costos y gastos contractuales, realizando la entrega de insumos locales y diseños previamente establecidos, bajo la supervisión constante a través de las muestras y procesos de aprobación.

ESTUDIO FINANCIERO

(Tabla 13) Costo de componentes:

capacidad máxima de producción	200 unidades/mes
capacidad de uso actual	120 unidades/mes
costos materias primas	\$ 45.000 por unidad
costos mano de obra directa	\$ 50.000 por unidad
costos indirectos de fabricación variables	\$ 80.000 por unidad
gastos de venta fijos	\$ 200.000 mensuales
gastos administrativos	\$ 100.000 mensuales

Fuente: propia

(Tabla 14) Gastos de inversion inicial

Proyecto: PW weightlifting shoes.								
Doce (24) MESES A PARTIR DEL ACTA DE INICIO								
Cpto	Descripción	Detalle	Cant.	Unidad Medida	Costo mensual	Nº Meses	Costo total	TOTAL
R001	RECURSO HUMANO	Modelacion del calzado (Operario Zapatero)	1,00	Un	50.000	1,00	50.000	50.000
		Compra Accesorios de Fabricación	1,00	Un	200.000	1,00	200.000	200.000
		Muestras físicas (Operario Zapatero)	2,00	Un	125.000	1,00	250.000	250.000
		Gastos de Transporte Interno	1,00	Un	50.000	1,00	50.000	50.000
			0,00	Un	0	0,00	0	0
			0,00	Un	0	0,00	0	0
			0,00	Un	0	0,00	0	0
		SUBTOTAL PRESTACIÓN DE SERVICIOS						550.000
	DIAGNOSTICOS Y ESTUDIOS	Estudio de oferta y demanda	1,00	un	150.000	1,00	150.000	150.000
			0,00	un	0	0,00	0	0
		SUBTOTAL DIAGNOSTICOS Y ESTUDIOS						150.000
S306	EQUIPOS TECNOLOGICOS		1,00	un	0		0	0
			1,00	un	0		0	0
			1,00	un	0		0	0
			1,00	un	0		0	0
			1,00	un	0		0	0
			1,00	un	0		0	0
		SUBTOTAL EQUIPOS TECNOLOGICOS						0
SUBTOTAL								700.000
RESUMEN DE COSTOS								
Año 2019								
Total general							700.000	

Fuente: Propia

La empresa PW sera una empresa enfocada en la comercialización de calzado deportivo para el deporte de levantamiento de pesas, cuyos costos de inversión inicial fueron bajos debido a que solo se dedica a la comercialización y distribución de estos productos, sin estar sujeta a pagos de nóminas a técnicos, pero si a suministrar los insumos para manufactura, esta se encarga de pagar por la maquilación del producto y sus diseños para luego comercializarlos y distribuirlos a nivel local.

Precio de venta del producto (estimacion)

$$Pv=C.T+U$$

$$U=\%C.T$$

$$C.T= \$125.000$$

$$\%U= 60\%$$

$$Pv=\$125.000+0.6 (\$125.000)$$

$$Pv=\$125.000*(1+0.6)$$

$$Pv=\$125.000*(1,6) = \$200.000 \text{ (Pv Final)}$$

$$\$125.000*0.6 = \$75.000 \text{ Ganancia por Producto}$$

$$\$125.000+\$75.000 = \$200.000 \text{ Precio venta final}$$

(Tabla 15) Indicadores de evaluación financiera

AÑO	FX	VP	VPN
0	-\$700.000	-\$700.000,00	-\$700.000,00
1	\$ 5.400.000	\$4.320.000,00	\$ 4.320.000
2	\$ 5.400.000	\$3.456.000,00	\$ 3.456.000
3	\$ 5.400.000	\$2.764.800,00	\$ 2.764.800
4	\$ 5.400.000	\$2.211.840,00	\$ 2.211.840
5	\$ 9.000.000	\$2.949.120,00	\$ 2.949.120
6	\$ 9.000.000	\$2.359.296,00	\$ 2.359.296
7	\$ 9.000.000	\$1.887.436,80	\$ 1.887.437
8	\$ 9.000.000	\$1.509.949,44	\$ 1.509.949
	\$20.758.442,24	\$20.758.442,24	\$20.758.442,24
		\$ 20.758.442	
	TIR	597%	597%

