



**Vicerrectoría Llanos
Facultad de Ciencias Empresariales
Programa de Administración de Empresas**

**Plan de Negocios para la Creación de una Fábrica de Calzado con Énfasis en
Tallas Grandes, en la Ciudad de Villavicencio/Meta**

Para obtener el título de Administrador de Empresas

Presenta:

Luisa Fernanda Díaz Cruz

Asesor:

Henry Villamil Guerrero

Economista

Villavicencio, Meta, Colombia

Febrero de 2016

Tabla de contenido	pagina
Introducción.....	8
Justificación.....	9
Objetivos.....	11
Antecedentes.....	12
Capítulo 1 Estudio de Mercado.....	14
1.1 Análisis del sector	14
1.2.1 Mercado potencial	17
1.2.2 Mercado objetivo.....	17
1.2.3 Consumo aparente.....	17
1.2.4 Perfil del consumidor.....	18
1.3.1 Competencia.....	19
1.4 Investigación de mercado	21
1.4.1 Planteamiento del problema.....	21
1.4.2 Análisis del contexto.....	23
1.4.3 Método.....	23
1.4.4 Diseño de la investigación.....	23
1.4.4 Resultados de la investigación.....	25
Capítulo 2 Plan de Mercado.....	35
2.1 Concepto del producto.....	35
2.1.2 Descripción del producto.....	35
2.1.3 Proceso de modelación.....	36
2.1.4 Características del calzado.....	37
2.2 Estrategias de distribución.....	38
2.3 Estrategias de precio.....	38

2.3.2 Precio de fabricación de calzado.....	39
2.4 Estrategias de promoción.....	40
2.5 Estrategias de comunicación.....	41
2.6 Estrategias de servicio.....	41
2.7 Presupuesto de mezcla de mercado.....	42
2.8 Estrategia de aprovisionamiento.....	43
2.9 Proyección de ventas.....	43
Capítulo 3 Estudio Técnico de Operación o de Ingeniería.....	47
3.1 Operación.....	47
3.1.1 Ficha técnica.....	47
3.1.2 Estado de desarrollo del arte.....	48
3.1.3 Descripción del proceso.....	49
3.1.4 Necesidades y requerimientos.....	59
3.1.5 Plan de producción.....	62
3.2 Plan de compras.....	63
3.2.1 Consumo por unidad de producto.....	63
3.3 Infraestructura.....	64
Capítulo 4 Estudio Organizacional.....	67
4.1 Análisis DOFA.....	67
4.1.1 Organismos de apoyo.....	67
4.2 Estructura organizacional.....	68
4.3 Aspectos legales.....	71
4.4 Gastos de administración.....	74
4.4.1 Gastos de personal.....	74
4.4.2 Gastos de puesta en marcha.....	76
4.4.3 Gastos anuales de administración.....	76
Capítulo 5 Estudio Financiero.....	77

5.1 Analisis de los ingresos.....	77
5.1.1 Fuentes de financiación.....	77
5.2 Analisis de los egresos.....	79
5.3 Capital de trabajo.....	83
5.4 Modelo de financiación.....	84
5.4.1 Modelo financiero.....	84
5.4.2 Base de cálculo.....	86
5.4.3 Balance general.....	86
5.4.4 Estado de resultados.....	87
5.4.5 Flujo de caja.....	88
5.4.6 Resultados	89
Capítulo 6 Plan Operativo.....	90
6.1 Cronograma de actividades.....	90
6.2 Metas sociales.....	91
6.2.1 Plan de nacional de desarrollo.....	91
6.2.2 Plan regional de desarrollo.....	91
6.2.3 Clúster o cadena productiva.....	92
6.2.4 Empleo.....	93
6.2.5 Emprendimiento.....	93
Capítulo 7 Impacto Económico, Regional, Social, y Ambiental.....	94
7.1 Impacto económico.....	94
7.2 Impacto regional.....	94
7.3 Impacto social.....	94
7.4 Impacto ambiental.....	95
Resumen ejecutivo.....	96
Bibliografía.....	100

Lista de Tablas	pagina
Tabla 1. Venta mensual de tallas grandes en almacenes.....	16
Tabla 2. Venta mensual de tallas grandes en fábricas.....	16
Tabla 3. Mercado potencial de Villavicencio.....	17
Tabla 4. Mercado objetivo de la ciudad de Villavicencio.....	17
Tabla 5. Consumo aparente.....	18
Tabla 6. Competencia fábricas de calzado.....	19
Tabla 7. Competencia almacenes de calzado.....	20
Tabla 8. Competencia tiendas virtuales.....	20
Tabla 9. Materiales para la fabricación de calzado.....	37
Tabla 10. Competencia de precios.....	39
Tabla 11. Precio para la fabricación de calzado masculino.....	39
Tabla 12. Precio para la fabricación de calzado femenino.....	40
Tabla 13. Precio de calzado femenino y masculino.....	42
Tabla 14. Costo de estrategia de promoción.....	42
Tabla 15. Presupuesto de mezcla de mercados.....	43
Tabla 16. Descuento de aprovisionamiento.....	43
Tabla 17. Proyección de ventas masculina talla normal.....	44
Tabla 18. Proyección de ventas masculino talla grande.....	44
Tabla 19. Proyección de ventas femenino talla normal.....	44
Tabla 20. Proyección de ventas femenino talla grande.....	44
Tabla 21. Total de venta anual.....	45
Tabla 22. Total de pares anual.....	45
Tabla 23. Ficha técnica calzado femenino.....	47
Tabla 24. Ficha técnica calzado masculino.....	48
Tabla 25. Tiempo para la fabricación de un calzado.....	50

Tabla 26. Elementos para el funcionamiento de la fábrica.....	52
Tabla 27. Características de requerimiento para el funcionamiento de la fábrica..	58
Tabla 28. Materia prima e insumos para la elaboración del calzado masculino....	59
Tabla 29. Materia prima e insumos para la elaboración del calzado femenino.....	60
Tabla 30. Materia prima e insumos mensual masculino.....	61
Tabla 31. Materia prima e insumos mensual femenino.....	61
Tabla 32. Materia prima e insumo para calzado masculino.....	64
Tabla 33. Materia prima e insumo para calzado femenino.....	64
Tabla 34. Elemento para la fabricación de la fábrica.....	65
Tabla 35. Nómina de personal.....	75
Tabla 36. Gastos de administración.....	76

Lista de graficas

pagina

Grafica 1. Gráfica y análisis de la pregunta 1 encuestada femenino.....	27
Grafica 2. Gráfica y análisis de la pregunta 1 encuestada masculino.....	27
Grafica 3. Gráfica y análisis de la pregunta 2 encuestada femenino.....	28
Grafica 4. Gráfica y análisis de la pregunta 2 encuestada masculino.....	28
Grafica 5. Gráfica y análisis de la pregunta 3 encuestada femenino.....	29
Grafica 6. Gráfica y análisis de la pregunta 3 encuestada masculino.....	29
Grafica 7. Gráfica y análisis de la pregunta 4 encuestada femenino.....	30
Grafica 8. Gráfica y análisis de la pregunta 4 encuestada masculino.....	30
Grafica 9. Gráfica y análisis de la pregunta 5 encuestada femenino.....	31
Grafica 10. Gráfica y análisis de la pregunta 5 encuestada masculino.....	31
Grafica 11. Gráfica y análisis de la pregunta 6 encuestada femenino.....	32
Grafica 12. Gráfica y análisis de la pregunta 6 encuestada masculino.....	32
Grafica 13. Gráfica y análisis de la pregunta 7 encuestada femenino.....	33
Grafica 14. Gráfica y análisis de la pregunta 7 encuestada masculino.....	33
Grafica 15. Gráfica y análisis de la pregunta 8 encuestada femenino.....	34
Grafica 16. Gráfica y análisis de la pregunta 8 encuestada masculino.....	34

Introducción

Atraves del tiempo Colombia ha presentado incrementos, significativos en los sectores industriales, gracias al esfuerzo de innovación y desarrollo, en la diferencia de productos, con mejoras continuas en la presentación de servicios, para crear un escenario competitivo sostenible.

Gracias a ello se han encontrado proyectos de emprendimiento propuestos, que hacen de la crisis una oportunidad y de ella un negocio, agregando valor no solo al sector industrial, si no de igual manera al país teniendo en cuenta grandes amenazas, como la competencia creciente, como los países asiáticos y sus cadenas productivas, los cuales no han descansado en buscar estrategias que les permita mantenerse sólidos en cualquier negocio que emprendan.

De acuerdo con lo anterior, el plan de negocios denominado, creación de una fábrica de calzado con énfasis en tallas grandes, en la ciudad de Villavicencio/meta busca contribuir en gran medida al crecimiento económico del país y por supuesto a la región, con estrategias de valor agregado, atractivas para los diferentes grupos de interés (competidores, clientes, proveedores, etc.), en el sector del calzado, Bajo estas circunstancias, la idea de negocio propone enfatizar la fabricación de calzados en talla grandes, ya que en la ciudad de Villavicencio, la oferta es muy reducida, y según el estudio de mercado realizado no supe las necesidades de las personas que requieren de ciertas tallas grandes, por otro lado se propone brindar un servicios de estilo personalizado, para todas las tallas entre un rango de 35-42 femenino y 37-46 masculino, con cueros de excelente calidad, y capital humano capacitado para la fabricación de los productos ofrecidos.

De igual forma la responsabilidad social y ambiental son tomadas en cuenta como otro de los pilares para el desarrollo del plan de negocio, tomando como compromiso y medida obligatoria para la producción, el colaborar al límite en todo lo que concierne al cuidado del medio ambiente y por otra parte de nuestra empresa a nivel social, haciendo sentir a cada miembro de la misma, lo mejor posible, brindando un buen ambiente de trabajo, otorgando todos los beneficios sociales que la ley sostiene, y finalmente queremos hacer recolección del calzado en buen estado que el cliente no desee usar más, y ser tomados como donación para las personas de escasos recursos.

Justificación

Encontrar zapatos adecuados, cómodos y de tallas grandes específicamente hasta el 46, en ocasiones resulta dificultoso. Puesto que existen muchos casos en que las personas (mujeres y hombres) van a distintos almacenes o fábricas buscando estas tallas y no se encuentran, en caso de poder adquirir un calzado de estas tallas no llena completamente sus expectativas, ya que el estilo es poco llamativo para el cliente, debido a que no se fabrica y comercializa gran variedad de calzado en estas tallas.

Algunas mujeres tienen complejidad para conseguir zapatos de tallas grandes, puede resultar muy complejo encontrarlo en un tacón, lo mismo sucede en el caso de los hombres con los zapatos formales.

Debido a esta necesidad que tiene una parte de la población de Villavicencio, surgió la idea de negocio, en crear una fábrica de calzado enfatizada en tallas grandes, femenino y masculino, El objetivo de esta idea es brindar comodidad, facilidad de encontrar zapatos a los gustos y preferencias de los clientes, con medidas grandes ya que por lo visto resulta ser arduo encontrarlos.

Esta necesidad se halló, por la experiencia adquirida en almacenes spring step en el área de ventas en cuanto al calzado, se visualizó que al almacén llegaban mujeres y hombres, buscando zapatos con tallas como cuarenta y tres y cuarenta y seis (43-46) en hombres, treinta y nueve y cuarenta y dos (39-42) en mujeres lo cual era complicado ofrecer estos productos, porque la mayoría de calzado para hombre llegaba hasta el 43 en pocos casos, y para mujer hasta la 39 en hormas pequeñas.

De igual forma estos clientes, comentaban que se les hacía difícil, encontrar zapatos a su gusto y a su tamaño.

La fábrica de calzado contara no sola mente con el servicio de venta de zapatos, si no que de igual forma, se fabricaran a la medida y acomodo del cliente con estilos personalizados para todas las tallas en general (35-42 femenino 37-46 masculino)

Otros puntos a favor para justificar la creación de la empresa de calzado en tallas grandes para la ciudad de Villavicencio, son los destacados por la consultora (Raddar) donde se dice que un 49,5% de los colombianos compra zapatos por necesidad y comodidad; un 33,3% lo hace por gusto; el 3,1% se inclina por el precio y solo el 1,2% se fija en la moda. Lo cual refleja que un consumidor feliz con el calzado se convierte en un comprador fiel de determinados productos. En tal caso

posicionar el servicio personalizado de calzado en tallas grandes de nuevo se convierte en una gran oportunidad de negocio tomando dichos datos como base.

Para la creación del plan de negocio se tomaran los siguientes parámetros:

- Estudio de mercados
- Plan de mercadeo
- Estudio Técnico, de Operación o de ingeniería
- Estudio Organizacional
- Estudio Financiero
- Plan Operativo
- Impacto económico, regional, social y ambiental

Que serán la base para evaluar la viabilidad, que puede llegar a tener nuestro plan de negocios.

Objetivos

Objetivos General

Elaborar un plan de negocio que nos permita visualizar la posibilidad de crear una empresa que produzca y distribuya calzado en tallas grandes, y que le brinde comodidad a los usuarios, en la ciudad de Villavicencio para el año 2017.

Objetivos Específicos

- Realizar un análisis de mercado mediante estudios y pruebas para conocer dónde están nuestros posibles clientes y competencia.
- establecer un plan de mercado que permita encontrar la producción Precio, plaza y promoción para la ejecución del proyecto.
- Determinar el impacto económico regional, social y ambiental que tendrá el proyecto en la ciudad de Villavicencio mediante su ejecución.
- crear una estructura organizacional administrativa óptima y los planes de trabajo administrativos con lo cual operara el proyecto una vez este se ponga en funcionamiento.
- Conocer la viabilidad del proyecto, mediante un estudio financiero para la elaboración y comercialización de calzado en tallas grandes para el sustento de la fábrica.

Antecedentes

El zapato es una pieza que se lleva en los pies y que sirve para protegerlos mientras realizamos diferentes tareas. El avance de los zapatos ha sido tal, que hoy en día, algunos de ellos se los considera como obras de arte, y han recopilado una larga lista de fanáticos tras ellos.

Los primeros diseños no eran complejos, a menudo simples “bolsas de pie” de cuero para proteger a los pies de las rocas, escombros, y el frío. Fue a partir de la Edad Media, cuando se comenzaron a utilizar diferentes materiales alternados para que se adaptara mejor al pie.

Continuadores de una larga tradición de zapateros, que ya va por la cuarta generación, lo que a finales del siglo pasado era una actividad artesanal de fabricación y adaptación del zapato de aquella época ha ido convirtiéndose en un servicio esmerado de comercialización de los mejores calzados de descanso pero no se han preocupado por el calzado especializado en pies que no encuentran una solución a su problemática en las zapaterías y ortopedias tradicionales: pies extra anchos y sensibles, pies diabéticos, juanetes anchos, tallas especiales, deformidades, botas anchas de pie y pierna, entre otros problemas de calzado, para las personas con tallas grandes.

Colombia es un país reconocido a nivel mundial por ser una zona de moda, diseño e insumos de calidad en materia de calzado. Hoy se cuenta con regiones muy productivas y competitivas como Bucaramanga, el cual ha sido señalado por el Consejo Nacional de Competitividad como la zona de mayor avance en éste tema.

Por otro lado, el valle del Cauca goza de condiciones climáticas y de infraestructura sólida que permiten el uso de materias primas de óptima calidad y adecuada para el tipo de necesidades que a nivel nacional e internacional exigen los clientes. Ante este hecho los medianos y pequeños productores del cuero en el Valle del Cauca han tomado consciencia de que una de las alternativas para que las organizaciones crezcan, es orientando parte de los esfuerzos hacia el mercado internacional.

Actualmente el sector no atraviesa una de sus mejores épocas en ventas, la problemática radica principalmente en la competencia asiática, la volatilidad en el precio, la caída de las exportaciones y la baja demanda interna que se ha venido presentando, ante estos antecedentes la fábrica de producción y comercialización de tallas grandes en la ciudad de Villavicencio se caracterizará por ofrecer un producto de diseño personalizado, finos materiales que permitan al cliente la comodidad en su uso, una experiencia de compra única y un precio adecuado a sus requerimientos económicos.

Con las investigaciones realizadas hemos visto que en los diferentes almacenes de calzados en Villavicencio se ofrecen grandes variedades de estilos en calzado, pero no están teniendo en cuenta los números grandes, una de las marcas que ofrece calzado hasta talla 45 es la marca Adidas, pero únicamente maneja calzado deportivo y siendo estas las tallas que se terminan más rápido, ya que se traen muy pocas numeraciones.

Con lo anterior, se puede concluir que la fábrica de producción y comercialización de calzado en tallas grandes en la ciudad de Villavicencio es una idea innovadora para su desarrollo en la ciudad y la cual se proyecta como una ventaja para incentivar la competitividad en el sector y en la región.

CAPITULO 1

ESTUDIO DE MERCADO

1.1 Análisis del Sector

Las señales sobre el futuro de la industria colombiana del calzado tienen a los empresarios del sector caminando, por primera vez en varios años, por la ruta del optimismo.

Según el (Dane), entre enero y noviembre del año 2015, las ventas aumentaron 13,2 por ciento en calzado y 7,3 por ciento en marroquinería.

Participación del sector del calzado en Colombia

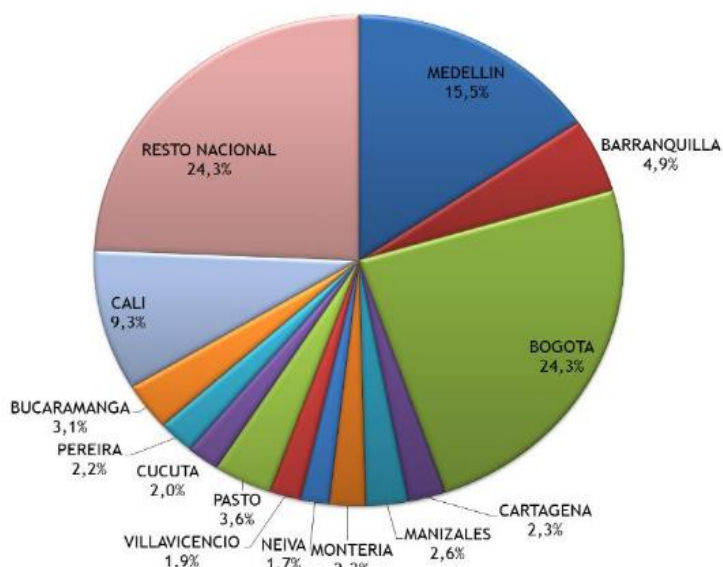


Gráfico 1. Participación del calzado en Colombia
Fuente: Dane

Según la publicación del 8 diciembre del 2015 (el portafolio.com) nos arroja las siguientes cifras: En cuanto al sector del Cuero, Calzado y sus Manufacturas, fue posible presenciar un crecimiento en el calzado del 20,7%, que contrastado con una 11 contracción del 1,6% en los artículos de marroquinería, y del 3,7% en el curtido y preparado de cuero, fue positivo para el sector. Estos resultados se deben principalmente a un incremento en las ventas del 20,5% en el sector calzado, y la respectiva disminución del 10,9% en el curtido, y el crecimiento en la marroquinería del 1,2% con un incremento a su vez en la generación de empleo para el primer periodo del año 2015 y del 8,4% especialmente en el área administrativa; por su

lado, en la industria del calzado el empleo creció en un 10,6%, y en la de curtido se redujo en un 8%. Finalmente, en cuanto al comercio minorista, se presentó un incremento conjunto del 20,4% por parte del calzado y la marroquinería, siendo el primero el que mayor crecimiento presentó de los dos.

