

OPCIÓN DE GRADO I

Opción de grado I, Shoes Factory S, A, S

Maira Sofía Rodríguez Mahecha

Docente: Carlos Alberto Lozano Moreno

Abril 2018

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

Administración de empresas

Opción de grado I.

## **Agradecimientos**

Doy gracias primordialmente a Dios por darme la paciencia, sabiduría, inteligencia y la capacidad para ejercer este proyecto.

Al profesor Carlos Alberto Lozano por el compromiso y empeño el cual me ayudó mucho aportándome sus conocimientos y orientación durante el desarrollo del proyecto.

En este documento encontraremos el análisis de estudio para la ejecución de una nueva empresa llamada Shoes Factory S.A.S; donde se evidenciara el primer producto de lanzamiento el cual serán los zapatos deportivos (guayos) realizando un estudio de mercados para encontrar que tipo de diseño de zapato deportivo es más demandado por los principales deportistas, así encontrar la producción que será demandada por los diversos consumidores obteniendo una gran eficacia y calidad en el producto de lanzamiento para ser una empresa competitiva y posicionada en el mercado; definiendo que estrategias de producción y comercialización son las que harán que el producto de la empresa impacte en el mercado, creando beneficio a las personas que adquieran el producto indagando siempre la perfilación del cliente objetivo.

Capítulo 1 Presentación .....	1
Capítulo 2 Necesidades .....	2
Capítulo 3 Beneficiarios .....	3
Capítulo 4 Estudio de mercados .....	4
Etapas de innovación .....	4
Razones para lanzar un producto nuevo al mercado .....	5
Categoría de los productos nuevos .....	5
Métodos para lanzar un producto nuevo .....	6
Encuesta .....	7
Capítulo 5 Resultados .....	9
Capítulo 6 Presentación del producto .....	15
Descripción del zapato deportivo (guayo) .....	15
Capítulo 7 Presentación del producto .....	16
Identidad estratégica .....	16
Futuro preferido .....	16
Valores corporativos .....	16
Capítulo 8 Marco legal.....	18
Sociedad por acciones simplificadas (SAS) .....	18
Requisitos.....	18
Registro y certificación de una SAS .....	18
Matricula de una SAS .....	19
Constitución presencial de una sociedad por acciones simplificadas.....	19
Formulario registro único empresarial y social (RUES).....	20
Capítulo 9 Impactos .....	21
Ambiental.....	21
Tecnológico.....	21
Social.....	21
Económico .....	21
Capítulo 10 Fuerza competitiva .....	22
Poder de negociación del cliente.....	22
Poder de negociación del proveedor .....	23
Amenaza de nuevos competidores.....	23
Amenaza de productos sustitutos.....	23
Rivalidad entre los competidores existentes .....	24
Capítulo 10 Conclusión.....	25
Capítulo 11 Bibliografía .....	26

## **Capítulo 1**

### **Presentación**

En la actualidad hemos evidenciado que los deportes han sido un medio de inclusión social en los sectores más vulnerables, el gobierno ha dispuesto diferentes recursos para la construcción de centros deportivos, entre ellas una variedad de canchas sintéticas donde ha tenido gran acogida por niños, adolescentes y adultos los cuales llegan en busca de practicar, aprender y en algunos casos realizar este deporte (fútbol) como vocación o profesión. Es por esto que, gracias a la cantidad de deportistas he decido crear como idea de negocio como la empresa SHOES FACTORY S.A fabrica, distribuye y comercializa productos deportivos, al existir en el mercado se espera que sea conocida para que así sea más adquirida por los clientes entendiendo que el deporte establece los valores de integración, paz, unión y sana competencia los cuales son necesarios para el bienestar y desarrollo del país.

Por lo tanto como producto de lanzamiento tendremos los Guayos deportivos donde se verá reflejado los altos estándares de calidad y nuevas tendencias en diseño y beneficios para nuestros clientes teniendo en cuenta que algunas personas cuentan con bajos recursos, este producto (guayos) tendrá un costo bastante accesible; con la búsqueda de algunos patrocinadores o inversionistas que aporten a esta labor de emprendimiento social.