INFLACION MEDIA ANUAL	4%
PREMIO AL RIESGO AÑO	20%
TMAR	25%

propia

Bajo el criterio del VPN el proyecto se acepta

Bajo el criterio de la TIR el proyecto se acepta 597% es mayor que 25%

(Tabla 16) Ganancia – utilidad de producto

PRODUCTO	PRECIO COSTO	PRECIO DE VENTA (COSTO+GANANCIA)	GANANCIA O UTILIDAD	GANANCIA O UTILIDAD (%)
PW # 1	\$ 125.000	\$ 200.000	\$ 75.000	60%

(Tabla 17) Analisis TIR

TIR	
Años	8
Valor Original	\$ 125.000
Valor Actual	\$ 200.000
Retorno Promedio	6,05%
Comprobacion	\$ 200.000

$$= \text{Valor Actual} / \text{Valor Original}^{(1/\text{Años})-1}$$

$$= \text{Valor}^{(1+\text{Retorno})^{\text{Años}}}$$

Fuente: Propia

(Tabla 18) El rendimiento de la inversión es de 6,05% ROI

Año # 1	Detalles	Unidades	Egresos	Ingresos
	Gastos de creacion	1 Unid	\$ 700.000	
	Compra de producto	72 Unid	\$9.000.000	
	Venta de productos	72 Unid		\$14.400.000
	Total		\$9.700.000	\$14.400.000
	Utilidad		\$	4.700.000

ROI
INGRESOS - INVERSIÓN
INVERSIÓN
\$14.400.000 - \$9.700.000
\$9.700.00
\$4.700.000
\$9.700.000
0,4 = 40%

Fuente: Propia

El retorno de la inversión es positivo 40% por lo tanto es rentable hacer la inversión.

CONCLUSIÓN

Según los resultados observados en los análisis financieros el proyecto PW puede ser viable ya que sus márgenes de ganancia son muy altos, respecto a la baja inversión del proyecto en su parte inicial y durante su proceso.

Capítulo 5

5.1. Conclusiones

Luego de realizar el análisis de cada uno de los resultados arrojados por la metodología para el estudio de factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de calzado de halterofilia en la ciudad de Medellín se determina las siguientes conclusiones:

- ✓ La creación de una empresa dedicada a la comercialización y en su primera fase a la fabricación por terceros de un calzado especializado para la halterofilia en la ciudad de Medellín, tiene una alta factibilidad debido a la fácil consecución de materia prima a bajo costo para la manufactura del calzado, evidenciando una falta de competencia local para satisfacer la demanda.
- ✓ El público objetivo para este producto en la ciudad de Medellín está caracterizado por jóvenes de 11 a 15 años, los cuales son estudiantes y habitan en estratos 1, 2 y 3 evidenciándose que sus familias son de bajos recursos económicos, creando una gran posibilidad de abrir mercado con una empresa que comercialice un calzado de bajo costo para estos jóvenes con su sede en la ciudad de Medellín ya que no se cuenta con un comercio muy posicionado de esta, lo que puede facilitar la consecución de un gran volumen de clientes para la misma, ubicándola como una empresa líder a nivel local con altas posibilidad de expansión a nivel nacional e internacional.
- ✓ Haciendo una observación clara de la obtención del calzado de halterofilia en Medellín se puede determinar que el acceso a este no es nada fácil ya que no es un artículo popular lo que ocasiona una baja comercialización en la ciudad evidenciando como el proceso más

común es el regalo o la compra de segunda mano y en el caso de los pocos deportistas con recursos la compra del mismo por paginas digitales, la importación, o la compra de calzado de la ciudad de Bogotá que no cumple con las exigencias técnicas.

- ✓ El municipio de Medellín no cuenta con un fabricante ni comercializador reconocido de calzado especializado para la halterofilia, identificando como competencia 4 comercializadores fabricantes de este de los cuales 3 son de orden internacional muy reconocidos con sus procesos de fabricación por fuera del país y 1 nacional con sus procesos de fabricación por fuera de la ciudad sin un gran volumen de productos en stock lo que hace necesaria en mayor proporción la importación de los productos, incrementando sus costos comerciales.

- ✓ La empresa ubicada en Medellín puede tener múltiples ventajas en cuanto a sus demás competidores a pesar de ser marcas reconocidas ya que por ser una empresa local su fuerte puede ser la atención personalizada y la garantía de los productos, satisfaciendo a la población con el bajo costo de los mismos, cumpliendo con todas las características técnicas exigidas por el público lo que puede facilitar su aceptación en el mercado convirtiéndolo en un fuerte competidor a futuro, utilizando como ventajas estratégicas la personalización de los artículos la cual no se encuentra en los demás competidores y la segunda el valor agregado al satisfacer las necesidades de forma rápida con atención personalizada.