1.2 Análisis del Mercado

La Asociación de Fabricantes de Calzado del Meta y Oswaldo Avellaneda asegura que la industria de calzado genera 700 empleos directos. Eso refleja que sí estamos aportando a la economía local.

Se estima que hay unas 50 fábricas de calzado en Villavicencio que producen cerca de 20 mil pares de zapatos cada mes. Calcula que el 15% de las ventas de zapatos son producción local. El resto viene de otras regiones del país y de China.

Se busca que la gente empiece a identificar lo que es elaborado y manufacturado por nuestros empresarios, a través de las diferentes ferias que se aran, para que los fabricantes de calzado expongan sus productos, y así mismo aumentar su demanda.

Según un artículo de (llanoalmundo.com) nos presenta información sobre el sector del calzado en Villavicencio que viene trabajando desde hace 35 años, con empresas representativas, que buscan dinamizar la economía regional. A nivel nacional Bucaramanga y Cúcuta son reconocidos por jalonar este importante sector económico, labor que en este momento se está desarrollando en el Departamento del Meta, los fabricantes de calzado se han agremiado para fortalecerse y atender las dos grandes licitaciones de calzado que se avecinan. Actualmente se fabrican 25.000 pares de calzado mensualmente, a lo que hemos visto que el sector creció en un 6.5% al anterior año.

En la ciudad de Villavicencio hay que apostarle al desarrollo regional y empresarial, cada vez que una administración pone los ojos en sus empresarios, pone los ojos en el desarrollo local, de la única manera que llegamos del discurso al hecho, para superar las contradicciones económicas, de superar las desigualdades y mejorar las condiciones de seguridad de una ciudad se da en la medida en que se apoya a los empresarios" Oswaldo Avellaneda Lizcano, Presidente ASFACALMET, también se resaltó el acompañamiento del Concejal Fernando Vargas con el Sector del Calzado, quien ha participado en el proceso de la agremiación y que próximamente presentará un proyecto de acuerdo para que la Feria del Calzado y la Marroquinería se institucionalice a nivel municipal.

Con base al estudio de mercado hecho en la ciudad de Villavicencio a 8 almacenes de calzado, y 5 fábricas de calzado se encontró la siguiente información para la producción de tallas grandes en un mes:

Venta promedio mensual de calzado en tallas grandes (almacenes)

NOMBRE	Tallas	Pares hombre	talla	Pares mujer
Apile	43	40	39-40	50
Adidas	43	150	39-41	120
Calza todo	43	30	39	40
Reinder			39-40	50
Puma	43-45	70	39-40	50
Bata	43	60	39	80
Croydon	43-45	50	39-40	60
Bossi	43-44	60	39	60
Spring step	43	60	39-40	70

Tabla 1. Venta mensual de talla grande en almacenes de calzado

Fuente: El autor año 2016

Venta promedio mensual de calzado en tallas grandes (fabrica)

NOMBRE	Tallas	Pares hombre	talla	Pares mujer
Store sandals			39-40	220
Los príncipes	43-45	40	39-40	30
La casa de la cotiza	43-44	30	39-40	60
El mundo del poncho y cotiza	43	20	39	25
Fabrica Rony	43-44	50		

Tabla 2. Venta mensual de talla grande en fábricas de calzado

Fuente: El autor año 2016

Con base a la información obtenida en los almacenes de calzado, las tallas grandes llegan en muy pocos modelos, lo que es poco atractivo para el cliente y hace que se pierdan posibles ventas, por otro lado las fábricas que ofrecen calzado grande, en su mayoría es calzado formal, y no prestan mucha atención al calzado deportivo lo cual en su gran parte es lo que más se vende para los hombres con esta necesidad de una talla extra, y prefieren prestar mayor atención a las personas con tallas normales, ya que es un mercado más amplio.

Promedio mensual en ventas de talla normal:

	Promedio en pares mensual
Almacén	1000/1500
Fabrica	600/650

Tabla 3. Venta mensual total en almacenes de calzado

Fuente: El autor año 2016

1.2.1 Mercado Potencial:

El mercado potencial de la fábrica de calzado será 355.569 personas hombres y mujeres de 14 años en adelante con talla grandes, y tallas normales de todos los estratos de la ciudad de Villavicencio (Dato tomado del DANE año 2015)

DETALLE	POBLACION	%
Hombres	169.555	47.69
Mujeres	186.014	52.31
Total	355.569	100%

Tabla 4. Mercado potencial de Villavicencio/meta

Fuente: El autor año 2016

1.2.2 Mercado Objetivo:

El mercado objetivo al que va dirigido la fábrica de calzado será el 1% del mercado potencial que equivale a 3.555 pares de zapatos para el primer año, clientes ubicados en todos los estratos de la ciudad de Villavicencio. De los cuales se producirán de la siguiente manera

Detalle	Pares y tallas normales anuales	Pares y tallas grandes anuales	Total
Hombres	1516 (38-42)	180 (43-45)	1696
Mujeres	1620 (35-38)	240 (39-41)	1860
Total	3.146	420	3.556

Tabla 5. Mercado objetivo de la ciudad de Villavicencio/meta

Fuente: El autor año 2016

1.2.3 Consumo Aparente

El comportamiento del consumo del calzado en Colombia según sevenoticias revela que Las compras de calzado de enero a junio de 2015 alcanzaron los \$1.4 billones de pesos, presentando un crecimiento corriente de 10 por ciento respecto

al año anterior. Se espera que para el período enero-julio de 2016 el consumo llegue a 1.7 billones de pesos.

A continuación se muestran las principales ciudades donde uvo un incremento en el sector del calzado:

Ciudad	Porcentaje
Pasto	1,64%
Manizales	1%
Pereira	0,96%
Villavicencio	0,8%
Bucaramanga	3%
Medellín	5%
Bogotá	3%

Tabla 5. Consumo aparente

Fuente: sevenoticias

Con la investigación realizada a 347 personas con tallas grandes de la ciudad de Villavicencio, muestran que estas personas compran zapatos en la mayoría de los casos cada 3 a 6 meses.⁵

1.2.4 Perfil del Consumidor

- El segmento femenino es altamente influenciado por la moda y el estilo:

Para este segmento femenino es más importante la moda y estilo del calzado, que la propia duración del zapato, lo que buscan es poder encontrar un calzado llamativo y cómodo.

- El segmento masculino busca calzado práctico:

En este segmento, los estilos tienden a mantenerse por más tiempo. Se subdivide en hombres jóvenes y adultos. Los jóvenes tienen mayor conciencia sobre la moda y las marcas; mientras que los adultos se preocupan por contar con lo básico. A este segmento le interesa el confort, la calidad y cada vez más, el diseño.

1.3 Análisis de la Competencia

La fábrica de calzado cuenta con una competencia directa, como lo son los almacenes, fábricas, y tiendas virtuales que ofrecen muy poca variedad de calzado en talla grande.

1.3.1 Competencia

FABRICA	UBICACIÓN	SERVICIO
Fábrica De Calzado Diseños Javier	Cl 35 24-12 Brr. San Isidro. Villavicencio. Meta	Zapato para dama y caballero en tallas comunes
Fábrica De Calzado Rony	Cr36 22-53 San Benito. Villavicencio. Meta	Zapato para caballero.
La casa de la cotiza	Barzal	Zapato para dama y caballero
Fábrica Y Almacén De Calzado Los Principies	Cl 36 33 A 44/46. Villavicencio. Meta	Zapato para dama y caballero en tallas comunes
Fábrica De Calzado Amor	Cl 40 16 B-24 Brr. Madrigal. Villavicencio. Meta	Zapato para dama y caballero en tallas comunes
Fábrica Y Almacén De Calzado Los Príncipes en Villavicencio	Calzado - Cl 36 # 33a-44 46, Meta, Villavicencio	Zapato para dama y caballero en tallas comunes
Fábrica De Calzado Diseños Javier -	Cl 35 24-12 Brr. San Isidro. Villavicencio, Meta	Zapato para dama y caballero en tallas comunes
Fábrica De Calzado Amor	Cl 40 16 B-24 Brr. Madrigal. Villavicencio, Meta	Zapato para dama y caballero en tallas comunes
STORE SANDALS	Carrera 34 No.37 - 10 , bajo barzal Villavicencio (11001) – Meta	las mejores sandalias plataformas, suecos, tacón

Tabla 7. Competencia Fábricas de calzado

Fuente: El autores año 2016

ALMACEN	UBICACIÓN	SERVICIO
Calzado Spring Step	Cr30 38 A-04. Villavicencio. Meta	Zapatos en Villavicencio, Calzado infantil en Villavicencio, Calzado para niños en Villavicencio, Carteras en Villavicencio, Dotaciones para Empresas en

		Villavicencio, Uniformes en Villavicencio
Calzado Alpie	Cl 37 A 29-61. Villavicencio. Meta	Zapatillas en Villavicencio
Calce Fino	Cr31 40-21. Villavicencio. Meta	Venta de todo tipo de calzado
Calzado Bucaramanga	Cr30 37-17. Villavicencio. Meta	Venta de todo tipo de calzado
Hot Shop	C.C. Marandua Centro L-105. Villavicencio. Meta	Venta de todo tipo de calzado
Planeta Sport	Av40 33-00 L-219 Maizaro. Villavicencio, Meta.	Ropa deportiva Calzado deportivo
Calzado Mauros	Cl 37 B 25-54 San Isidro. Villavicencio, Meta	Venta de todo tipo de calzado
Calzado Fresitas	Cr30 A 38-33 Centro. Villavicencio, Meta.	Calzado para dama
Calzado Bata	Centro de Villavicencio	Venta de todo tipo de calzado
Caterpillar	Centro comercial viva	Venta de calzado formal e informal, botas.
Brahama	Centro de Villavicencio	Venta de todo tipo de calzado en cuero
Nike	Centros comerciales	Zapatos deportivos
Adidas	Centros comerciales	Zapatos deportivos

Tabla 8. Competencia almacenes de calzado

Fuente: El autor año 2016

Tiendas virtuales	Servicio
Grandes zapatos.com	Venta de calzado en tallas grandes, variedad de marca
Grandes pies.com	Venta de calzado en tallas grandes, marcas personalizadas
http://www.europages.es/	Proveedores de calzado tallas grandes
http://www.biguers.com/	Venta de calzado tallas grandes para hombre

Tabla 9. Competencia tiendas virtuales de calzado

Fuente: El autor año 2016

1.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

1.4.1 Plantiamento del Problema

Que viabilidad existe para crear una fábrica de calzado en Villavicencio con énfasis en tallas grandes que supla la demanda existente?

Es usual que una persona con talla grande, se le dificulte encontrar un tipo de calzado que satisfaga totalmente su necesidad. En los diferentes almacenes y fábricas situados en la ciudad, hay variedad de zapatos, y estilos, pero no cumplen totalmente las expectativas de estas personas, las diferentes fábricas manejan calzados, pero hasta cierta talla, porque no habían prestado atención a este tipo de mercado.

Por otro lado, no solo es importante por el estilo del zapato, sino también la comodidad de este, ya que puede perjudicar en la salud de las personas.

Este problema del calzado no afecta solamente a las personas con talla grande, si no también aquellas que tienden a tener pies anchos, van a necesitar de una talla más grande, debido a que usar zapatos apretados genera problemas circulatorios, el mal olor, las uñas encarnadas y hasta la formación de hongos en los pies que son consecuencia, en muchos casos, de uso frecuente de calzado ajustado.

Muchas veces algunas personas sufren por no encontrar calzado apropiado y con características normales de diseño.

Otro de los problemas es que los estilos se pueden ver muy limitados, No existen tantos zapatos de colores o diseños llamativos suelen ser difícil de conseguir en los almacenes de calzado, por eso surge la idea de crear un lugar donde las personas con tallas extra grandes puedan conseguir sus zapatos a su gusto y preferencia.

Teniendo en cuenta lo anterior, podemos deducir que una persona que necesite un calzado con talla grande a su gusto y diseño, estaría dispuesto a comprar nuestro producto, ya que es poco el mercado que ofrece un calzado que supla estas necesidades.

Antecedentes del Problema:

El zapato es una pieza que se lleva en los pies y que sirve para protegerlos mientras realizamos diferentes tareas. El avance de los zapatos ha sido tal, que hoy en día, algunos de ellos se los considera como obras de arte, y han recopilada una larga lista de fanáticos tras ellos.

Los primeros diseños no eran complejos, a menudo simples “bolsas de pie” de cuero para proteger a los pies de las rocas, escombros, y el frío. Fue a partir de la Edad Media, cuando se comenzaron a utilizar diferentes materiales alternados para que se adaptara mejor al pie.

Continuadores de una larga tradición de zapateros, que ya va por la cuarta generación, lo que a finales del siglo pasado era una actividad artesanal de fabricación y adaptación del zapato de aquella época ha ido convirtiéndose en un servicio esmerado de comercialización de los mejores calzados de descanso pero no se han preocupado por el calzado especializado en pies que no encuentran una solución a su problemática en las zapaterías y ortopedias tradicionales: pies extra-anchos y sensibles, pies diabéticos, juanetes anchos, tallas especiales, deformidades, botas anchas de pie y pierna, entre otros problemas de calzado, para las personas con tallas grandes.

Colombia es un país reconocido a nivel mundial por ser una zona de moda, diseño e insumos de calidad en materia de calzado. Hoy se cuenta con regiones muy productivas y competitivas como Bucaramanga, el cual ha sido señalado por el Consejo Nacional de Competitividad como la zona de mayor avance en éste tema.

Por otro lado, el valle del cauca goza de condiciones climáticas y de infraestructura sólida que permiten el uso de materias primas de óptima calidad y adecuada para el tipo de necesidades que a nivel nacional e internacional exigen los clientes. Ante este hecho los medianos y pequeños productores del cuero en el Valle del Cauca han tomado consciencia de que una de las alternativas para que las organizaciones crezcan, es orientando parte de los esfuerzos hacia el mercado internacional.

Actualmente el sector no atraviesa una de sus mejores épocas en ventas, la problemática radica principalmente en la competencia asiática, la volatilidad en el precio, la caída de las exportaciones y la baja demanda interna que se ha venido presentando, ante estos antecedentes la fábrica de producción y comercialización de tallas grandes en la ciudad de Villavicencio se caracterizará por ofrecer un producto de diseño personalizado, finos materiales que permitan al cliente la comodidad en su uso, una experiencia de compra única y un precio adecuado a sus requerimientos económicos.

Con las investigaciones realizadas hemos visto que en los diferentes almacenes de calzados en Villavicencio se ofrecen grandes variedades de estilos en calzado, pero no están teniendo en cuenta los números grandes, una de las marcas que ofrece calzado hasta talla 45 es la marca Adidas, pero únicamente maneja calzado deportivo y siendo estas las tallas que se terminan más rápido, ya que se traen muy pocas numeraciones.

Con lo anterior, se puede concluir que la fábrica de producción y comercialización de calzado en tallas grandes en la ciudad de Villavicencio es una idea innovadora para su desarrollo en la ciudad y la cual se proyecta como una ventaja para incentivar la competitividad en el sector y en la región.

1.4.2 Análisis del contexto

El sector en que va hacer ubicado la fábrica de calzado, será en el centro de la ciudad ya que hay gran variedad de comercio y se ubican las diferentes fábricas y almacenes de calzado, es un sector donde diariamente transita mucha gente y será más fácil el conocimiento de la fábrica.

Por otro lado las fuentes de información utilizadas para recolectar los datos actuales provienen de entrevistas realizadas en centros comerciales y en el centro de la ciudad, a los almacenes y fábricas que actualmente están en el mercado. Allí pudimos establecer la cantidad de pares en calzado vendidos mensualmente en tallas normales como en tallas grandes.

1.4.3 Método

Diseñar un plan de negocios, y una investigación de mercado para determinar la demanda existente en el sector del calzado y los posibles clientes con tallas especiales tales como (39-41) mujeres (43-45) hombres, y definir algunas características de compras, de las personas en la población de Villavicencio.

1.4.4 Diseño de Investigación:

Para el siguiente trabajo se realizó una investigación descriptiva, ya que se busca delimitar hechos característicos del problema en estudio, donde se indaga y se describe una situación concreta, para analizar las ventajas y beneficios que traerá para el sector del calzado, la creación de una fábrica de calzado en la ciudad de Villavicencio.

Población y muestra

Con el propósito de conocer en la actualidad las personas de 14 años en adelante de la ciudad de Villavicencio que estarían dispuestas a comprar en una fábrica de calzado y que además requieran de tallas grandes, se desarrollara una investigación de diseño muestreo simple para determinar nuestro posible mercad

Fórmula para hallar la muestra:

$$N = \frac{(N) (Z)^2 \cdot P \cdot Q}{(D)^2(N-1) + (Z)^2}$$

- N = Total de la población
- $Z\alpha = 1.96$ al cuadrado
- p = proporción esperada
- q = 1 – p
- d = precisión

Tamaño de la muestra

$$N = \frac{3556 \times (0,5)^2 \times (1,96)^2}{(0,05)^2 \times (3566-1) + (0,5)^2 \times (1,96)^2}$$

$$N = \frac{3556 \times 0,25 \times 3,8416}{0,0025 \times (3555) + 0,25 \times (3,8416)}$$

$$N = \frac{3415,1824}{9,8479}$$

N= 347 n de encuestas a realizar



La siguiente encuesta tiene como fin conocer el número de personas con tallas grandes hombres y mujeres y sus características de compra en cuanto a el calzado, en la ciudad de Villavicencio.

Marque con una x

Sexo: masculino____ femenino____

1) ¿Qué talla de calzado utiliza?

2) ¿Con que frecuencia compra su calzado?

- a) Entre un mes y tres meses
- b) Entre tres meses y seis meses
- c) Entre seis meses y 12 meses

3) ¿Suele comprar su calzado de vestir por marca?

- a) Si
- b) no

4) ¿Cuál es su presupuesto habitual para comprar calzado?

- a) 50.000-100.000
- b) 10.000-150.000
- c) 150.000-200.000

5) ¿dónde acostumbra a comprar su calzado?

- a) Almacenes de calzado
- b) Fábricas de calzado
- c) Revistas o internet

6) ¿Qué tipo de material prefiere en su calzado?

- a) Textil
- b) Sintético
- c) Cuero
- d) Combinación entre los anteriores

7) ¿Para usted que es lo más importante a la hora de comprar calzado?

- a) precio
- b) calidad
- c) estilo

8) ¿compraría sus zapatos en una fábrica de calzado a su estilo y a su talla?

- a) Si
- b) no

1.4.5 Resultados De La Investigación

1) ¿Qué talla de calzado utiliza?