## Capítulo 2

### Necesidades

- He identificado que los que utilizan zapatos deportivos, a la hora de comprar ellos exigen un producto con calidad un precio más o menos razonable con diseños que impacten y se ajustan a la preferencia del practicante.
- Conociendo la demanda de consumidores se pretende tener la suficiente producción para el momento en que lo solicite el público; en este caso se tendría un stock de presentación del el producto.
- Los guayos son reconocidos principalmente por deportistas principiantes o profesionales que practican futbol; este se originó por la necesidad de tener mayor protección en el pie mientras los deportistas se encuentran el césped.
- Proporcionar un mayor control y estabilidad que genera un mejor apoyo para el puente del pie, mientras la practica en el césped.
- Generar mayor potencia, efecto y contacto preciso con el balón.
- Permitir que la parte baja del tobillo se una con el pie en todos los movimientos que se realice durante la práctica.
- Obtener un calzado cómodo que aumente la estabilidad para las articulaciones de la pierna y así poder favorecer los movimientos dentro del césped.
- Adquirir productos deportivos con altos estándares de calidad a un precio accesible para todas las clases sociales.

### **Capítulo 3**

#### **Beneficiarios**

- Los guayos son un beneficio para una población con gusto a el futbol de allí surgen personas interesadas en tener su indumentaria adecuada.
- En las zapatillas deportivas siempre habrá avances los cuales se verán reflejados en las suelas que tendrán una utilidad para el practicante de que se podrá adecuar para utilizarlas en césped y cemento y así sean de más comodidad y satisfacción para los deportistas.
- En este caso este producto ya es existente en el mercado pero es distinto a los demás por que se le han hecho cambios en el sentido de mejorar el producto y satisfacer más al que hace uso de este zapato deportivos (guayos).

## **Capítulo 4**

### **Estudio de mercados**

Los Zapatos Deportivos Shoes Factory son un producto nuevo tanto para la empresa como para el Mercado al ser una marca nueva sus características y diseños son diferentes a los de la competencia: es un producto nuevo como primero, se está impulsando una nueva marca en el mercado y esta hace parte del producto, por otra parte este guayo tiene diferentes características a los que existen en el mercado. Si se logran posicionar estos productos en el mercado va a ser de mayor beneficio para la empresa ya que al tener mayor crecimiento en el mercado se aumentara la participación en este y así se tendrá que producir más y si es el caso aumentar o realizar cambios en la infraestructura tanto de la empresa como del personal.

#### **Etapas de innovación**

- Creatividad

Se mantendrá ideas y diseños para lanzar al mercado que impacten al consumidor y generen satisfacción en ello.

- Ejecución

Lanzaremos productos nuevos en el momento que lo solicite y requiera el mercado.



### **Razones para lanzar un producto nuevo al mercado**

- Mercado

El constante diseño de nuevos productos para satisfacer nuevas necesidades que exija el mercado.

- Técnicas

En las zapatillas deportivas siempre habrán avances los cuales se verán reflejados en las suelas que tendrán una utilidad para el practicante de poderse adecuar para utilizarlas en césped o cemento y así sean de mayor comodidad y satisfacción para el deportista.

- Rentabilidad

Los guayos Shoes Factory al ser un producto nuevo, se espera que sea demandado en el mercado para así generar altas ganancias y poder generar nuevas líneas.

### **Categoría de los productos nuevos**

- Mejoras

Este producto ya existe en el mercado pero será diferenciado por que se le realizaran cambios en mejoras del producto.

- Imitación

Los guayos Shoes Factory para la empresa son el primer modelo producido el cual tiene características similares a las de la competencia, con diferentes innovaciones para el uso de los consumidores.

### **Métodos para lanzar un producto nuevo**

- Método global

Los guayos Shoes Factory para lanzarlo por este método será vendido normalmente y los consumidores tendrán un hábito normal de compra.

- Método competitivo

Se utilizará para ser competitivos en el mercado por nuestros métodos de innovación y calidad que se verán reflejados en nuestros productos y atención al cliente.

- Método de difusión

Utilizando este método se espera de los zapatos deportivos (guayos) sean aceptados y creen una gran expectativa en el público en general.

## Encuesta

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

### ENCUESTA ZAPATOS DEPORTIVOS (GUAYOS)

NOMBRE: \_\_\_\_\_ EDAD: \_\_\_\_\_ ESTRATO: \_\_\_\_\_

**1. ¿Para qué hace uso los guayos?**

- a. Para jugar en campeonatos deportivos
- b. Para practicar
- c. Por afición

**2. ¿De qué material usaría los guayos?**

- a. sintético
- b. Cuero
- c. Mixto

**3. ¿De cuántos taches prefiere los guayos?**

- a. 6
- b. 12
- c. 15
- d. otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**4. ¿Cómo preferiría ajustar sus guayos?**

- a. Cordon
- b. Velcro
- c. otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**5. ¿Qué color le agrada más a la hora de adquirir un par de guayos?**

- a. Oscuro (negro, azul)
- b. Claros (blanco, azul)
- c. Llamativos (naranjas, rojos, fluorescentes).