5.2. Recomendaciones

Como estrategia de mercado y apostándole al crecimiento, se piensa implementar en su etapa inicial el pago por crédito a nivel local para los jóvenes de estratos 1, 2 y 3, logrando captar un mayor público de todos los campos del ejercicio de la fuerza, como gimnasios, liga de pesas de Antioquia y clubes de la ciudad de Medellín.

Referencias

- (Benassini, M. 2001) *introducción a la investigación de mercados: un enfoque para américa latina*. México: Pearson educación.
- Allen, Marc, (2002), *EL EMPRENDEDOR VISIONARIO: ENTRE TUS LOGROS EMPRESARIALES Y TU REALIZACIÓN PERSONAL PUEDE HABER EQUILIBRIO*. Buenos Aires: Empresa Activa. 206p. (HF5386.A42E).
- Aquesolo, J. A, (1992), *Diccionario de las Ciencias del Deporte*. Unisport. Junta de Andalucía, Málaga.
- Charniga, B (Agosto 2018), *why weightlifting shoes*, *Russian weightlifting library*, Rusia, Rescatado de: <https://www.iwf.net/2018/08/03/why-weightlifting-shoes/>.
- F. Rondón, (1993), *mercadotecnia en Venezuela*. Caracas Venezuela.
- Gonzales, L, Quiroga, R. (2018). *Economía naranja en Colombia*. Bogota.
- GONZÁLEZ DOMINGUEZ, FCO. J.; GANAZA VARGAS, J. D, (2010): *Principios y Fundamentos de la Gestión de Empresas*. Ed. Pirámide, Madrid.
- Heffernan, C (Abril 2016), *Historia de las botas de levantamiento*, USA, Recuperado de: <https://www.iwf.net/2018/08/03/why-weightlifting-shoes/>.
- Hernández Corvo, R. (1998) *Morfología Humana. Sistema locomotor*. España.
- Hernández Corvo, R. (1973) *Elementos elástico-compensantes y dinámica biológica. Seminario científico. XXVII Campeonato Mundial y I Panamericano de Levantamiento de Pesas*. Habana (Cuba).
- Herrera Corzo, A. (1987, 1992) *Levantamiento de Pesas. Deficiencias técnicas*. Editorial Científico Técnica. La Habana (Cuba).

Herrera, A. (2011). *La influencia del calzado sobre la técnica del levantador de pesas y como medio para potencializar la preparación de fuerza muscular*, Argentina: Efdeportes.com.

Recuperado de: <https://www.efdeportes.com/efd156/la-influencia-del-calzado-del-levantador-de-pesas.htm>.

ICONTEC. (1997). *Normas Técnicas, Colombia: Establece los requisitos que debe cumplir y los ensayos a los cuales debe someterse las botas tenis destinadas a las prácticas deportivas. Contiene definiciones, toma de muestras y criterio de aceptación o rechazo, empaque y rotulado. BOTAS TENIS PARA USO DEPORTIVO*. Recuperado de: <https://tienda.icontec.org/gp-botas-tenis-para-uso-deportivo-ntc4185-1997.html>.

Jlistov, M, Miulber, I, Herrera, A. (1976) *Nuevo método para el estudio de la trayectoria de la palanqueta con grandes perspectivas para el deporte masivo*. LPV, 731, La Habana.

LÓPEZ BEDOYA, J. (1995). "Entrenamiento temprano y captación de talentos en el deporte ". En "Iniciación deportiva y el deporte escolar ". Ed. Inde. Barcelona.

Moscoloni, N. (2005). *Complementación metodológica para el análisis de datos cuantitativos y cualitativos en evaluación educativa*. Revista Electrónica de Metodología aplicada, 10(2), 1-10. Recuperado de <http://www.psico.uniovi.es/rema/v10n2/moscoloni.pdf>.

N, Martin, (2016), *Patronaje y confección de calzado*, España.

Oficina económica y comercial de la embajada de España. (2005). (pag 33), *El Sector del Calzado en Colombia*, Bogotá: Camaravalencia.com, Recuperado de: https://www.camaravalencia.com/camaraonline/docs/El_sector_del_calzado_en_Colombia.pdf