# mujeres	Talla
86	39
49	40
24	41

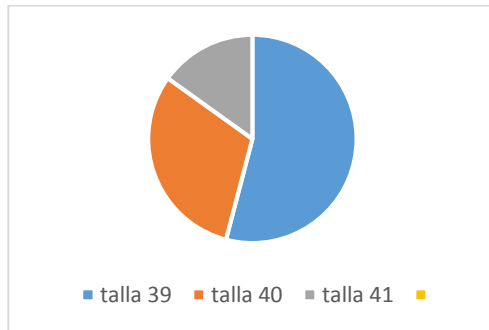


Gráfico 1: gráfica y análisis pregunta número 1
Fuente: autores año 2016

Análisis: El 54% de la población femenina utiliza tallas 39, el 31% utiliza tallas 40, y el 15% de la población tallas 41.

# Hombres	Tallas
97	43
76	44
13	45
2	46

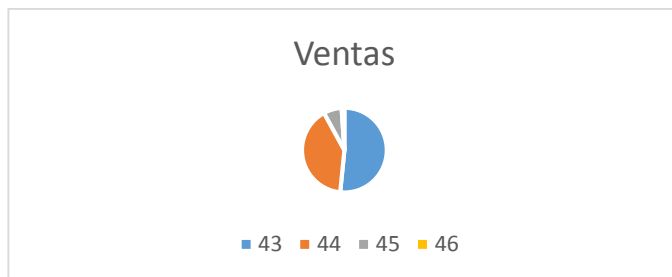


Gráfico 2: gráfico y análisis pregunta 1
Fuente: autores 2016

Análisis: El estudio de la gráfica arroja que El 52 % de la población masculina utiliza tallas 43, el 40% utiliza tallas 44, el 7% tallas 45 y 1% utiliza tallas 4

2) ¿Con que frecuencia compra su calzado?

Mujeres

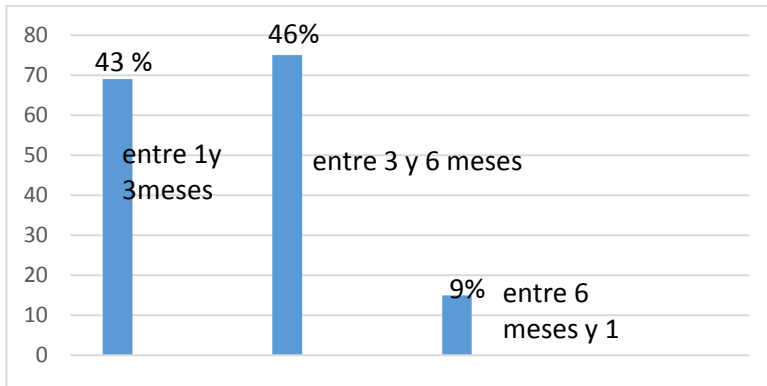


Gráfico 3: gráfico y análisis pregunta 2

Fuente: autores año 2016

Análisis los resultados de las mujeres encuestadas nos muestra que el 43% de las mujeres compra calzado entre uno y tres meses, el 47% entre tres y seis meses, y el 9 % compra entre seis meses y un año.

Hombres

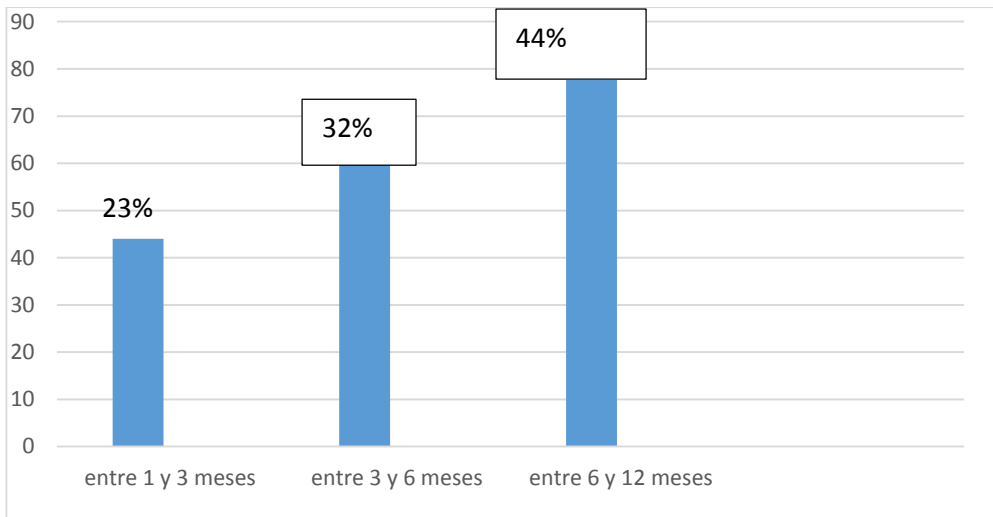


Gráfico 4: gráfico y análisis pregunta 2 (hombres)

Fuente: autores años 2016

Análisis: la gráfica nos muestra que el 23% de los hombres compra calzado entre uno y tres meses, el 32% compra entre tres y seis meses, y el 44% entre seis y doce meses.

3) ¿Suele comprar su calzado de vestir por marca?

Mujeres

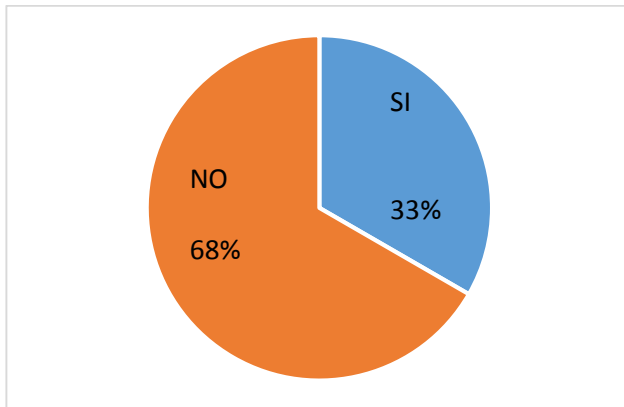


Gráfico 5: gráfico y análisis pregunta 3 (mujeres)

Fuente: autores año 2016

Análisis: de las mujeres encuestadas podemos ver que el 68% de ellas no suele comprar su calzado por marcas, y el 33% si acostumbra a comprar calzado por marca

Hombres

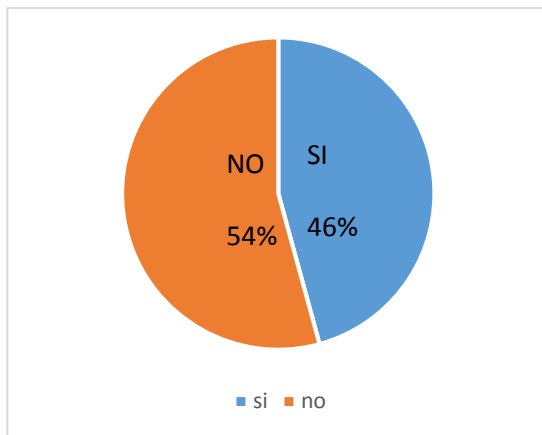


Gráfico 6: gráfico y análisis pregunta 3 (hombres)

Fuente: los autores año 2016

Análisis: la encuesta realizada nos muestra que el 54% de los hombres no suele comprar su calzado por marca y el 46% si acostumbra a comprar por marca

4) ¿Cuál es su presupuesto habitual para comprar calzado?

Mujeres

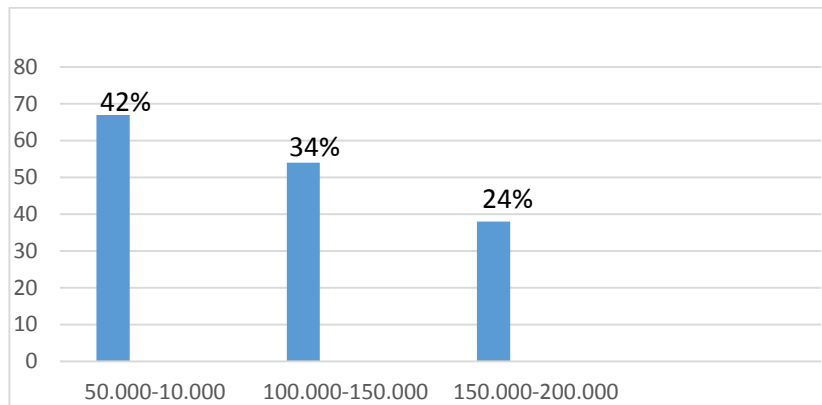


Gráfico 7: gráfico y análisis pregunta 4 (mujeres)

Fuente: autores año 2016

Análisis: los datos que nos arroja la tabla nos muestra que el 42% de las mujeres compran sus zapatos a un presupuesto de 50.000-10.000, el 34% de 100.000-150.000 y el 24% de 150.000-200.000

Hombres

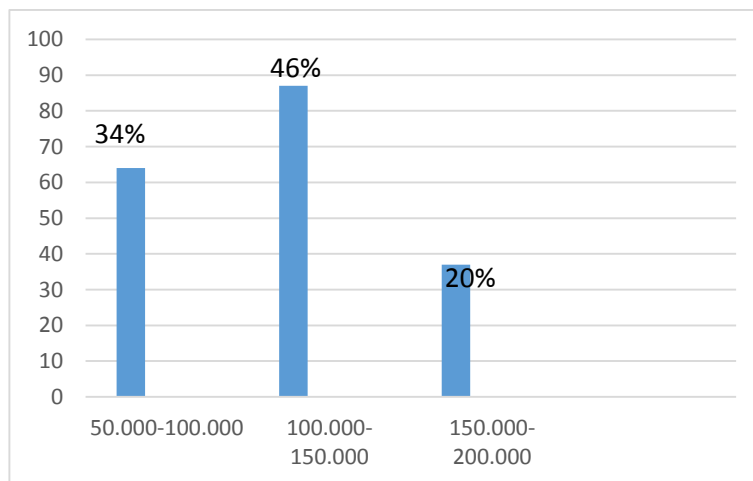


Gráfico 8: gráfico y análisis pregunta 4

Fuente: autores 2016

Análisis: según los datos arrojados en el gráfico nos muestra que el 34% de los hombres compra calzado entre 50.000-100.000, el 46% entre 100.000-150.000, y el 20% entre 150.000-200.000.

5) ¿dónde acostumbra a comprar su calzado?

Mujeres

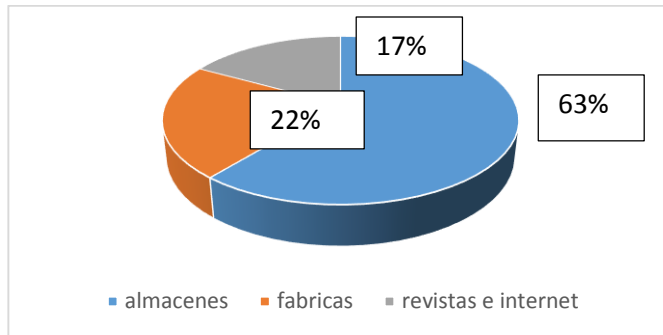


Gráfico 9: gráfico y análisis pregunta 5 (mujeres)

Fuente: autores año 2016

Análisis: según las encuestas hechas el 22% de las mujeres acostumbran a comprar su calzado en fábricas, el 17% en revistas o internet, y el 63% en almacenes de calzado

Hombres

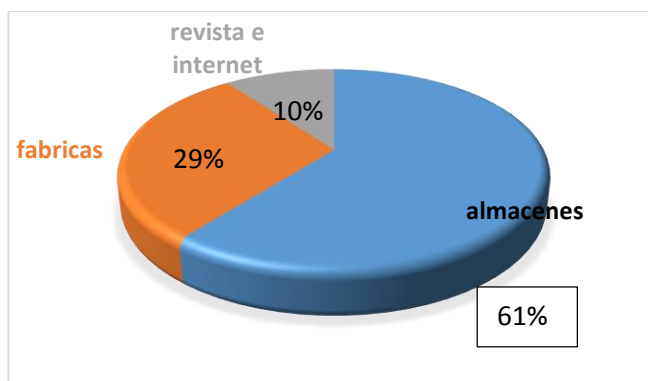


Gráfico 10: gráfico y análisis pregunta 5 (hombres)

Fuente: autores año 2016

Análisis: el gráfico nos muestra que el 61% de hombres compra su calzado en almacenes el 29% en fábricas y el 10% en revistas e internet

6) ¿Qué tipo de material prefiere en su calzado?

Mujeres

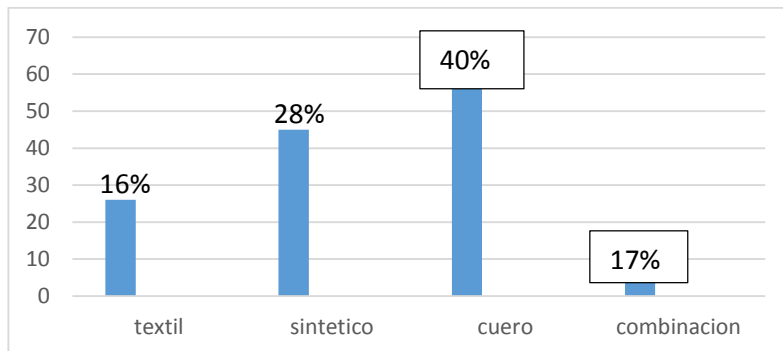


Gráfico 11: gráfico y análisis pregunta 6 (mujeres)

Fuente: autores año 2016

Análisis: según las encuestas realizadas el 16% de las mujeres prefiere su calzado en material textil, el 28% en materiales sintéticos, el 40% en cuero y un 17% en combinación de los anteriores materiales.

Hombres

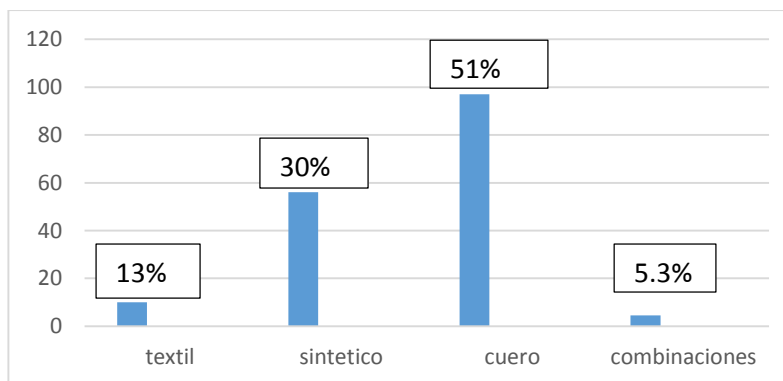


Gráfico 12: gráfico y análisis pregunta 6 (hombres)

Fuente: autores año 2016

Análisis: según las encuestas realizadas el 13% de los hombres prefieren su calzado en material textil, el 30% en materiales sintéticos, el 51% cuero, y el 5.3% combinaciones entre los anteriores.

7) ¿Para usted que es lo más importante a la hora de comprar calzado?

Mujeres

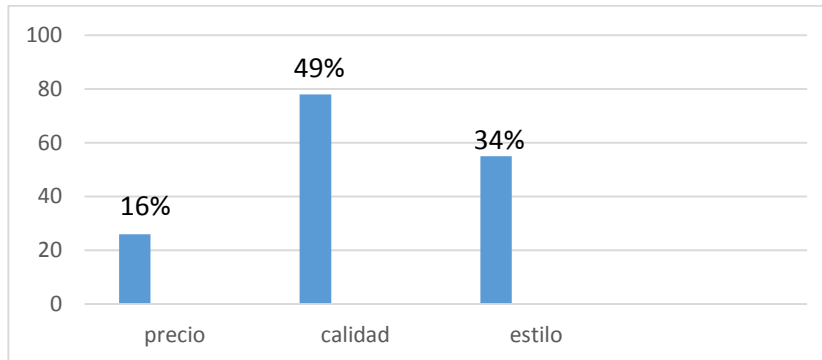


Gráfico 13: gráfica y análisis pregunta 7 (mujeres)

Fuente: autores año 2016

Análisis: el gráfico anterior nos muestra que el 16% de las mujeres le dan más importancia al precio a la hora de su compra, el 49% calidad, y el 34% estilo

Hombres

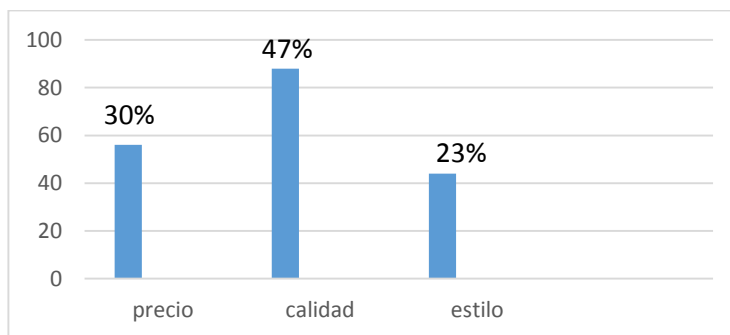


Gráfico 14: gráfica y análisis pregunta 7 (hombres)

Fuente: autores 2016

Análisis: la gráfica anterior nos muestra que al 30% de los hombres les interesa más el precio a la hora de su compra, el 47% la calidad y el 23% el estilo.

8) ¿compraría sus zapatos en una fábrica de calzado a su estilo y a su talla?

Mujeres



Gráfico 15: gráfica y análisis pregunta 8 (mujeres)

Fuente: autores año 2016

Análisis: según las encuestas realizadas el 85% de mujeres si estarían dispuestas en comprar su calzado en una fábrica a su estilo y a su talla, y el 15% no estaría dispuesta hacerlo.

Hombres

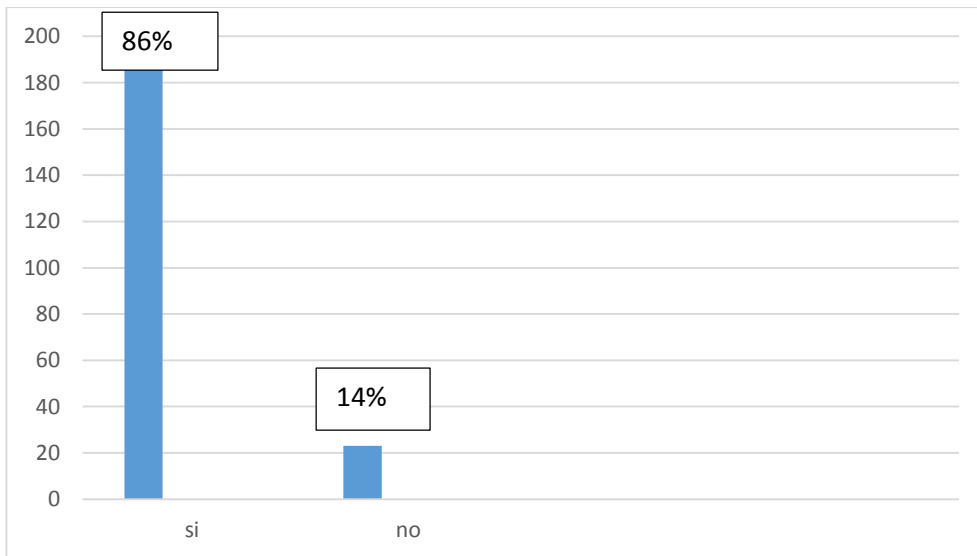


Gráfico 16: gráfica y análisis pregunta 8 (hombres)

Fuentes: autores año 2016

Análisis: las encuestas realizadas nos permiten determinar que el 86% de los hombres estarían dispuestos a comprar calzado en una fábrica a su talla y estilo, y el 14% de los hombres no estaría dispuesto hacerlo.