**6. ¿En qué tipo de césped le gusta usar los guayos?**

- a. Césped natural
- b. Césped sintético
- c. En los dos tipos de césped
- d. Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**7. Que deporte practica generalmente con los guayos:**

- a. Futbol
- b. Futbol de salón
- c. Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**8. ¿Qué sitios de Bogotá frecuenta para practicar este deporte?**

- a. \_\_\_\_\_

## Capítulo 5

### Resultados

- Personas encuestadas: 50
- Edades: 17 hasta 30 años
- Localidad: Usme

#### Preguntas y analisis

##### 1. ¿Para qué hace uso los guayos?

- Para jugar en campeonatos deportivos
- Para practicar
- Por afición

OPCIONES	N. DE PERSONAS (50)	%
PARA JUGAR EN CAMPEONATOS DEPORTIVOS	27	54
PARA PRACTICAR	17	34
POR AFICIÓN	6	12

#### Analisis

De las 50 personas encuestadas la mayoría de ellos se interesan más por participar en competencias deportivas, ya que atrae más a estos principiantes por el beneficio que genera el de ser mejor a la hora de jugar el futbol.

## 2. ¿De qué material usaría los guayos?

- d. sintético
- e. Cuero
- f. Mixto

OPCIONES	N. DE PERSONAS (50)	%
SINTETICO	13	26
CUERO	19	38
MIXTO	18	36

### Análisis

De 50 personas encuestadas podemos definir que se ve un porcentaje similar en todas las opciones de respuesta, refiriéndose que los habitantes de la localidad de Usme usan los guayos en variedad de materiales; con preferencia a los guayos en material de cuero.

## 3. ¿De cuántos taches prefiere los guayos?

- a. 6
- b. 12
- c. 15
- d. Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

OPCIONES	N. DE PERSONAS (50)	%
6 TACHES	14	28
12 TACHES	17	34
15 TACHES	11	22
OTRO (7 Y 13 TACHES)	8	16

### Análisis

Las personas encuestadas prefieren que los guayos cuenten con 12 tachas ya que para ellos es de mejor comodidad y agarre en el césped.

### 4. ¿Cómo preferiría ajustar sus guayos?

- a. Cordón
- b. Velcro
- c. Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

OPCIONES	N. DE PERSONAS (50)	%
CORDON	23	46
VELCRO	21	42
OTRO	6	12

### Análisis

De 50 personas encuestadas 23 personas se inclinan más por ajustar sus guayos con cordón y 21 personas prefieren usar como ajuste el velcro que también es un elemento práctico para su uso.

**5. ¿Qué color le agrada más a la hora de adquirir un par de guayos?**

- a. Oscuro (negro, azul)
- b. Claros (blanco, azul)
- c. Llamativos (naranjas, rojos, fluorescentes)

OPCIONES	N. DE PERSONAS (50)	%
OSCUROS	9	18
CLAROS	23	46
LLAMATIVOS	18	36

**Análisis**

De las 50 personas encuestadas el 46% elige los colores más llamativos, muchos de los deportistas se preocupan por su presentación personal y siempre buscan lo mejor en diseños a la hora de adquirir un par de guayos.

**6. ¿En qué tipo de césped le gusta usar los guayos?**

- a. Césped natural
- b. Césped sintético
- c. En los dos tipos de césped

OPCIONES	N. DE PERSONAS (50)	%
CESPED NATURAL	29	58
CESPED SINTETICO	11	22
EN LOS DOS TIPOS DE CESPED	10	20



### **Análisis**

Generalmente los deportistas de la localidad de Usme practican el deporte (futbol) en césped natural, refiriéndonos al 58% de los encuestados, el otro 42% prefiere practicar en otro tipo de césped.

### **7. Que deporte practica generalmente con los guayos:**

- a. Futbol
- b. Futbol de salon
- c. Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

<b>OPCIONES</b>	<b>N. DE PERSONAS (50)</b>	<b>%</b>
FUTBOL	39	78
FUTBLO DE SALON	9	18
OTRO	2	4

### **Análisis**

Los guayos son generalmente más usados para practicar Futbol en el césped esto lo demuestran los resultados con un 78% de practicantes el otro 22% practican Futbol de salón, entre otros deportes.