- Sanchez. A (Marzo 2019), *La era digital: La mejor época para un emprendimiento de alto impacto*, *Mente diamante*, Recuperado de: <https://mentediamante.com/blog/era-digital-emprendimiento>.
- Sarmiento, D. (2017). *Livianos y flexibles, lo nuevo en calzado deportivo*, Colombia: La Republica. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/ocio/livianos-y-flexibles-lo-nuevo-en-calzado-deportivo-2511881>.
- Sato, K, Fortenbaugh, D, Hysock, DS. (2012). *Kinematic changes using weightlifting shoes on barbell back squat*. J Strength Cond Res. 2012 Jan; 26(1):28-33.
- Sato, K, Fortenbaugh, D, Hysock, DS. (2012). *Kinematic changes using weightlifting shoes on barbell back squat*. J Strength Cond Res. 2012 Jan; 26(1):28-33.
- Súper intendencia de industria y comercio. (2008). (pag 5,6,7 y 8), *Reglamento técnico sobre etiquetado de calzado y algunos artículos de marroquinería*, Bogotá: Ministerio de comercio, industria y turismo, Recuperado de: https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Nuestra_Entidad/Publicaciones/Reglamento_Calzado_julio5_2016.pdf.
- TRABAJO DE GRADO SEMINARIO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA,(2019),
Recuperado de:<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/20151/GonzalezSierra,LauraCatalina-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Whitting, J.W, Meir, R.A. Crowley-Mchattan, Z.J, Holding, R.C. (2016). *INFLUENCIA DEL CALZADO DE HALTEROFILIA EN LA SENTADILLA*, E.E.U.U: POWER EXPLOSIVE. Recuperado de: <https://powerexplosive.com/influencia-del-calzado-de-halterofilia-en-la-sentadilla/>.

Whitting, JW, Meir, RA, Crowley-McHattan, ZJ, and Holding, RC. (2016). *Influence of footwear type on barbell back squat using 50, 70, and 90% of one repetition maximum: a biomechanical analysis*. J Strength Cond Res 30(4): 1085–1092.

Whitting, JW, Meir, RA, Crowley-McHattan, ZJ, and Holding, RC. (2016). *Influence of footwear type on barbell back squat using 50, 70, and 90% of one repetition maximum: a biomechanical analysis*. J Strength Cond Res 30(4): 1085–1092.

Anexos
(Tabla 19) Comparativo competencia

marca	posicionamiento	target	producto	precio	canales	comunicacion
PW	Diseños personalizados, calidad de los productos, entrega eficiente de los productos, garantías eficientes, precios asequibles.	Toda la población del deporte de la haterofilia, crossfit y powerlifting a partir de los 13 años	Calzado deportivo especializado para la práctica de levantamiento de pesas	\$ 125.000 a 200.000	Redes sociales y demás medios de difusión comercial	Redes sociales, páginas web, eventos deportivos, centros de entrenamiento
ADIDAS	Diseños estándar, calidad de los productos, entrega demorada, garantías no seguras, precios muy altos.	Toda la población del deporte de la haterofilia, crossfit y powerlifting a partir de los 13 años	Calzado deportivo especializado para la práctica de levantamiento de pesas	\$1.018.990	Tienda propia	
NIKE	Diseños estándar, calidad de los productos, entrega demorada, garantías no seguras, precios muy altos.	Toda la población del deporte de la haterofilia, crossfit y powerlifting a partir de los 13 años	Calzado deportivo especializado para la práctica de levantamiento de pesas	\$2.162.990	Tienda propia	Todos comparten las páginas web, las redes sociales, el catálogo, la tienda como sus principales medios de comunicación masivos, tienen exposición en revistas y comerciales de TV
REEBOK	Diseños estándar, calidad de los productos, entrega demorada, garantías no seguras, precios muy altos.	Toda la población del deporte de la haterofilia, crossfit y powerlifting a partir de los 13 años	Calzado deportivo especializado para la práctica de levantamiento de pesas	\$1.322.990	Tienda propia	
JEYTA	Diseños estándar, baja calidad de los productos, entrega demorada, garantías muy cortas, precios moderados.	Solo población de levantamiento de pesas	Calzado deportivo especializado para la práctica de levantamiento de pesas	\$ 180.000 a 200.000	Local alquilado	Mediante un entrenador

ENCUESTA INVESTIGACION**Nombre completo:** _____**Sexo:** _____ **Edad:** _____ **Estrato:** _____**Ocupación:** _____ **Estado civil:** _____**Es deportista de elite de la liga o solo aficionado:** _____**Recibe un auxilio económico como deportista: Si:** _____ **No:** _____**Cuantos salarios mínimos: \$** _____**Pertenece a la Liga antioqueña o a un Club:** _____**Posee botas para la práctica deportiva:** _____**Describe como las obtuvo:**

Si las compro, responda si son de segunda mano o nuevas: _____**Describe el valor en pesos de sus botas: \$** _____**Que marca son sus botas para entrenar:** _____**Si son nacionales o importadas:** _____