CAPITULO 2

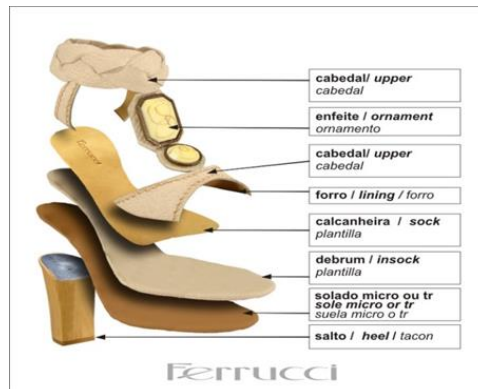
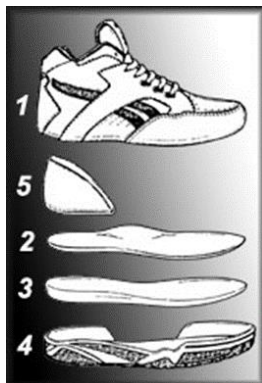
PLAN DE MERCADEO

2.1 Concepto de Producto

Es una fábrica de calzado femenino y masculino donde se llevaran a cabo actividades de diseño, fabricación, distribución, comercialización, y venta de todo tipo de calzado para el pie, en tallas grandes y tallas normales, manejaremos los diferentes segmentos de productos tales como zapatos de vestir, zapatillas, zapatos con diseños juveniles, zapatos para señoras, botas, zapatillas para deportes, sandalias y demás estilos que desee el cliente.

2.1.2 Descripción del Producto

Partes principales



La 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.

La Plantilla es la parte inferior de la zapatilla o zapato en donde descansa el pie. Proporciona comodidad, amortiguación y soporte del arco. Suele ser removible. Influye en la marcha de la persona, y a largo plazo, en su postura física, ya que quien no camina bien, tampoco se para correctamente.

La Suela es la parte inferior del calzado. Asegura tracción y durabilidad. Combinada con el entresuelo determina factores como la flexibilidad, estabilidad y peso general del calzado.

El Contrafuerte está localizado en el área del talón de la capellada, rodea al talón y permite mantener al pie centrado y estable

2.1.3 Proceso De Modelación

Modelado: Creación, elaboración y acompañamiento de los modelos en el proceso de fabricación.

Depósito: Recibimiento, almacenamiento, clasificación y control del cuero y otros materiales.

Corte: Operación de corte de las diferentes piezas que componen la cabellada (parte superior del calzado). En el corte son utilizados cuchillas especiales y/o balancines de corte que presionan los moldes metálicos en la superficie del cuero y otros materiales;

Chan ración: Preparación del cuero para recibir la costura.

Costura: Unión de las partes que componen la cabellada. En muchas empresas este sector se encuentra subdividido en preparación, chan ración y costura.

Prefabricado: Fabricación de solados, tacones y plantillas. En muchas empresas no existe este sector, pues hay fábricas que se especializan en la producción de estos materiales.

Distribución: Es el control del volumen de la producción y la que hace la revisión de la calidad de los materiales y enseguida los distribuye para los sectores de montaje y acabamiento.

Montaje: Es el conjunto de operaciones que une la cabellada al solado.

Acabamiento: Operaciones finales relacionadas a la presentación del calzado como: el escobado, la pintura y la limpieza;

Montaje y acabamiento: en algunas empresas estos dos sectores son organizados en línea de montaje, o sea, los puestos de trabajo son colocados en línea; y el producto en elaboración se va incorporando a las operaciones parciales de cada trabajador, hasta que al final de la línea, el producto resulta acabado;

Expedición: Embalaje, empaquetamiento

- Materiales para fabricar el calzado

MATERIAL	DESCRIPCION
Cuero	El cuero liso tiene una superficie suave; se fabrica con piel animal con pequeños poros. El cuero de paño tiene una superficie aún más suave, con un acabado de gamuza.
Materiales sintéticos	Los materiales plásticos, como etileno-acetato de vinilo (EVA), silicona líquida o gomaespuma de poliuretano, proporcionan estabilidad flexible en la suela de los zapatos de corredores y atletas Los diseños con materiales de goma y polímeros lucen como si fuera cuero y pueden proporcionar protección a prueba de agua.
Tela	Los productos de tela, como lona, satén y polar, sirven de manera efectiva como productos para fabricar zapatos domésticos La lona puede funcionar como un material para el forro del zapato o para la estructura exterior de la parte superior del calzado.

Tabla 10. Materiales para la fabricación de calzado
Fuente: El autor año 2016

2.1.4 Características del Calzado

Calidad: el calzado será de buena calidad, estará hecho en cuero, cuero sintético textiles y contara con su parte de decoración si lo requiere, ofrecerá comodidad y resistencia.

Empaque: el calzado estará empacado en bolsas plásticas transparentes.

Embalaje: el calzado se depositara en cajas

Material de la caja: cartón

Forma: la forma de la caja será rectangular.

Debilidades:

- No se cuenta con clientes fijos, pero se hará lo posible para lograr que quieran conocer nuestros productos.
- Ser innovadores en este ámbito, pero no tener la experiencia de las demás tiendas y fábricas de la ciudad.
- El producto no cuenta con marcas reconocidas.

Fortalezas:

- Podemos desarrollar nuevos productos o mejorar los actuales para atender necesidades de los clientes.
- Se puede atender desde el punto de fábrica.
- diseños personalizados al gusto del cliente.

2.2 Estrategia de Distribución

- Canales propios de distribución en donde la empresa realizara la venta directa sin emplear intermediarios.
- Sistema de distribución integral, para llevar a cabo la venta de este servicio (calzado) contara con su propio establecimiento.
- La fábrica de calzado no tiene un sistema típico de distribución ya que tiene el contacto personal con el cliente.

Estrategias de venta

•Vallas publicitarias

•Se realizara entrega de tarjetería en las calles de la ciudad.

•Redes sociales

Otras estrategias que

- Estudiar a la competencia:
- Qué productos ofrece?
- ¿Cómo entrega sus productos? (Válido sólo para tiendas online)
- ¿Qué estrategia de ventas utiliza (descuentos, regalos a clientes habituales, tipo de carteles)?

2.3 Estrategia de Precios

La fábrica de calzado, implementara la estrategia de penetración al mercado, la cual consiste en fijar un precio inicial bajo para conseguir una penetración de mercado rápida y eficaz, es decir, para atraer rápidamente a un gran número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado. El elevado volumen de ventas reduce los costes de producción, lo que permite a la empresa bajar aún más sus precios y la prestación un servicio de alta calidad.

Precios similares a la competencia.

2.3.1 Competencia De Precios

TIENDAS	PRECIOS
Fábricas de calzado	Desde 60.000 a 200.000
Almacenes Sprint step y al pie calza todo	Desde 65.000 a 300.000
Calzado Bucaramanga	Desde 40.000 a 180.000
Calce fino	Desde 70.000 a 300.000
Calzado Brahma	Desde 100.000 a 450.000
Calzado Caterpillar	Desde 150.000 a 500.000
Adidas	Desde 120.000 a 450.000
Nike	Desde 150.000 a 400.000
Puma	Desde 120.000 a 300.000

Tabla 11. Competencia de precios

Fuente: El autor año 2016

2.3.2 Precio De Fabricación Del Calzado

Tallas normales		Tallas grandes	
Materiales	Costo	Materiales	Costo
Cuero	12.000	Cuero	18.000
Suela	10.000	Suela	12.000
Plantilla	1.500	Plantilla	1.800
Forro	3.500	Forro	3.800
Pegamento	500	Pegamento	700
Hilos	400	Hilos	600
Pintura	1.700	Pintura	1.700
Tachuela	200	Tachuela	400
Solución	200	Solución	200
Contrafuerte	2000	Contrafuerte	2000
Cordón	600	Cordón	600
Ojales	1.000	Ojales	1.000
Mano de obra	7.612	Mano de obra	7.612
Caja	100	Caja	100
Total	41.212		50.412

Tabla 12. Precio de fábrica calzado masculino

Fuente: El autor año 2016

Valor de venta calzado en talla normal 70.000

Valor de venta calzado talla grande 80.000

- **DAMA**

Tallas normales		Tallas grandes	
materias	Costo	materiales	costo
Entre suela	400	Entre suela	400
Capellada	10.000	Capellada	12.000
Suela	8.000	Suela	9.000
Plantilla	700	Plantilla	900
Forro	500	Forro	500
Pegamento	400	Pegamento	400
Hilos	300	Hilos	300
Pintura	400	Pintura	400
Tachuela	200	Tachuela	300
Piedras	1.000	Piedras	1.000
Solución	200	Solución	200
Contrafuerte	2.000	Contrafuerte	2.000
Mano de obra	7.612	Mano de obra	7.612
Caja	100	Cajas	100
Total	31.812		35.112

Tabla 13. Precio de fábrica para el calzado femenino
Fuente: El autor año 2106

Valor de venta calzado talla normal 40.000

Valor de venta talla grande 50.000

2.4 Estrategias de Promoción

La organización desea convencer a los futuros clientes a través de diferentes estrategias promocionales, de que este producto ofrecido, será diferente a los demás, y le brindará un calzado muy cómodo, y muy buen servicio.

Después de un análisis de las diferentes formas de promoción para los bienes y servicios, se ha concluido que las formas de dar a conocer este producto será por medio de:

Cuñas radiales, ya que estas permiten dar conocer más el servicio que se está prestando y brinda una originalidad, aunque no es un medio de comunicación tan influyente aun así este medio penetra algún tipo de mercado.

Vallas, es una excelente forma de llamar la atención tanto de los ciudadanos de Villavicencio como los turistas, atrayendo así más clientes.

Otro medio de promoción son las redes sociales, el cual se utiliza actualmente con mucha frecuencia, por las personas de todos los estratos.

- Cubrimiento geográfico:

El cubrimiento geográfico inicial son todos los estratos de la ciudad de Villavicencio.

2.5 Estrategia de Comunicación

Se hizo una investigación para encontrar la mejor manera de que la fábrica de calzado logre penetrar en el mercado, dentro de esta investigación se logró ver que las mejores tácticas de comunicaciones son:

- La publicidad: se contactó una empresa llamada maxi genio en la misma ciudad de Villavicencio donde ofrecen
- Dos vallas publicitarias con costo de 1500.000
- Un pendón entre 160.000
- tarjetas a un costo de 200.000
- volantes con un costo de 250.000

Esta publicidad sería dada a conocer en todo alrededor de la ciudad.

- redes sociales: esta estrategia no tendrá costo, ya que se difundirá a través de la página Facebook.

2.6 Estrategia de Servicios

La empresa desea superar las expectativas de los clientes, logrando la fidelización de estos ya que existe una competencia en el mercado, esto lo logrará mediante una excelente atención al Cliente, ambientando la empresa para que sus consumidores se sienta seguros y cómodos, asegurándose que cada cliente salga satisfecho, capacitando al personal para que de esta manera den un buen trato a las personas que lleguen a la fábrica.

Garantías:

El calzado que vendemos estará garantizado por tres meses contra defectos Derivados de la elaboración del calzado, siempre y cuando se les proporcione el Uso adecuado.

Para dar estas garantías, el cliente nos trae el calzado que se deterioró (Descocado, despegado, etc.) Dentro del tiempo de garantía, nos lo deja en el Almacén, para llevarlo a la fábrica hacerle el arreglo que requiera, o si el cliente lo prefiere, se le entrega un calzado nuevo.

2.7 Presupuesto de Mezcla de Mercados

Producto: los productos ofrecidos por la fábrica, en calzado masculino y femenino tendrán los siguientes costos de fabricación:

	Talla normal	Talla grande
Masculino	41.212	50.412
Femenino	31.812	35.112

Tabla 14. Precio de fábricas para calzado femenino y masculino.

Fuente: El autor año 2016

Precio: el precio de calzado dependerá del material con que el cliente quiere que sea fabricado, y las decoraciones que este mismo desee incluir, a esto se suma la mano de obra lo cual el calzado será vendido a los siguientes precios

Masculino: 70.000- 80.000

Femenino: 40.000-50.000

Plaza: La fábrica de calzado estará ubicada en el centro de la ciudad, ya que es un sitio comercial y están ubicados los diferentes almacenes y fábricas de la ciudad, donde debido a la cantidad de personas que transita por este lugar, podríamos obtener el conocimiento de nuestra fabrica más fácilmente.

El costo que se tiene para un arrendamiento mensual de un local ubicado en el centro de Villavicencio es de 1.200.000

Promoción: Las estrategias de promoción a utilizar para dar a conocer la fábrica de calzado serán las siguientes:

Estrategia	Precio
Vaya publicitaria	1.500.000
Pendón	160.000
Tarjetas	200.000
Volantes	250.000
Total	2.110.000

Tabla 15. Costo de la estrategia de promoción

Fuente: El autor año 2016

Presupuesto de mezcla de mercado

Presupuesto de mezcla de mercado	
Producto	35.700-44.900/ 26.200-29.500
Plaza	1.200.000 mensual
Promoción	2.110.000 trimestral
Precio	70.000-80.000/ 40.000-50.000 mensual

Tabla 16. Presupuesto de mezcla de mercados

Fuente: El autor año 2016

2.8 Estrategias de Aprovisionamiento

Los materiales para la elaboración del calzado masculino y femenino, se compraran en la ciudad de Bogotá, en el barrio Restrepo y san Benito, debido a que el material es de buena calidad, y a los mejores precios que nos ofrecen en el mercado.

Los descuentos que nos ofrecen los proveedores son:

Por compras fijas mensuales en material se hacen los siguientes descuentos

Valor	porcentaje
10.000.000	5%
15.000.000	8%
20.000.000	10%

Tabla 17: descuentos de aprovisionamiento

Fuente: El autor

Solamente se hacen estos descuentos, si se paga de contado.

2.9 Proyección de Ventas

En la ciudad de Villavicencio existen 355.569 de personas entre hombres y mujeres mayores a 14 años (dato tomado del Dane).

La empresa para su iniciática abarcara el 1 % de la población a lo que equivale 3556 personas donde el 48% de los habitantes son hombres equivalentes a 1696, y el 52% de habitantes son mujeres equivalentes a 1860.

El 48% hombres	}	1696 hombres
El 52% son mujeres		1860 mujeres

2.10 Proyección de Ventas Anuales

Proyección de ventas en calzado masculino

Año	2017	2018	2019	2020	2021
cantidad	1516	1592	1.671	1753	1841
Precio por par	70.000	72.100	74.263	76.491	78.785
Total	106.120.000	114.783.200	124.093.473	134.088.723	145.043.185

Tabla 18. Proyección de ventas anuales en calzado masculino talla normal

Fuente: El autor año 2016

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Cantidad	180	189	284	298	313
Precio por par	80.000	82.400	84.872	87.418	90.040
Total	14.400.000	15.573.600	24.103.648	26.050.564	28.182.520

Tabla 19. Proyección de ventas anuales calzado masculino en tallas grandes

Fuente: El autor año 2016

Proyección de ventas en calzado femenino

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Cantidad	1620	1701	1786	1875	1969
Precio por par	40.000	41.200	42.436	43.709	45.020
Total	64.800.000	70.081.200	75.790.696	81.954.375	88.644.380

Tabla 20. Proyección de ventas anuales calzado femenino talla normal

Fuente: El autor año 2016

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Cantidad	240	252	265	278	292

Precio por par	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Total	12.000.000	12.600.000	13.250.000	13.900.000	14.600.000

Tabla 21. Proyección de ventas anuales calzado femenino en tallas grandes
Fuente: El autor año 2016

Proyección de ventas (precios)

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Calzado masculino talla normal	106.120.000	114.783.200	124.093.473	134.088.723	145.043.185
Calzado masculino talla grande	14.400.000	15.573.600	24.103.648	26.050.564	28.182.520
Femenino talla normal	64.800.000	70.081.200	75.790.696	81.954.375	88.644.380
Femenino talla grande	12.000.000	12.600.000	13.250.000	13.900.000	14.600.000
Total	197.320.000	213.038.000	237.237.817	255.993.662	276.470.085

Tabla 22. Total de ventas anuales
Fuente: El autor año 2016

Proyección de ventas totales (pares)

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Calzado masculino normal	1516	1592	1.671	1753	1841
Calzado masculino grande	180	189	284	298	313
Femenino normal	1620	1701	1786	1875	1969
Femenino grande	240	252	265	278	292
Total	3.556	3.734	4.006	4.204	4.415

Tabla 23. Total de pares anuales
Fuente: El autor año 2016

Las unidades vendidas a aumentaran a un 5% cada año de acuerdo a las exigencias del mercado y a la competencia.

El precio sube al 3 % de acuerdo a la variación del IPC en los últimos años

Colombia, Índice de Precios al Consumidor (IPC)
(variaciones porcentuales)
2010 - 2015

AÑO 2015 = 6,77	Base Diciembre de 2008 = 100,00					
Mes	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Enero	0,69	0,91	0,73	0,30	0,49	0,64
Febrero	0,83	0,60	0,61	0,44	0,63	1,15
Marzo	0,25	0,27	0,12	0,21	0,39	0,59
Abril	0,46	0,12	0,14	0,25	0,46	0,54
Mayo	0,10	0,28	0,30	0,28	0,48	0,26
Junio	0,11	0,32	0,08	0,23	0,09	0,10
Julio	-0,04	0,14	-0,02	0,04	0,15	0,19
Agosto	0,11	-0,03	0,04	0,08	0,20	0,48
Septiembre	-0,14	0,31	0,29	0,29	0,14	0,72
Octubre	-0,09	0,19	0,16	-0,26	0,16	0,68
Noviembre	0,19	0,14	-0,14	-0,22	0,13	0,60
Diciembre	0,65	0,42	0,09	0,26	0,27	0,62
En año corrido	3,17	3,73	2,44	1,94	3,66	6,77

Fuente: DANE

Se espera que para el primer año se vendan 3556 pares de zapatos con un ingreso de 197.320.000 millones de pesos, entre el 1% de hombres y mujeres de la población en la ciudad de Villavicencio.

Capítulo 3

Estudio técnico, o de operación o de ingeniería

3.1 Operación

3.1.1 Ficha Técnica

Los diseños que se van a elaborar en la fábrica de calzado principalmente serán sandalia para dama, y calzado informal para caballero.

Ficha técnica calzado para dama


	
PRODUCTO	Sandalia para dama
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Montado y elaboración anatómica, amplia en punta y de muy buena calzabilidad.
CARACTERÍSTICAS	Color: al gusto del consumidor Tallas : 35-38 39-43 Material: cuero y sintético Costuras: en hilo nylon de alta resistencia Altura: 1. Cm Suela: poliuretano para que sea más liviano y cómodo
GARANTÍA	3 meses de uso normal
EMPAQUE	Bolsa individual transparente
EMBALAJE	Caja de cartón corrugado, de alta resistencia.

Tabla 24. Ficha técnica calzado femenino

Fuente: El autor año 2016

Ficha técnica calzado para hombre


	
PRODUCTO	Zapato para hombre
DESCRIPCIÓN	Calzado vulcanizado, para uso formal de hombre
CARACTERÍSTICAS	Color: negro, café Tallas: 38-42 43-45 Material: cuero Costura: nylon de alta resistencia y costura triple en los laterales del zapato Altura: 5 pulgadas aproximadamente Suela: caucho, resistente al desgarre
GARANTÍA	4 meses de uso normal
EMPAQUE	Bolsa plástica transparente
EMBALAJE	Caja de cartón duradera

Tabla 25. Ficha técnica calzado masculino

Fuente: El autor año 2016

3.1.2 Estado de Desarrollo del Arte

Existen muchas evidencias que el cubrir nuestros pies es una de las principales necesidades que ha tenido la humanidad, desde tiempos remotos. La necesidad de inventar un método para proteger nuestros pies de arenas calientes y malos terrenos.

Según la (socialización del arte y desarrollo tecnológico en cuero y marroquinería) la historia del desarrollo del calzado estuvo a cargo de los egipcios, chinos y otras civilizaciones importantes.

Antiguamente, el calzado consistía únicamente es una plantilla simple amarrada al pie (sandalias). Los egipcios utilizaron las hojas de papiro para su elaboración. En 1850 el calzado era fabricado sin diferencia del izquierdo al derecho, únicamente se utilizaban dos tallas. Se fabricaba un solo tipo de calzado básico, el cual era fabricado con un molde para un pie delgado y debía ser adaptado para una persona gorda, desde esta época el zapato era hecho con las mismas herramientas manuales una planta un cuchillo, muy parecido a un cincel.

Los esfuerzos para desarrollar una máquina de calzado fueron innumerables, es EEUU realizaron ideas para la creación de una máquina capas de suplir la mano humana, mediante muchas pruebas fallas y de error, hasta encontrar la perfección del mismo.

En 1958 el zapatero LIMAN R. BLAKE inventó la máquina para hacer suelas con capelladas. Las primeras producciones en mayor escala eran las que utilizaban los hombres que iban a las guerras, al terminar la guerra su producción cayó.

En la actualidad la industria del calzado se ha transformado en grandes talleres artesanales a empresas mecanizadas y modernas con enfoques empresariales.

El estado de desarrollo del arte en este proyecto consiste en integrar a la ciudad una empresa de calzado para talles grandes, y que beneficie a estas personas no solo en su vestir, si no en su salud, trayendo consigo la opción de un diseño personalizado.

3.1.3 Descripción del Proceso

Proceso de fabricación del producto (calzado)

La fábrica de calzado contara con maquinaria especial para la fabricación construcción de los productos. Constará de 7 áreas principales: cortado, descarnado, costura, pega, rematado, montura y limpieza; que constituyen el proceso, de inicio a fin, de la fabricación de los zapatos.

*Área de diseño y cortado: Las personas que trabajan en esta área, se encargan de cortar todas las piezas del zapato que son de piel, la goma, el contrafuerte, las plantillas, entre otros. Para ello se usan troqueles (piezas de metal hechas para cada una de las piezas del zapato) que son especiales para cada parte y a la medida de la horma del pie (número del calzado). En esta área también se diseñan los zapatos para pasar a su proceso de elaboración.

*Área de pegado: Sé pega, dobla y arma el zapato. Las personas que trabajan en esta área se encargan de untar de pega y doblar las partes del zapato que así lo necesiten; luego lo pasan a la ojeteadota que es donde se les abren los

huequitos para introducir las trenzas; posteriormente, los zapatos salen hacia el área de costura para su culminación.

*Área de remachado: Los trabajadores que laboran en esta área se encargan de eliminar los residuos que le sobran a cada parte del zapato

*Área de montura: Los trabajadores utilizan una serie de maquinarias para armar el zapato, este proceso es el de lavar la suela, luego se procede a aplicarle la pega tanto a la suela como al corte armado del calzado.

*Área de limpieza y embalado: En esta área los trabajadores se encargan de eliminar los sobrantes de pega, le introducen las plantillas, pintan los zapatos, los pulen y luego los introducen en las cajas, ya terminados.

Tiempo empleado para la fabricación de un calzado

PROCESO	TIEMPO
Diseño y cortado	2.5 minutos
Pegado	35 minutos
Remachado	21 minutos
Montura	23 minutos
Limpieza y embalado	10 minutos
Total	92 minutos

Tabla 26. Tiempo para la fabricación de un calzado

Fuente: El autor año 2016

Materiales insumos y servicios para el funcionamiento de la fábrica:

CLASIFICACIÓN	
FABRICA	SALA DE VENTAS
Área de fabricación y almacenamiento de mercancía	Área de mostrario y venta al público

Elementos para el funcionamiento de la fábrica

Elementos	Servicios o insumos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Elementos de aseo	Cloro	2	14.000	28.000
	Ambientador	2	15.000	30.000
	Basurero	3	25.000	75.000
Total				133.000

Sala de ventas	Espejo	3	100.000	300.000
	Vitrina	4	200.000	800.000
	Sillas	8	70.000	560.000
	Ventilador	4	120.000	480.000
	Equipo de sonido	1	800.000	800.000
	Computador	1	1.200.000	1.200.000
Total				4.140.000
Elementos de oficina	Computador	1	1.200.000	1.200.000
	Impresora	2	800.000	1.600.000
	Teléfono	2	60.000	120.000
	Escritorio	2	300.000	600.000
	Sillas	3	70.000	210.000
	Perforadora	2	3.000	6.000
	Grapadora	2	3.000	6.000
	Calculadora	2	15.000	30.000
	Papel resma	10	10.000	100.000
	Lápices y esferos	4 cajas	10.000	40.000
	Borradores	8	500	4.000
	Tajalápiz	5	500	2.500
Total				4.818.500
herramientas	Tijeras	3	6.000	18.000
	Mesón	2	350.000	700.000
	Pistola de pintura	2	70.000	140.000
	Hormas	50	10.000	500.000
	Tenazas	3	15.000	45.000
	Martillo	3	25.000	75.000
	Cuchillas	3	5.000	15.000
	Mesas para la maquinaria	4	150.000	600.000
Total				1.693.000
	Escoba	2	7.000	14.000
	Trapero	2	9.000	18.000
Total				32.000
maquinas	Máquina de coser	2	2.200.000	4.400.000
	Máquina de cortar	2	5.500.000	11.000.000
	Máquina de pegar	1	3.000.000	3.000.000

	compresor		3.500.000	3.500.000
Total				21.900.000
Arriendo		1	1.200.000	1.200.000
Total				1.200.000
Servicios públicos	agua		80.000	80.000
	energía		250.000	250.000
	teléfono		45.000	45.000
	Internet		45.000	45.000
Total				420.000



Repuestos de maquinas	70.000
Transporte	300.000




Valor total	35.106.500
-------------	------------





Tabla 27. Elementos para el funcionamiento de la fábrica

Fuente: al autor año 2016

Características de cada uno de los requerimientos para el funcionamiento de la fábrica:






Servicios o insumos	Valor unitario	Característica	Imagen
Cloro	7.000	El cloro será utilizado para la limpieza de la fábrica y sala de ventas	
ambientador	5.500	El ambientador será utilizado en la sala de ventas, para que sea agradable para los clientes	

basurero	10.000	Los basureros estarán en la fábrica y sala de ventas para desechar lo que ya no sirve.	
Espejo	60.000	El espejo será ubicado en la sala de ventas para que los clientes puedan observar el calzado de diferentes dimensiones.	
Vitrina	200.000	Una vitrina es un mueble cerrado y acristalado que se utiliza para exponer artículos	
Sillas	55.000	La silla es un mueble cuya finalidad es servir de asiento a una persona. Suele tener cuatro patas, aunque puede haber de una, dos, tres o más.	
ventilador	86.000	Un ventilador es una máquina de fluido. Más exactamente, una máquina neumática concebida para producir una corriente de aire	

computador	1.200.000	Es una máquina electrónica que recibe y procesa datos para convertirlos en información conveniente y útil. Un ordenador está formado, físicamente, por numerosos circuitos integrados y otros muchos componentes de apoyo, extensión y accesorios, que en conjunto pueden ejecutar tareas diversas con suma rapidez y bajo el control de un programa.	
computador	1.200.000	Es una máquina electrónica que recibe y procesa datos para convertirlos en información conveniente y útil. Un ordenador está formado, físicamente, por numerosos circuitos integrados y otros muchos componentes de apoyo, extensión y accesorios, que en conjunto pueden ejecutar tareas diversas con suma rapidez y bajo el control de un programa	
Impresora	450.000	Permite producir una gama permanente de textos o gráficos de documentos almacenados en un formato electrónico, imprimiéndolos en medios físicos, normalmente en papel, utilizando cartuchos de tinta o tecnología láser (con tóner).	
Teléfono	30.000	permite producir una gama permanente de textos o gráficos de documentos almacenados en un formato electrónico, imprimiéndolos en medios físicos, normalmente en papel, utilizando cartuchos de tinta o tecnología láser (con tóner).	

Escritorio	150.000	es un tipo de mueble y una clase de mesa. Es usado frecuentemente en el entorno de trabajo y de oficina, para leer, escribir sobre él, para usar utensilios sencillos como lápiz y papel o complejos como una computadora. Los escritorios tienen a menudo uno o más cajones	
Sillas	55.000	La silla es un mueble cuya finalidad es servir de asiento a una persona. Suele tener cuatro patas, aunque puede haber de una, dos, tres o más.	
Perforadora	3.000	Una perforadora o taladradora de papel es un accesorio de oficina habitual que se emplea para practicar perforaciones en hojas de papel, a menudo con el propósito de unir las hojas con anillas	
Grapadora	3.000	Una grapadora, engrapadora o presilladora es un utensilio que se emplea para unir hojas de papel, plástico o láminas de madera colocando una grapa	
Calculadora	15.000	Una calculadora es un dispositivo que se utiliza para realizar cálculos aritméticos. Aunque las calculadoras modernas incorporan a menudo un ordenador de propósito general, se diseñan para realizar ciertas operaciones más que para ser flexibles	

Papel resma	10.000	Papel que se usa para las diferentes impresiones, necesarias, para llevar a cabo nuestra actividad.	
Lápiz y esferos	10.000	Un lápiz o lapicero es un instrumento de escritura o de dibujo. Consiste en una mina o barrita de pigmento (generalmente de grafito y una grasa o arcilla especial, pero puede también ser pigmento coloreado de carbón de leña) y encapsulado generalmente en un cilindro de madera fina, aunque las envolturas de papel y plásticas también se utilizan.	
Tijeras	6.000	Es una herramienta manual para cortar	
Mesón	350.000	En madera de 60 cm de ancho y 150 cm de largo	
Pistola de pintura	70.000	De aluminio	
Hormas	20.000	Plástico y ajustables	

			
Tenazas	15.000	Especial para zapatero	 mytools.en.alibaba.com
Martillo	25.000	Especial para zapatero, para clavar las tachuelas al zapato	
Cuchillas	5.000	Acero inoxidable	
Escoba	4.000	cepillo largo para barrer o limpiar el suelo	






Trapero	5.000	Es una herramienta para limpiar el suelo en húmedo y suele constar de un palo en cuyo extremo se encuentran unos flecos absorbentes	
Compresor	3.500.000	Máquina de fluido que está construida para aumentar la presión y desplazar cierto tipo de fluidos llamados compresibles, tal como gases y los vapores.	
Máquina de coser	2.200.000	La máquina de coser cuero de brazo cilíndrico creada por un grupo de trabajadores del cuero no sólo permite coser todo tipo de marroquinería, sino hacerlo a bajo costo.	
Máquina de cortar	5.500.000	Islas de corte por cuchilla oscilante, con cinta transportadora y doble cabezal de corte, con una mesa de trabajo inclinada integrada con un área de corte ampliada. De acuerdo con las pieles, cada uno puede elegir el ancho adecuado de la cinta transportadora entre los tamaños	
Máquina de pegar	3.000.000	Máquina para prensar con dos almohadillas planas y accionamiento. para el clavado de tacones con grapas	

Tabla 28. Características de los requerimientos para el funcionamiento de la fábrica

Fuente: El autor año 2016

3.1.4 Necesidades Y Requerimientos (Materias Primas, Insumos)

A continuación se presentan los insumos que se necesitan para la elaboración de un calzado en talla grande, e indicaremos la cantidad de material necesario para fabricar un zapato.

- Cuero: principal material de elaboración del zapato
- Forro: cuero adobado muy blando, cubre interiormente el corte de forma total
- Suela taco: componente de la suela que suministra a la parte posterior el contacto con el suelo.
- Suela planta (plantilla): componente externo de la planta, cuya superficie toca el suelo y está expuesta al desgaste.
- Pegamento: para unir y compactar mejor los cortes.
- Hilo de rosca nylon: hebra larga y delgada utilizada en la costura
- Clavos $\frac{3}{4}$ pulgadas: para asegurar la suela, y mejorar la pisada
- Lija fina: para dar acabado en el taco.

Calzado talla normal			Calzado talla grande		
Materiales	Cantidad	Costo	Materiales	cantidad	Costo
Cuero	24 dc	12.000	Cuero	30 dc	18.000
Suela	1 par	10.000	Suela	1 par	12.000
Plantilla	1par	1.500	Plantilla	1par	1.800
Forro	24dc	3.500	Forro	30 dc	3.800
Pegamento	-	500	Pegamento	-	700
Hilos	-	400	Hilos	-	600
Pintura	-	1.700	Pintura	-	1.700
Tachuela	-	200	Tachuela	-	400
Solución	-	200	Solución	-	200
Contrafuerte	1 par	2000	Contrafuerte	-	2000
Cordón	1 par	600	Cordón	1 par	600
Ojales	10	1.000	Ojales	10	1.000
Mano de obra	-	7.612	Mano de obra	-	7.612
Caja	1	100	Caja	-	100
Total		41.312			50.512

Tabla 29. Materia prima e insumo para la elaboración de calzado masculino
Fuente: El autor año 2016

Una vez establecidos los insumos, se muestran las cantidades necesarias para fabricar un calzado, en le primer año se busca producir 1696 pares de zapatos

para hombre logrando una fabricacion de 141 pares mensuales, de los cuales 15 seran tallas grandes, y 127 pares en tallas normales .

141 pares al mes / 4 semanas= 35 pares semanales

141 pares mensuales * 12 meses= 1692 produccion anual

Tallas normales			Tallas grandes		
materias	costo	Cantidad	materiales	cantidad	costo
Entresuela	400	1 par	Entresuela	1 par	400
Capellada	10.000	10 dc	Capellada	15 dc	12.000
Suela	8.000	1 par	Suela	1 par	9.000
Plantilla	700	1 par	Plantilla	1 par	900
Forro	500	10dc	Forro	15 dc	500
Pegamento	400	-	Pegamento	-	400
Hilos	300	-	Hilos	-	300
Pintura	400	-	Pintura	-	400
Tachuela	200	-	Tachuela	-	300
Piedras	1.000	-	Piedras	-	1.000
Solución	200	-	Solución	-	200
Contrafuerte	2.000	1 par	Contrafuerte	1 par	2.000
Mano de obra	7.612	-	Mano de obra	-	7.612
Caja	100	1	Cajas	1	100
Total	31.812				35.112

Tabla 30. Materia prima e insumo para la elaboracion de calzado femenino

Fuente: El autor año 2016

En el primer año se buscan producir 1860 pares de zapatos para dama, correspondientes a 155 pares de los cuales 20 seran tallas grandes y 135 tallas normales.

- 155 pares al mes / 4 semanas= 39 pares
- 155 pares * 12 meses = 1860 pares

Consumo mensual de calzado para hombre 127 pares tallas normales y 15 tallas grandes

Calzado talla normal			Calzado talla grande		
Materiales	Cantidad	Costo	Materiales	cantidad	Costo
Cuero	3.048 dc	1.764.000	Cuero	450 dc	270.000
Suela	127 pares	1.270.000	Suela	15 pares	180.000
Plantilla	127 pares	190.500	Plantilla	15 pares	27.000
Forro	3.048 dc	444.500	Forro	450 dc	57.000
Pegamento	-	63.500	Pegamento	-	10.500

Hilos	-	50.800	Hilos	-	9.000
Pintura	-	215.900	Pintura	-	25.500
Tachuela	-	25.400	Tachuela	-	6.000
Solución	-	25.400	Solución	-	3.000
Contrafuerte	127 pares	254.000	Contrafuerte	-	30.000
Cordón	127 pares	76.200	Cordón	15 pares	9.000
Ojales	1270	127.000	Ojales	150	15.000
Mano de obra	-	966.724	Mano de obra	-	114.180
Caja	127	12.700	Caja	-	1.500
Total		4.996.624			757.680

Tabla 31. Materia prima e insumo mensual para calzado masculino
Fuente: El autor año 2016

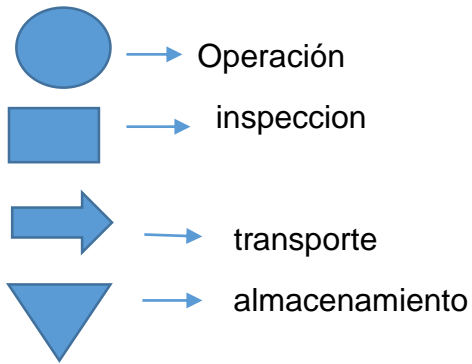
Consumo mensual de calzado para dama 135 pares tallas normales y 20 tallas grandes :





Tallas normales			Tallas grandes		
materias	cantidad	costo	materiales	cantidad	costo
Entresuela	135 pares	54.000	Entresuela	20 pares	8.000
Capellada	1.350 dc	1.350.000	Capellada	300 dc	240.000
Suela	135 pares	1.800.000	Suela	20 pares	180.000
Plantilla	135 pares	94.500	Plantilla	20 pares	18.000
Forro	1.350 dc	67.500	Forro	300 dc	10.000
Pegamento	-	54.000	Pegamento	-	8.000
Hilos	-	40.500	Hilos	-	6.000
Pintura	-	54.000	Pintura	-	8.000
Tachuela	-	27.000	Tachuela	-	6.000
Piedras	-	135.000	Piedras	-	20.000
Solución	-	27.000	Solución	-	4.000
Contrafuerte	135 pares	270.000	Contrafuerte	20 pares	40.000
Mano de obra		1.027.620	Mano de obra	-	152.240
Caja	135	13.500	Cajas	20	2.000
Total		5.014.620			702.240

Tabla 32. Materia prima e insumo mensual para calzado femenino
Fuente: El autor año 2016

3.1.5. Plan De Producción (Programa De Producción)

El plan de producción para la fabrica del calzado se realizara de la siguiente forma:



Proceso				
Almacén de materiales	●			
Transporte al área de proceso			●	
Unión de piezas	●			
Inspección		●		
Maquinado de corte	●			
Montado y ensuelado	●			
Acbado y pigmentado	●			
Control de calidad				●
Transporte al empaque			●	
Almacenamiento de producto	●			

3.2. Plan De Compras

3.2.1 Consumos Por Unidad De Productos

En la siguiente tabla se relaciona el consumo por unidad de producto, para fabricar un par de zapatos para hombre.

Hombre

Calzado talla normal			Calzado talla grande		
Materiales	Cantidad	Costo	Materiales	cantidad	Costo
Cuero	24 dc	12.000	Cuero	30 dc	18.000
Suela	1 par	10.000	Suela	1 par	12.000
Plantilla	1par	1.500	Plantilla	1par	1.800
Forro	24dc	3.500	Forro	30 dc	3.800
Pegamento	-	500	Pegamento	-	700
Hilos	-	400	Hilos	-	600
Pintura	-	1.700	Pintura	-	1.700
Tachuela	-	200	Tachuela	-	400
Solución	-	200	Solución	-	200
Contrafuerte	1 par	2000	Contrafuerte	-	2000
Cordón	1 par	600	Cordón	1 par	600
Ojales	10	1.000	Ojales	10	1.000
Mano de obra	-	7.612	Mano de obra	-	7.612
Caja	1	100	Caja	-	100
Total		41.312			50.512

Tabla 33. Materia prima e insumo para la elaboración de calzado masculino
Fuente: El autor año 2016

En la siguiente tabla se relaciona el consumo por unidad de producto, para fabricar un par de calzado para dama.

Tallas normales			Tallas grandes		
materias	costo	Cantidad	materiales	cantidad	costo
Entresuela	400	1 par	Entresuela	1 par	400
Capellada	10.000	10 dc	Capellada	15 dc	12.000
Suela	8.000	1 par	Suela	1 par	9.000
Plantilla	700	1 par	Plantilla	1 par	900
Forro	500	10dc	Forro	15 dc	500
Pegamento	400	-	Pegamento	-	400
Hilos	300	-	Hilos	-	300
Pintura	400	-	Pintura	-	400

Tachuela	200	-	Tachuela	-	300
Piedras	1.000	-	Piedras	-	1.000
Solución	200	-	Solución	-	200
Contrafuerte	2.000	1 par	Contrafuerte	1 par	2.000
Mano de obra	7.612	-	Mano de obra	-	7.612
Caja	100	1	Cajas	1	100
Total	31.812				35.112

Tabla 34. Materia prima e insumo para la elaboración de calzado femenino
Fuente: El autor año 2016

3.3 Infraestructura (Requerimientos Y Parámetros Técnicos)

En esta fábrica la infraestructura contara con un espacio físico, localizado en el centro de Villavicencio, donde estará dividido en dos, una parte la fábrica y la otra una pequeña sala de ventas.

CLASIFICACIÓN	
FABRICA	SALA DE VENTAS
Área de fabricación y almacenamiento de mercancía	Área de mostrario y venta al publico

Clasificación de materiales insumos y servicios

Elementos para el funcionamiento de la fábrica

Elementos	Servicios o insumos	cantidad	Valor unitario	Valor total
Elementos de aseo	Cloro	2	14.000	28.000
	Ambientador	2	15.000	30.000
	Basurero	3	25.000	75.000
Total				133.000
Sala de ventas	Espejo	3	100.000	300.000
	Vitrina	4	200.000	800.000
	Sillas	8	70.000	560.000
	Ventilador	4	120.000	480.000
	Equipo de sonido	1	800.000	800.000
	Computador	1	1.200.000	1.200.000
Total				4.140.000

Elementos de oficina	Computador	1	1.200.000	1.200.000
	Impresora	2	800.000	1.600.000
	Teléfono	2	60.000	120.000
	Escritorio	2	300.000	600.000
	Sillas	3	70.000	210.000
	Perforadora	2	3.000	6.000
	Grapadora	2	3.000	6.000
	Calculadora	2	15.000	30.000
	Papel resma	10	10.000	100.000
	Lápices y esferos	4 cajas	10.000	40.000
	Borradores	8	500	4.000
	Tajalápiz	5	500	2.500
Total				4.818.500
herramientas	Tijeras	3	6.000	18.000
	Mesón	2	350.000	700.000
	Pistola de pintura	2	70.000	140.000
	Hormas	50	10.000	500.000
	Tenazas	3	15.000	45.000
	Martillo	3	25.000	75.000
	Cuchillas	3	5.000	15.000
	Mesas para la maquinaria	4	150.000	600.000
Total				1.693.000
	Escoba	2	7.000	14.000
	Trapero	2	9.000	18.000
Total				32.000
maquinas	Máquina de coser	2	2.200.000	4.400.000
	Máquina de cortar	2	5.500.000	11.000.000
	Máquina de pegar	1	3.000.000	3.000.000
	compresor		3.500.000	3.500.000
Total				21.900.000
Arriendo		1	1.200.000	1.200.000
Total				1.200.000
Servicios públicos	agua		80.000	80.000
	energía		250.000	250.000
	teléfono		45.000	45.000

	Internet		45.000	45.000
Total				420.000

Repuestos de maquinas	70.000
Transporte	300.000

Valor total	35.106.500
-------------	------------

CAPÍTULO 4

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

4.1 Análisis DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">-Débil imagen de la marca en el mercado.-Falta de recursos económicos propios.	<ul style="list-style-type: none">-Los clientes respondan a los nuevos productos y diseños-Los compradores podrán crear su propio diseño de calzado-El ser humano tiene la necesidad en nuestro medio de utilizar calzado en sus actividades diarias
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">-Excelente atención al cliente-Productos de calidad y confiabilidad para el cliente-Se contara con empleados especializados y con buena formación-Materia prima de excelente calidad-Habilidad para la innovación de diseños-Se puede atender desde el punto de fabrica	<ul style="list-style-type: none">-Actualmente existen empresas que son competencia directa para la fábrica de calzado.-El ingreso de nuevas empresas que fabriquen el mismo producto-Competencia de precios como estrategias de comercialización

4.1.1 Organismos De Apoyo

Organismo que apoya directamente este proyecto es la Corporación Universitaria Minuto de Dios, la cual es una institución con el fin de ayudar a futuros profesionales para que sus proyectos no se queden en papel si no se puedan realizar, basándose en la instrucción adecuada a los estudiantes para que estén en la capacidad de realizar proyectos de crecimiento económico para la sociedad. Cuando los estudiantes están por culminar su programa de pregrado tiene que presentar un proyecto de grado.

El cual empieza con un ante proyecto seguido del proyecto como tal en cual es evaluado, estudiado y controlado por los docentes de la Uniminuto para llevar a cabalidad todos los pasos para realizar estos proyectos y que tomen tal forma que no solo se queden en papel si no que se ejecuten y den frutos que ese es el objetivo de la corporación universitaria minuto de dios crear personas con el objetivo de

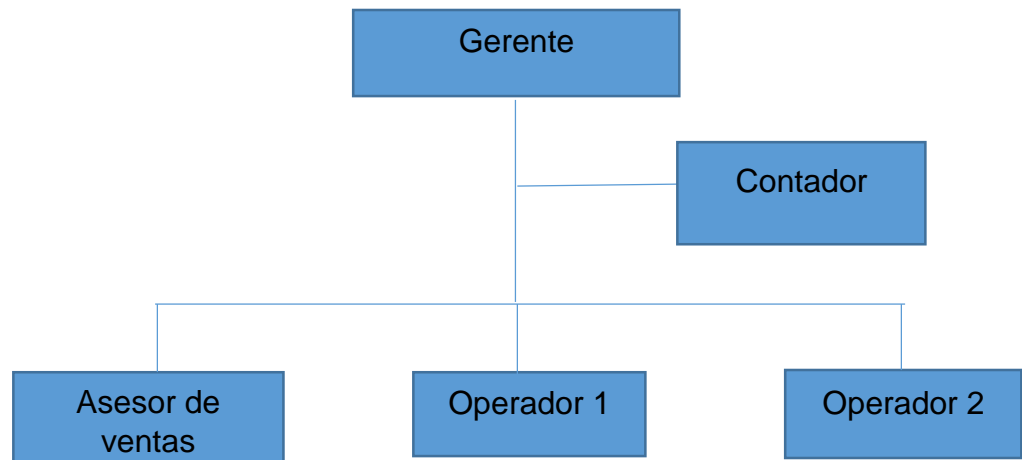
generar una parte social en cada labor a desarrollar siempre buscando el bienestar de la población.

Durante el proceso de este trabajo se ha contado con diferente asesoría las cuales han aportado su conocimiento y así poder lograr el desarrollo de cada uno de los capítulos.

HENRY VILLAMIL: persona la cual brindo una asesoría, resolviendo dudas dentro y fuera de clase.

FLOR SILVA: estudiante del Sena, técnico en fabricación de calzado, persona que nos brindó asesoría sobre todo el proceso para fabricación, maquinarias e insumos.

4.2 Estructura Organizacional.



Manual de funciones por cada cargo

A continuación se muestran las funciones de cada cargo, para los colaboradores de la fábrica:

Manual de funciones para el administrador

NOMBRE DEL CARGO:	ADMINISTRADOR
Dependencia:	Área Administrativa
Número de Cargos:	Uno (1)
Función básica:	Verificar el buen funcionamiento del personal y toda la infraestructura física. Selección, contratación y coordinación del personal para el ingreso a la fábrica
Funciones específicas:	a) Controlar el desempeño del personal b) Elaborar y hacer cumplir los turnos correspondientes al personal de la fábrica. c) Informar al área financiera sobre ingresos de personal y sus novedades. d) elaborar presupuestos de ventas y hacerlos cumplir. f) Presentar en tiempo oportuno los presupuestos de gastos y compras. g) Elaborar y controlar las órdenes de compra a todos los proveedores. h) Entregar los útiles al personal que lo requiera y controlar su uso.
Requisitos para desempeñar el cargo	*Formación profesional en Administración de empresas y con experiencia en manejo de personal. * Edad máxima 35 años *Experiencia comprobada en cargos similares.

Manual de funciones del contador

NOMBRE DEL CARGO:	CONTADOR
Dependencia:	Área Financiera
Número de Cargos:	(1)
Función básica:	Responder directamente por el manejo adecuado de toda la contabilidad de la Empresa y del personal de su dependencia.
Funciones específicas:	a) Debe elaborar, analizar, e interpretar y certificar los estados financieros de la entidad.

	<p>b) Debe organizar y dirigir los servicios de contabilidad de la Empresa y del personal de su Área.</p> <p>c) Elaboración de nóminas, liquidación de prestaciones sociales y aportes parafiscales.</p> <p>d) Orientar a la dirección en los servicios financieros.</p> <p>e) Controlar todos los documentos contables que se originan de las transacciones diarias de la Empresa.</p> <p>f) Debe elaborar las declaraciones de Renta y Complementarios para presentar los respectivos informes tributarios.</p> <p>g) Debe especificar las normas contables a seguir en la Organización.</p>
Requisitos para desempeñar el cargo	<p>* Ser contador titulado con Tarjeta Profesional.</p> <p>*Experiencia comprobada en cargos similares.</p> <p>*No mayor de 35 años</p>

Manual de funciones área de producción

NOMBRE DEL CARGO:	TRABAJADORES DE PRODUCCION
Dependencia:	área de producción
Número de Cargos:	2
Función básica:	*Realiza el trabajo de las áreas determinadas según el proceso de la producción de los calzados.
Funciones específicas:	<p>a)- Preparar y poner a punto las instalaciones, máquinas y herramientas necesarias para la reparación de calzado y marroquinería.</p> <p>b) Preparar y realizar los cortes sobre distintos tipos de materiales.</p> <p>c.)Troquelar piezas.</p> <p>d) Realizar operaciones de aplanar costuras.</p> <p>e.) Rematar hilos.</p> <p>f.) Ensamblar piezas.</p> <p>g) montar todas las partes del calzado, proceder a su gestión de calidad, y empaque</p>
Requisitos para desempeñar el cargo	<ul style="list-style-type: none"> •Auxiliar o asistencial en área de producción de calzado •Experiencia de 1 a 5 años •Experiencia comprobada

Manual de funciones para el asesor de ventas

NOMBRE DEL CARGO:	ASESORES DE VENTAS
Dependencia:	sala de ventas
Número de Cargos:	1
Función básica:	*Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.
Funciones específicas:	<p>a) Comunicar adecuadamente a los clientes la información que la empresa preparó para ellos acerca de los productos y/o servicios que comercializa, como: mensajes promocionales, slogans, información técnica</p> <p>b) Asesorar a los clientes:</p> <p>1) acerca de cómo los productos o servicios que ofrece pueden satisfacer sus necesidades y deseos. 2) cómo utilizarlos apropiadamente para que tengan una óptima experiencia con ellos.</p> <p>c) Retroalimentar a la empresa informando a los canales adecuados de todo lo que suceda en el mercado</p> <p>1) inquietudes de los clientes (requerimientos, quejas, reclamos, agradecimientos, sugerencias, y otros de relevancia)</p> <p>2) actividades de la competencia (introducción de nuevos productos, cambios de precio, bonificaciones.</p> <p>d) Administrar su territorio de ventas.</p> <p>e) cumplir con las metas establecidas</p>
Requisitos para desempeñar el cargo	<ul style="list-style-type: none"> •Experiencia en ventas de 2 años •Técnico en ventas y servicios •Edad máxima 30 años

4.3 Aspectos Legales (Constitución De La Empresa)

SOCIEDAD ANONIMA SIMPLIFIACA (S.A.S)	Fábrica de calzado
<ul style="list-style-type: none"> • Es una sociedad comercial de capital, innovadora en el derecho societario colombiano. Estimula el emprendimiento debido a las facilidades y 	<ul style="list-style-type: none"> • La fábrica de calzado, es una empresa innovadora, ya que comercializara calzado en tallas grandes, para beneficio de las

<p>flexibilidades que posee para su constitución y funcionamiento.</p>	<p>personas que necesitan de este producto.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • fue creada por la ley 1258 de 2008, además del decreto 2020 de Junio de 2009. Basándose en la antigua ley de emprendimiento (1014 de 2006). 	<ul style="list-style-type: none"> • La fábrica de calzado se basara en esta ley para la creación de empresa
<ul style="list-style-type: none"> • Una sociedad por acciones simplificadas puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, su naturaleza es comercial, pero puede hacer actividades tanto comerciales como civiles, se crea por documento privado y nace después del registro en la cámara de comercio, a menos de que los aportes iniciales incluyan bienes inmuebles se requiere de escritura pública. 	<ul style="list-style-type: none"> • La fábrica de calzado es una sociedad simplificada que será constituida por 1 socios nacionales máximo, su naturaleza es comercial.
<ul style="list-style-type: none"> • Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas • Razón Social seguida de las letras "SAS" • El domicilio principal de la sociedad y las sucursales. • Los estatutos de la sociedad fijarán los órganos necesarios y sus respectivas funciones, cuando menos un representante legal. En caso de ser un solo accionista, éste ostentará todas las funciones y obligaciones que 	<p>NOMBRE O RAZON SOCIAL: fábrica de calzado</p> <p>FECHA DE INCIO DE ACTIVIDADES: primer periodo del año 2017</p> <p>UBICACIÓN: Villavicencio – Meta, centro de la ciudad.</p> <p>NOMBRE DE LOS PROPIETARIOS O INTEGRANTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Luisa Fernanda Díaz Cruz

la ley le confiere. Cabe destacar que no deberá tener revisor fiscal al menos que supere los topes reglamentados por la ley 43 de 1990	
--	--

Los pasos que se deben tener en cuenta para crear una sociedad anónima simplificada deben ser los siguientes:

1. Consultar nombre en el RUES

Lo primero es consultar en el Registro Único Empresarial y Social (RUES) para verificar que no exista otra empresa con el nombre que desean registrar.

2. Preparar la papelería

Los documentos necesarios para la constitución son:

- Documento privado de constitución
- PRE-RUT
- Fotocopia de la cédula del representante legal
- Formulario único empresarial

El documento privado de constitución, son los estatutos de la compañía donde se define la estructura de la organización. Para redactarlo se puede buscar un formato y adecuarlo a las características de la empresa.

El PRE-RUT se diligencia en la página web de la DIAN, seleccionando la opción Inscripción RUT y luego cámara de comercio. El sistema le informará que si ya había realizado el proceso y guardó un borrador del documento, puede escribir el número del formulario para continuar con la edición. Pero como apenas se va a crear, solo hay que dar clic en continuar dejando el campo de formulario en blanco.

El formulario único empresarial se adquiere en la cámara de comercio, se debe llenar con todos los datos de la empresa.

3. Inscripción en la cámara de comercio

Luego hay que ir a la cámara de comercio con toda la papelería y realizar el registro. Si toda esta en orden le cobrará los derechos de inscripción junto con los demás costos de constitución. Le dirán que el proceso tarda aproximadamente un día y le indicarán cuando debe volver. Algunas cámaras notifican el radicado por medio de mensaje de texto o por correo electrónico.

Cuando se haya completado, le entregarán una versión preliminar de la matrícula mercantil la cual servirá para crear la cuenta de ahorros. También le darán una segunda versión del PRE-RUT

4. Crear cuenta de ahorros

Con la papelería debe ir a una entidad financiera para crear una cuenta de ahorros a nombre de la empresa. Dependiendo de las políticas del Banco, deberá presentar diferentes documentos. La mayoría pedirá el balance inicial, así que tengan cerca el teléfono de su contador.

Le entregarán una carta dirigida a la DIAN, donde certifican y detallan la existencia de la cuenta

5. Tramitar el RUT definitivo

Ahora es necesario ir a la DIAN para diligenciar el RUT definitivo. Necesitará: la cédula del representante legal con su respectiva copia, la versión previa del registro mercantil y la constancia de titularidad de la cuenta de ahorros (suministrada por el banco en el paso 4).

En este punto, todavía NO es posible expedir la resolución de facturación, pues necesita tener la matrícula definitiva.

6. Tramitar el registro mercantil definitivo

Con el RUT podrá terminar el registro en la cámara de comercio. El proceso es simple, y al completarlo ya podrá solicitar copias de la matrícula mercantil.

7. Resolución de facturación y firma digital

Para solicitar la resolución de facturación se necesita llenar un formulario que puede ser descargado en la página de la DIAN, llevar la cédula del representante legal (original y copia), y el registro mercantil definitivo.

4.4 Costos Administrativos

4.4.1 Gastos De Personal

Le empresa tendrá en su equipo de trabajo dos operarios, un asesor de ventas, un administrador, y un contador que será contratado fuera de nómina.

Nómina de personal

CARGO	Administrador	operario	Asesor de ventas
CONCEPTO			
Salarios			
Salario básico	1.000.000	689.455	689.455
Auxilio de transporte	0	74.000	74.000
Subtotal	1000.000	763.455	763.455
Seguridad social			
Salud 8.5%	85.000	58.604	58.604
Pensión 12%	120.000	82.735	82.735
Arl	5.220	16.795	3.598
Subtotal	210.220	158.134	144.937
Aportes parafiscales			
Sena, 2% icbf 3%caja de compensación familiar 4%	90.000	62.051	62.051
subtotal	90.000	62.051	62.051
Prestaciones sociales			
Cesantías 8.33%	83.300	57.432	57.432
Interés sobre cesantías 1%	833	574	574
Prima de servicios 8.33%	83.300	57.432	57.432
Vacaciones 4.17%	41.700	28.750	28.750
Subtotal	209.133	144.188	144.188
Total mensual	1.509.353	1.127.828	1.114.631
Total anual	18.112.236	13.533.936	13.375.572

Tabla 35. Nómina de personal

Fuente: el autor año 2016

Otros gastos de administración

Contador	200.000
----------	---------

4.4.2 Gastos De Puesta En Marcha

Los gastos de puesta en marcha que se necesitan para el funcionamiento legal de la fundación son los siguientes:

Permiso para el funcionamiento de la fábrica

DESCRIPCIÓN	ENTIDAD	VALOR
Constitución de Sociedad	Cámara de comercio	\$34.000
Impuesto de registro (Con cuantía)	Cámara de comercio	\$70.000
Matricula persona jurídica	Cámara de comercio	\$131.000
Formulario de registro mercantil	Cámara de comercio	\$4.500
Inscripción de los libros	Cámara de comercio	\$12.000
	TOTAL	\$251.500

4.4.3 Gastos Anuales De Administración

Los gastos anuales de administración se presentan en el siguiente cuadro donde nos indica el pago de los servicios públicos que se van a utilizar y del arriendo del lugar donde van a funcionar la fábrica:

Gastos de administración	Costo mensual	Costo anual
Agua	80.000	960.000
Luz	250.000	3.000.000
Teléfono	45.000	540.000
Internet	45.000	540.000
total	420.000	5.040.000

	Costo mensual	Costo anual
Arriendo	1.200.000	14.400.000

Tabla 36. Gastos de admiración

Fuente: El autor año 2016

CAPITULO 5

ESTUDIO FINANCIERO.

5.1 Análisis De Los Ingresos.

Los ingresos generados por las actividades económicas para la sostenibilidad de la empresa están basados de la siguiente manera:

Pares vendidos mensualmente

- Talla normal (hombres) $126 * 70.000 = 8.820.000$
- Talla grande (hombre) $15 * 80.000 = 1.200.000$
- Talla normal (mujer) $135 * 40.000 = 5.400.000$
- Talla grande (mujer) $20 * 50.000 = 1.000.000$
- Equivalente a un total de 16.420.000 mensual

Aporte inicial de los socios:

aporte	valor
Aporte de socios	\$15.000.000
Obligación financiera	\$40.000.000
total	\$55.000.000

Los siguientes cuadros nos muestran las cantidades vendidas en periodos anuales:

Proyección de ventas en calzado masculino tallas normales

Año	2017	2018	2019	2020	2021
cantidad	1516	1592	1.671	1753	1841
Precio por par	70.000	72.100	74.263	76.491	78.785
total	106.120.000	114.783.200	124.093.473	134.088.723	145.043.185

Proyección de ventas en masculino talla grande

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Cantidad	180	189	284	298	313
Precio por par	80.000	82.400	84.872	87.418	90.040
Total	14.400.000	15.573.600	24.103.648	26.050.564	28.182.520

Proyección de ventas calzado femenino talla normal

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Cantidad	1620	1701	1786	1875	1969
Precio por par	40.000	41.200	42.436	43.709	45.020
Total	64.800.000	70.081.200	75.790.696	81.954.375	88.644.380

Proyección de ventas calzado femenina talla grande

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Cantidad	240	252	265	278	292
Precio por par	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Total	12.000.000	12.600.000	13.250.000	13.900.000	14.600.000

Proyección de ventas precios

año	2017	2018	2019	2020	2021
Calzado masculino talla normal	106.120.000	114.783.200	124.093.473	134.088.723	145.043.185
Calzado masculino	14.400.000	15.573.600	24.103.648	26.050.564	28.182.520

talla grande					
Femenino talla normal	64.800.000	70.081.200	75.790.696	81.954.375	88.644.380
Femenino talla grande	12.000.000	12.600.000	13.250.000	13.900.000	14.600.000
total	197.320.000	213.038.000	237.237.817	255.993.662	276.470.085

Proyección de ventas totales (pares)

año	2017	2018	2019	2020	2021
Calzado masculino normal	1516	1592	1.671	1753	1841
Calzado masculino grande	180	189	284	298	313
Femenino normal	1620	1701	1786	1875	1969
Femenino grande	240	252	265	278	292
total	3.556	3.734	4.006	4.204	4.415

5.1.1. Fuentes De Financiación.

Aporte	aporte	valor
Entidad financiera	72.7%	40.000.000
Aporte de los socios	27.3%	15.000.000
Total	100%	55.000.000

5.2 Análisis De Los Egresos

Los egresos están distribuidos de la siguiente manera:

- Elementos para el funcionamiento de la fábrica
- Materias primas

CLASIFICACIÓN	
FABRICA	SALA DE VENTAS
Área de fabricación y almacenamiento de mercancía	Área de muestrario y venta al publico

Clasificación de materiales insumos y servicios

Elementos para el funcionamiento de la fábrica

Elementos	Servicios o insumos	cantidad	Valor unitario	Valor total
Elementos de aseo	Cloro	2	14.000	28.000
	Ambientador	2	15.000	30.000
	Basurero	3	25.000	75.000
Total				133.000
Sala de ventas	Espejo	3	100.000	300.000
	Vitrina	4	200.000	800.000
	Sillas	8	70.000	560.000
	Ventilador	4	120.000	480.000
	Equipo de sonido	1	800.000	800.000
	Computador	1	1.200.000	1.200.000
Total				4.140.000
Elementos de oficina	Computador	1	1.200.000	1.200.000
	Impresora	2	800.000	1.600.000
	Teléfono	2	60.000	120.000
	Escritorio	2	300.000	600.000
	Sillas	3	70.000	210.000
	Perforadora	2	3.000	6.000
	Grapadora	2	3.000	6.000
	Calculadora	2	15.000	30.000
	Papel resma	10	10.000	100.000
	Lápices y esferos	4 cajas	10.000	40.000
	Borradores	8	500	4.000
Tajalápiz	5	500	2.500	
Total				4.818.500
herramientas	Tijeras	3	6.000	18.000

	Mesón	2	350.000	700.000
	Pistola de pintura	2	70.000	140.000
	Hormas	50	10.000	500.000
	Tenazas	3	15.000	45.000
	Martillo	3	25.000	75.000
	Cuchillas	3	5.000	15.000
	Mesas para la maquinaria	4	150.000	600.000
Total				1.693.000
	Escoba	2	7.000	14.000
	Trapero	2	9.000	18.000
total				32.000
maquinas	Máquina de coser	2	2.200.000	4.400.000
	Máquina de cortar	2	5.500.000	11.000.000
	Máquina de pegar	1	3.000.000	3.000.000
	compresor		3.500.000	3.500.000
total				21.900.000
Arriendo		1	1.200.000	1.200.000
Total				1.200.000
Servicios públicos	agua		80.000	80.000
	energía		250.000	250.000
	teléfono		45.000	45.000
	Internet		45.000	45.000
Total				420.000

Repuestos de maquinas	70.000
Transporte	300.000

Valor total	35.106.500
-------------	------------

Materias primas

En la siguiente tabla se relaciona el consumo por unidad de producto, para fabricar un par de calzado para hombre.

- Hombre

Calzado talla normal			Calzado talla grande		
Materiales	Cantidad	Costo	Materiales	cantidad	Costo
Cuero	24 dc	12.000	Cuero	30 dc	18.000
Suela	1 par	10.000	Suela	1 par	12.000
Plantilla	1par	1.500	Plantilla	1par	1.800
Forro	24dc	3.500	Forro	30 dc	3.800
Pegamento	-	500	Pegamento	-	700
Hilos	-	400	Hilos	-	600
Pintura	-	1.700	Pintura	-	1.700
Tachuela	-	200	Tachuela	-	400
Solución	-	200	Solución	-	200
Contrafuerte	1 par	2000	Contrafuerte	-	2000
Cordón	1 par	600	Cordón	1 par	600
Ojales	10	1.000	Ojales	10	1.000
Mano de obra	-	7.612	Mano de obra	-	7.612
Caja	1	100	Caja	-	100
Total		41.312			50.512

En la siguiente tabla se relaciones el consumo por unidad de producto, para fabricar un par de calzado para dama.

- DAMA

Tallas normales			Tallas grandes		
materias	costo	Cantidad	materiales	cantidad	costo
Entresuela	400	1 par	Entresuela	1 par	400
Capellada	10.000	10 dc	Capellada	15 dc	12.000
Suela	8.000	1 par	Suela	1 par	9.000
Plantilla	700	1 par	Plantilla	1 par	900
Forro	500	10dc	Forro	15 dc	500
Pegamento	400	-	Pegamento	-	400
Hilos	300	-	Hilos	-	300
Pintura	400	-	Pintura	-	400
Tachuela	200	-	Tachuela	-	300
Piedras	1.000	-	Piedras	-	1.000
Solución	200	-	Solución	-	200
Contrafuerte	2.000	1 par	Contrafuerte	1 par	2.000
Mano de obra	7.612	-	Mano de obra	-	7.612
Caja	100	1	Cajas	1	100
total	31.812				35.112

Costo anual de materia prima

	Pares	valor	total
Talla normal	1516(hombres)	35.700	54.121.200
Talla grande	180 (hombre)	44.900	8.082.000
Talla normal	1620 (mujer)	26.200	42.444.000
Talla grande	240 (mujer)	29.500	7.080.000
total	3556		111.727.200

5.3 capital de trabajo

Los gastos mensuales están detallados en los siguientes gráficos, en el cual se explica cuanto se va pagar por el concepto de cantidades producidas por calzado.

Numero de calzados mensual	296
Materia prima	10.294.400
agua	80.000
luz	250.000
teléfono	45.000
internet	45.000
Útiles de papelería	150.000
Sueldo de personal	4.603.522
Arriendo	1.200.000
Total mensual	16.667.922
Total anual	200.015.064

5.4 Modelo de Financiación

El modelo de financiación se plantea de la siguiente manera:

5.4.1 Modelo Financiero

	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Variables Macroeconómicas							
Inflación	%		4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%
Devaluación	%		15,00%	2,28%	4,55%	3,00%	0,87%
IPP	%		4,00%	3,25%	3,01%	3,02%	3,02%
Crecimiento PIB	%		5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DTF T.A.	%		6,54%	7,94%	7,08%	6,33%	5,59%
Ventas, Costos y Gastos							
Precio Por Producto							
Precio CALZADO MASCULINO TALLA NORM	\$ / unid.		70.000	71.862	73.774	75.736	77.750
Precio CALZADO MASCULINO TALLA GRAN	\$ / unid.		80.000	82.128	84.313	86.555	88.858
Precio CALZADO FEMENINO TALLAS PEQU	\$ / unid.		40.000	41.064	42.156	43.278	44.429
Precio CALZADO FEMENINO TALLAS GRAN	\$ / unid.		50.000	51.330	52.695	54.097	55.536
Precio	\$ / unid.			0	0	0	0
Unidades Vendidas por Producto							
Unidades CALZADO MASCULINO TALLA NO	unid.		1.516	1.819	2.183	2.620	3.144
Unidades CALZADO MASCULINO TALLA GR	unid.		180	216	259	311	373
Unidades CALZADO FEMENINO TALLAS PE	unid.		1.620	1.944	2.333	2.799	3.359
Unidades CALZADO FEMENINO TALLAS GR	unid.		240	288	346	415	498
Unidades	unid.			0	0	0	0
Total Ventas							
Precio Promedio	\$		55.489,3	56.965,3	58.480,6	60.036,2	61.633,2
Ventas	unid.		3.556	4.267	5.121	6.145	7.374
Ventas	\$		197.320.000	243.082.454	299.458.137	368.908.468	454.465.720
Rebajas en Ventas							
Rebaja	% ventas						
Pronto pago	\$		0	0	0	0	0
Costos Unitarios Materia Prima							
Costo Materia Prima CALZADO MASCULINO	\$ / unid.		33.700	34.596	35.517	36.461	37.431
Costo Materia Prima CALZADO MASCULINO	\$ / unid.		42.900	44.041	45.213	46.415	47.650
Costo Materia Prima CALZADO FEMENINO T	\$ / unid.		24.200	24.844	25.505	26.183	26.879
Costo Materia Prima CALZADO FEMENINO T	\$ / unid.		27.500	28.232	28.982	29.753	30.545
Costo Materia Prima	\$ / unid.			0	0	0	0
Costos Unitarios Mano de Obra							
Costo Mano de Obra CALZADO MASCULINO	\$ / unid.		7.612	7.814	8.022	8.236	8.455
Costo Mano de Obra CALZADO MASCULINO	\$ / unid.		7.612	7.814	8.022	8.236	8.455
Costo Mano de Obra CALZADO FEMENINO T	\$ / unid.		7.612	7.814	8.022	8.236	8.455
Costo Mano de Obra CALZADO FEMENINO T	\$ / unid.		7.612	7.814	8.022	8.236	8.455
Costo Mano de Obra	\$ / unid.		0	0	0	0	0
Costos Variables Unitarios							
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ / unid.		29.419,3	30.201,9	31.005,3	31.830,0	32.676,7
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$ / unid.		7.612,0	7.814,5	8.022,3	8.235,7	8.454,8
Materia Prima y M.O.	\$ / unid.		37.031,3	38.016,4	39.027,6	40.065,8	41.131,5
Otros Costos de Fabricación							
Otros Costos de Fabricación	\$		840.000	865.200	891.156	917.891	945.427
Costos Producción Inventariables							
Materia Prima	\$		104.615.200	128.877.557	158.766.840	195.588.046	240.948.825
Mano de Obra	\$		27.068.272	33.345.946	41.079.537	50.606.704	62.343.410
Materia Prima y M.O.	\$		131.683.472	162.223.503	199.846.378	246.194.749	303.292.236

	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Producción Inventariables							
Materia Prima	\$		104.615.200	128.877.557	158.766.840	195.588.046	240.948.825
Mano de Obra	\$		27.068.272	33.345.946	41.079.537	50.606.704	62.343.410
Materia Prima y M.O.	\$		131.683.472	162.223.503	199.846.378	246.194.749	303.292.236
Depreciación	\$		4.840.000	4.840.000	4.840.000	3.040.000	3.040.000
Agotamiento	\$		0	0	0	0	0
Total	\$		136.523.472	167.063.503	204.686.378	249.234.749	306.332.236
Margen Bruto	\$		30,81%	31,27%	31,65%	32,44%	32,60%
Gastos Operacionales							
Gastos de Ventas	\$		21.973.936	22.633.154	23.312.149	24.011.513	24.731.859
Gastos Administración	\$		46.683.736	47.925.523	49.200.342	50.509.071	51.852.613
Total Gastos	\$		68.657.672	70.558.677	72.512.491	74.520.585	76.584.471
Capital de Trabajo							
Cuentas por cobrar							
Rotación Cartera Clientes	días			0	0	0	0
Cartera Clientes	\$	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar	%		0%	0%	0%	0%	0%
Inventarios							
Invent. Prod. Final Rotación	días costo			0	0	0	0
Invent. Prod. Final	\$		0	0	0	0	0
Invent. Prod. en Proceso Rotación	días		0	0	0	0	0
Invent. Prod. Proceso	\$	0	0	0	0	0	0
Invent. Materia Prima Rotación	días compras		0	0	0	0	0
Invent. Materia Prima	\$		0	0	0	0	0
Total Inventarios	\$		0	0	0	0	0

	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Acreedores Varios	\$		0	0	0	0	0
Acreedores Varios (Var.)	\$		0	0	0	0	0
Otros Pasivos	\$		0	0	0	0	0
Inversiones (Inicio Período)							
Terrenos	\$	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	\$	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo	\$	21.900.000	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	\$	4.250.000	0	0	0	0	0
Equipo de Transporte	\$	0	0	0	0	0	0
Equipos de Oficina	\$	5.400.000	0	0	0	0	0
Semovientes pie de Cría	\$		0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	\$		0	0	0	0	0
Total Inversiones	\$		0	0	0	0	0
Otros Activos							
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0
Estructura de Capital							
Capital Socios	\$	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000
Capital Adicional Socios	\$		0	0	0	0	0
Obligaciones Fondo Emprender	\$		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	\$	40.000.000			0	0	0
Dividendos							
Utilidades Repartibles	\$		0	0	0	0	22.733.497
Dividendos	%		0%	0%	0%	0%	0%
Dividendos	\$		0	0	0	0	0

5.4.2 base de cálculo

Información del Proyecto		
Tasa de Descuento	10%	Tasa Efectiva Anual
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación) en meses	2 mes	
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	24 mes	
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	60 mes	
Condiciones de la Deuda		
Gracia	0	Gracia a Capital (Años)
Plazo	5	Plazo de la Deuda (Años)
Tasa en pesos	5%	Puntos por encima del DTF
Depreciación Activos Fijos		
Construcciones y Edificaciones	20	Vida útil (años)
Maquinaria y Equipo de Operación	10	Vida útil (años)
Muebles y Enseres	5	Vida útil (años)
Equipo de Transporte	5	Vida útil (años)
Equipo de Oficina	3	Vida útil (años)
Semovientes	10	Agotamiento (años)
Cultivos Permanentes	10	Agotamiento (años)
Otros		
Gastos Anticipados	5	Amortización (años)

5.4.3 Balance General

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BALANCE GENERAL						
Activo						
Efectivo	23.450.000	6.619.700	3.407.704	18.450.578	49.759.304	100.542.139
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	0	0	0	0	0	0
Total Activo Corriente:	23.450.000	6.619.700	3.407.704	18.450.578	49.759.304	100.542.139
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación	21.900.000	19.710.000	17.520.000	15.330.000	13.140.000	10.950.000
Muebles y Enseres	4.250.000	3.400.000	2.550.000	1.700.000	850.000	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	5.400.000	3.600.000	1.800.000	0	0	0
Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	31.550.000	26.710.000	21.870.000	17.030.000	13.990.000	10.950.000
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	55.000.000	33.329.700	25.277.704	35.480.578	63.749.304	111.492.139
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	148.500	31.846	6.017.458	13.954.440	23.000.101
Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	10.000.000	33.000.000	24.000.000	15.000.000	8.000.000	0

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y Enseres	4.250.000	3.400.000	2.550.000	1.700.000	850.000	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	5.400.000	3.600.000	1.800.000	0	0	0
Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	31.550.000	26.710.000	21.870.000	17.030.000	13.990.000	10.950.000
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	55.000.000	33.329.700	25.277.704	35.480.578	63.749.304	111.492.139
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	148.500	31.846	6.017.458	13.954.440	23.000.101
Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	40.000.000	32.000.000	24.000.000	16.000.000	8.000.000	0
Otros pasivos a LP	0	0	0	0	0	0
Obligacion Fondo Emprender (Contingente)	0	0	0	0	0	0
PASIVO	40.000.000	32.148.500	24.031.846	22.017.458	21.954.440	23.000.101
Patrimonio						
Capital Social	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	0	6.466	1.228.192	4.061.366
Utilidades Retenidas	0	0	-13.818.800	-13.760.608	-2.765.071	22.733.497
Utilidades del Ejercicio	0	-13.818.800	64.657	12.217.263	28.331.743	46.697.175
Revalorizacion patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	15.000.000	1.181.200	1.245.858	13.463.121	41.794.863	88.492.038
PASIVO + PATRIMONIO	55.000.000	33.329.700	25.277.704	35.480.578	63.749.304	111.492.139

5.4.4 Estado de Resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	197.320.000	243.082.454	299.458.137	368.908.468	454.465.720
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	131.683.472	162.223.503	199.846.378	246.194.749	303.292.236
Depreciación	4.840.000	4.840.000	4.840.000	3.040.000	3.040.000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	840.000	865.200	891.156	917.891	945.427
Utilidad Bruta	59.956.528	75.153.752	93.880.604	118.755.828	147.188.057
Gasto de Ventas	21.973.936	22.633.154	23.312.149	24.011.513	24.731.859
Gastos de Administracion	46.683.736	47.925.523	49.200.342	50.509.071	51.852.613
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	-8.701.144	4.595.074	21.368.113	44.235.244	70.603.586
Otros ingresos					
Intereses	4.969.156	4.498.571	3.133.392	1.949.060	906.310
Otros ingresos y egresos	-4.969.156	-4.498.571	-3.133.392	-1.949.060	-906.310
Utilidad antes de impuestos	-13.670.300	96.504	18.234.721	42.286.183	69.697.276
Impuestos (35%)	148.500	31.846	6.017.458	13.954.440	23.000.101
Utilidad Neta Final	-13.818.800	64.657	12.217.263	28.331.743	46.697.175

5.4.5 Flujo de Caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		-8.701.144	4.595.074	21.368.113	44.235.244	70.603.586
Depreciaciones		4.840.000	4.840.000	4.840.000	3.040.000	3.040.000
Amortización Gastos		0	0	0	0	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-148.500	-31.846	-6.017.458	-13.954.440
Neto Flujo de Caja Operativo		-3.861.144	9.286.574	26.176.266	41.257.786	59.689.145
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas e insumos3		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		0	0	0	0	0
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	0
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-21.900.000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-4.250.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-5.400.000	0	0	0	0	0

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-21.900.000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-4.250.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-5.400.000	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-31.550.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-31.550.000	0	0	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	0	0	0	0	0	0
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	40.000.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-8.000.000	-8.000.000	-8.000.000	-8.000.000	-8.000.000
Intereses Pagados		-4.969.156	-4.498.571	-3.133.392	-1.949.060	-906.310
Dividendos Pagados		0	0	0	0	0
Capital	15.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	55.000.000	-12.969.156	-12.498.571	-11.133.392	-9.949.060	-8.906.310
Neto Periodo	23.450.000	-16.830.300	-3.211.996	15.042.874	31.308.725	50.782.835
Saldo anterior		23.450.000	6.619.700	3.407.704	18.450.578	49.759.304
Saldo siguiente	23.450.000	6.619.700	3.407.704	18.450.578	49.759.304	100.542.139

5.4.6 Resultados

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Supuestos Macroeconómicos						
Variación Anual IPC		4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%
Devaluación		15,00%	2,28%	4,55%	3,00%	0,87%
Variación PIB		5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DTF ATA		6,54%	7,94%	7,08%	6,33%	5,59%
Supuestos Operativos						
Variación precios		N.A.	2,7%	2,7%	2,7%	2,7%
Variación Cantidades vendidas		N.A.	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%
Variación costos de producción		N.A.	22,4%	22,5%	21,8%	22,9%
Variación Gastos Administrativos		N.A.	2,7%	2,7%	2,7%	2,7%
Rotación Cartera (días)		0	0	0	0	0
Rotación Proveedores (días)		0	0	0	0	0
Rotación inventarios (días)		0	0	0	0	0
Indicadores Financieros Proyectados						
Liquidez - Razón Corriente		44,58	107,01	3,07	3,57	4,37
Prueba Acida		45	107	3	4	4
Rotacion cartera (días)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Rotación Inventarios (días)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rotacion Proveedores (días)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nivel de Endeudamiento Total		96,5%	95,1%	62,1%	34,4%	20,6%
Concentración Corto Plazo		0	0	0	1	1
Ebitda / Gastos Financieros		-77,7%	209,7%	836,4%	2425,5%	8125,6%
Ebitda / Servicio de Deuda		-29,8%	75,5%	235,4%	475,2%	826,9%
Rentabilidad Operacional		-4,4%	1,9%	7,1%	12,0%	15,5%
Rentabilidad Neta		-7,0%	0,0%	4,1%	7,7%	10,3%
Rentabilidad Patrimonio		-1169,9%	5,2%	90,7%	67,8%	52,8%
Rentabilidad del Activo		-41,5%	0,3%	34,4%	44,4%	41,9%

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ebitda / Servicio de Deuda		-29,8%	75,5%	235,4%	475,2%	826,9%
Rentabilidad Operacional		-4,4%	1,9%	7,1%	12,0%	15,5%
Rentabilidad Neta		-7,0%	0,0%	4,1%	7,7%	10,3%
Rentabilidad Patrimonio		-1169,9%	5,2%	90,7%	67,8%	52,8%
Rentabilidad del Activo		-41,5%	0,3%	34,4%	44,4%	41,9%
Flujo de Caja y Rentabilidad						
Flujo de Operación		-3.861.144	9.286.574	26.176.266	41.257.786	59.689.145
Flujo de Inversión	-55.000.000	0	0	0	0	0
Flujo de Financiación	55.000.000	-12.969.156	-12.498.571	-11.133.392	-9.949.060	-8.906.310
Flujo de caja para evaluación	-55.000.000	-3.861.144	9.286.574	26.176.266	41.257.786	59.689.145
Flujo de caja descontado	-55.000.000	-3.510.131	7.674.855	19.666.616	28.179.623	37.062.263
Criterios de Decisión						
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor		10%				
TIR (Tasa Interna de Retorno)		23,70%				
VAN (Valor actual neto)		34.073.226				
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)		2,07				
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses		2 mes				
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprend. (AFE/AT)		72,73%				
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)		24 mes				
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)		60 mes				

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

6.1 Cronograma de Actividades.

	f e b r e r o		m a r z o				a b r i l				m a y o			
Actividad	S 3	S 4	s 1	s 2	S 3	s 4	s 1	s 2	s 3	s 4	s 1	s 2	s 3	
Elaboración y aprobación del anteproyecto														
Recolección de información y mejoramiento del 1mer capitulo														
Recolección de información y mejoramiento del 2do capitulo														
Asignación del asesor														
Recolección de información y mejoramiento del 3 y 4 capitulo														
Asesorías														
Recolección de información y visitas a empresas de calzado														
Asesorías														
Corrección del capítulo 5														
Asesorías														
Visitas a fábricas y almacenes														
Con toda la información elaboración del 6 y 7 capitulo														
Asesorías														
Revisión del proyecto de grado con el asesor														
Simulacro y entrega del 100% del proyecto de grado														

6.2 Metas Sociales

Como principal meta social es la puesta en marcha del plan de negocios ya que no solo beneficiara a la sociedad, si no que de igual forma a la autora del proyecto con fines de lucro y mejoramiento de la calidad de vida, generando empleo a la comunidad de Villavicencio.

En esta meta se generara a los empleados un trato justo, con bonificaciones por alcanzar metas mensuales, compensación con día de descanso, haciendo de la empresa un lugar con ambiente familiar, Salarios que sean de acuerdo a su experiencia y conocimiento, mejorando la calidad de vida también de los empleados.

Otro aspecto importante que será manejado en la fábrica de calzado, será la recolección de zapatos en buen estado, que los clientes que adquiere su calzado nuevo no desee usar más, lo cual serán dotados para las personas de escasos recursos.

6.2.1 Plan Nacional de Desarrollo

El proyecto se enmarca en el artículo 179. Del plan de desarrollo nacional, ya que debido al sector que se maneja industrial y comercial en la parte de fabricación de calzado entraremos hacer parte de una competencia y productividad en este sector, de igual forma, damos innovación en fabricar calzados personalizados por los mismo clientes y con las tallas adecuadas, introduciéndonos en un nuevo mercado que serían las tallas grandes.

6.2.2 Plan regional de Desarrollo

El proyecto se ajusta al Plan de Desarrollo Regional y a los compromisos colectivos entre los industriales y gobierno de reducir los índices de desempleo en el Meta. Y a la promoción de proyectos de emprendimiento nacidos en las aulas de clase de las Universidades y además al apoyo a la pequeña y mediana empresa.

Promover el fomento y desarrollo productivo para la innovación y la competitividad a través de la formación, acompañamiento, seguimiento y asociatividad de las organizaciones solidarias y pequeñas empresas que sirvan de soporte al sector productivo de la región son las metas que persigue el Gobierno Municipal

6.2.4 Empleo

Inicialmente se generaran 4 empleos directos y uno indirecto los cuales empezaran a funcionar desde el inicio de la apertura de la fábrica de calzado.

Cargo	detalle
Jefe administrativo	directo
Asesor de ventas	directo
Operario 1	directo
Operario 2	directo
Contador	indirecto

El jefe administrativo será el encargado de velar por el funcionamiento de la empresa y supervisar su debido funcionamiento, el asesor de ventas será el encargado de la atención al cliente y de cumplir presupuestos de ventas, los operarios se encargaran de todo el proceso para la fabricación de la cantidad de calzado correspondiente al mes, y por último el contador será la persona encargada de todos los tramites contables de la empresa.

6.2.5 Emprendedores

El proyecto es realizado por una estudiante de administración de empresas de la corporación universitaria MINUTO DE DIOS.

Nombres y apellidos	Participación %
Luisa Fernanda Días Cruz	100%

CAPITULO 7

Impacto Económico, Regional, Social y Ambiental

7.1 Impacto Económico

Se contara con una excelente calidad de pieles que proveerán del barrio Restrepo y san Benito de Bogotá que económicamente, tiene impactos importantes ya que entre más limpias estén las pieles, menores son los tiempos de lavado, es decir una disminución en el consumo de agua, por otro lado una mejor calidad de las pieles lo que conlleva a la fabricación de productos de calidad.

Otro de los impactos económicos que puede generar la fábrica de calzado es al desarrollo y crecimiento del sector industrial y comercial de la ciudad de Villavicencio, beneficiando a los colaboradores de la empresa con sus ingresos mensuales y al autor del proyecto de la misma forma.

7.2 Impacto Regional

El proyecto como tal presenta un positivo impacto en la población en general, debido a que pretende ofrecer y por ende distribuir el producto, a los cuales tienen acceso la población en general de Villavicencio y la región.

La Empresa, ofrece grandes aportes al desarrollo local y regional, mediante la generación de empleo y en la producción de calzado, en el momento que los resultados económicos sean positivos.

Los beneficios que serían de forma directa e indirecta, se llevan a cabo con resultados que se traducirán en las satisfacciones a mediano y largo plazo para quien o quienes decidan invertir y hagan parte de la organización. En esta producción se reducirán los riesgos para los seres humanos y el medio ambiente, se ahorra la materias primas y energía, la eliminación de materias primas las cuales no son tóxicas. Se cuida el impacto que se pueda generar desde la extracción hasta la disposición final

7.3 Impacto Social

La generación de empleo es el factor que tiene mayor incidencia en lo social ya que es importante destacar que en Villavicencio, al igual que en el resto del país posee una gran tasa de desempleo, representando una disminución de ingresos lo

que no permite la satisfacción de las necesidades mínimas vitales de una comunidad, es por ello que sería de gran importancia contar con este proyecto, de esta manera reducir en parte el alto índice de desempleo existente actualmente en la ciudad de Villavicencio ya que contribuirá a mejorar las condiciones de vida de las personas que intervengan en la empresa y la satisfacción de una necesidad de la población general, además de ofrecer un servicio comercial ajustado a los requerimientos de la comunidad.

Por otra parte busca dar solución a la problemática que tiene una parte de la población de Villavicencio, y consiste en introducir al mercado la falta de tallas grandes en calzados, con diseños innovadores y personalizados al gusto del cliente que les brinde comodidad en sus pies y aun precio asequible. Por otro lado se busca generar empleo a personas, experimentadas en el sector del calzado.

Otro aspecto importante que será manejado en la fábrica de calzado, será la recolección de zapatos en buen estado, que los clientes que adquiere su calzado nuevo no desee usar más, lo cual serán dotados para las personas de escasos recursos.

7.4 Impacto Ambiental

La fábrica de calzado no afectara al medio ambiente, ya que no se hará uso de residuos tóxicos, ni contaminaciones de aguas, la fábrica estará ubicada en el centro de la ciudad donde el nivel acústico de las maquinas que no es muy alto no generara contaminación auditiva, los residuos sólidos se controlaran al máximo para al mismo tiempo no hacer desperdicio de las materias primas.

Aquellos residuos que no se puedan reutilizar ni vender serán destinarlos a reciclaje.

El calzado que los clientes no deseen usar más, no serán tirados a las basuras si no dotados a otras personas.

Resumen ejecutivo

Información General

Proyecto	Plan de negocio para la creación de una fábrica de calzado con énfasis en tallas grandes masculinas y femeninas para ciudad de Villavicencio/meta
Año de constitución	Primer periodo del 2016
Ubicación del Proyecto	Centro de la ciudad de Villavicencio departamento del Meta, Colombia
Sector de la actividad	Sector de industrial y comercial
Descripción	Fabricación y distribución de calzado en Villavicencio, femenino y masculino, con la posibilidad de personalizar a su estilo y fabricación de tallas grandes.
Responsables del proyecto	Luisa Fernanda Díaz Cruz

DESCRIPCION DEL PROYECTO

El presente proyecto tiene como finalidad determinar la viabilidad de crear una fábrica de calzado con énfasis en tallas grandes femeninas y masculinas en la ciudad de Villavicencio, ofreciendo un producto de alta calidad, cómodo, de fácil acceso y a un precio que favorece al comprador. Dando la posibilidad al cliente de personalizar su estilo, y fabricar el calzado al acomodo de su pie.

Mercados

Mercado objetivo	El mercado objetivo al que va dirigido la fábrica de calzado será el 1% del mercado potencial que equivale a 3.555 personas mayores de 14 años entre hombres y mujeres.
Tasa de crecimiento	Nuestra empresa plantea un crecimiento del mercado del 5% anual.

Tipología de Clientes:	Todas las personas de Villavicencio meta que requieran de tallas grandes y tallas normales, deseando un diseño personalizado.
Nivel de Competencia:	Todas las fábricas y almacenes de calzado, ubicadas en la ciudad de Villavicencio.
Investigación utilizada	Se realizó una investigación descriptiva, ya que se busca delimitar hechos característicos del problema en estudio, donde se indaga y se describe una situación concreta, para analizar las ventajas y beneficios que traerá para el sector del calzado, la creación de una fábrica de calzado en la ciudad de Villavicencio.
Estrategias utilizadas	<ul style="list-style-type: none"> •CANALES PROPIOS DE DISTRIBUCION en donde la empresa realizara la venta directa sin emplear intermediarios. •SISTEMA DE DISTRIBUCION INTEGRAL, para llevar a cabo la venta de este servicio (CALZADO) contara con su propio establecimiento. <p>La fábrica de calzado no tiene un sistema típico de distribución ya que tiene el contacto personal con el cliente.</p>
	<p>Estrategia de Precios</p> <p>La fábrica de calzado, implementara la estrategia de penetración al mercado, la cual consiste en fijar un precio inicial bajo para conseguir una penetración de mercado rápida y eficaz, es decir, para atraer rápidamente a un gran número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado. El elevado volumen de ventas reduce los costes de producción, lo que permite a la empresa bajar aún más sus precios y la prestación un servicio de alta calidad.</p> <p>Precios similares a la competencia.</p>
	Después de un análisis de las diferentes formas de promoción para los bienes y servicios, se ha concluido que las formas de dar a conocer este producto será por medio de:

	<p>CUNAS RADIALES, ya que estas permiten dar conocer más el servicio que se está prestando y brinda una originalidad, aunque no es un medio de comunicación tan influyente aun así este medio penetra algún tipo de mercado.</p> <p>VALLAS, es una excelente forma de llamar la atención tanto de los ciudadanos de Villavicencio como los turistas, atrayendo así más clientes.</p> <p>Otro medio de promoción son las REDES SOCIALES, el cual se utiliza actualmente con mucha frecuencia, por las personas de todos los estratos</p>
Proyección de ventas	<p>El crecimiento en ventas se proyectó en un 5% para las unidades y un 3% para el precio, el horizonte del proyecto indica que permite un desarrollo y un crecimiento pausado de acuerdo a las exigencias del mercado y a la competencia. Las variaciones en el precio se determinó con un promedio de la variación del IPC en los últimos cinco años tomados del DANE que corresponde a 3%</p>

Estudio técnico

Materia prima	<p>Se utilizaran todos los materiales para la fabricación del calzado como: cueros hormas, telas, plantillas, solución, clavos, pegamento, suelas, adornos, pinturas, contrafuerte, y cordones.</p>
Inversión en maquinaria	<p>La inversión en maquinaria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Máquina de coser • Máquina de cortar • Máquina de pegar <p>Será de 18.400.000</p>
Distribución de planta	<p>La misión de la empresa es encontrar la mejor ordenación de las áreas de trabajo ya que encontrara dividido en la fábrica, donde se llevara a cabo el proceso de producción de calzados, y</p>

	una pequeña sala de ventas, donde se comercializara el calzado.
--	---

Conclusiones financieras y evaluación de la viabilidad

Tasa interna de retorno TIR	(TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para reinvertir el proyecto presenta una TIR de 23,70% con lo cual concluimos que el proyecto es VIABLE ya que esta es mayor a la tasa mínima que aspira el emprendedor que es del 10%
Valor actual neto VAN	Permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero para el caso la VAN es de 34.073.226 viable.
Periodo de recuperación de la inversión PRI	Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial para nuestro caso la inversión se recupera en el periodo 2.07

Equipo de trabajo

MONBRES Y APELLIDOS	OCUPACION
LUISA FERNANDA DIAZ CRUZ	Estudiante de Administración de Empresas

Bibliografía

- <http://www.portafolio.co/negocios/empresas/industria-calzado-camina-senales-optimistas-32102>
- <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4929/1090397204-2014.pdf?sequence=1>
- <http://www.procolombia.co/node/1639>
- <https://es.scribd.com/doc/81926586/Analisis-Del-Sector-Calzado>
- <http://html.rincondelvago.com/analisis-mercadologico-de-productos-de-calzado.html>
- <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4929/1090397204-2014.pdf?sequence=1>