### 8. ¿Qué sitios de Bogotá frecuenta para practicar este deporte?

---

OPCIONES	N. DE PERSONAS (50)	%
PARQUE SIMON BOLIVAR	17	34
PARQUE LA FLORIDA	12	24
PARQUE EL SALITRE	7	14
PARQUE EL TUNAL	10	20
ZONAS VERDES	4	8

#### Análisis

Los sitios más frecuentados en Bogotá para practicar fútbol por parte de los encuestados son parques Simón Bolívar, El Tunal y La Florida; sitios los cuales son muy reconocidos en Bogotá.

## Capítulo 6

### Presentación del producto

#### Descripción del zapato deportivo (guayo)

- Material en cuero y sintético con sistema de estrías puesto en la parte interna del empeine junto con su media suela EVA prensada.
- Suela con grosor proporcional a la flexibilidad que se necesite para cada superficie.
- Multitaco para producir menor adherencia a la superficie y menor riesgo de lesión por torsión; para uso especial en terrenos blandos.
- Conteras; refuerzo rígido y firme en el talón realizado con material PVC, Permitiendo mayor estabilidad en la parte del talón.
- Cordaje; acordonado clásico que permita un mejor control del golpeo en el balón con el interior del pie y el empeine.
- Lengüeta externa que cubre toda la zona del cordaje con recubrimiento de espuma
- Plantilla que protege planta del pie de los impactos con la superficie
- Ensamble agarre de la suela y media suela con el material de corte haciendo el guayo más cómodo.
- Horma flexible para suavizar la absorción de los impactos.
- Refuerzos en talón, suela, y costuras a la altura del empeine e interior del pie.

## **Capítulo 7**

### **Presentación del producto**

#### **Identidad estratégica**

Shoes Factory es una empresa especializada en la producción y comercialización de indumentaria deportiva con altos estándares de calidad desarrollando nuevas tendencias en diseños para la satisfacción de nuestros clientes.

#### **Futuro preferido**

Ser posicionados en el mercado como una de las empresas con mayor influencia a nivel nacional e internacional por nuestros productos de óptima y excelente calidad; obteniendo alta participación y reconocimiento en el mercado con preferencia y respaldo de nuestros clientes.

#### **Valores corporativos**

- Innovación

Modificar y mejorar el diseño de nuestros productos con el fin de realizar mejoras acorde a las necesidades de nuestros clientes.

- Trabajo en equipo

Retener talento, aumentando el potencial de los miembros que hacen parte de nuestra organización; disminuyendo el tiempo de acción siendo más asertivos para cumplir eficazmente nuestros objetivos.

- Confianza

Generamos un entorno más favorable para el desarrollo de las actividades laborales, mejorando la comunicación entre las diferentes áreas; teniendo consideración sobre el capital humano más allá de la relación profesional.

- Diversidad

Promover la participación del talento de las personas respetando su género, orientación sexual, raza, situación de discapacidad o edad.

## **Capítulo 8**

### **Marco legal**

#### **Sociedad por acciones simplificadas (SAS)**

La Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) puede ser constituida por una Guía 1 RM o varias personas, bien sean naturales o jurídicas, mediante contrato o acto unilateral que conste por documento privado o escritura pública, el cual debe ser inscrito en el registro mercantil de la Cámara de Comercio correspondiente a su domicilio; (Artículo 5 y 6 de la Ley 1258 de 2008).

#### **Requisitos**

##### **Registro y certificación de una SAS**

- El registro de la SAS es constitutivo, lo que implica que una vez inscrita la sociedad, forma una persona jurídica distinta de los accionistas.
- Efectuado el registro no podrá impugnarse el contrato social.
- La existencia de la SAS y las cláusulas estatutarias se probarán mediante los certificados expedidos por las cámaras de comercio.

### Matricula de una SAS

Para efectos de la matrícula de la SAS, usted deberá presentar la solicitud de matrícula en la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar donde va a tener su domicilio principal.

### Constitución presencial de una sociedad por acciones simplificadas

Toda SAS puede constituirse por una o varias personas, mediante la inscripción el documento privado, autenticado, reconocido o con presentación personal por quienes lo firman como accionistas constituyentes. (Párrafo 1 artículo 5° Ley 1258 de 2008, Artículo 40 Código de Comercio).

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón social.
- Domicilio principal.
- Término de duración.
- Enunciación de actividades principales.
- Capital autorizado, suscrito y pagado.
- Forma de administración.
- Nombre, identificación y facultades de los administradores.
- Nombramientos.
- Cláusula compromisoria.

### Formulario registro único empresarial y social (RUES)

El formulario RUES es el formato dispuesto por la Superintendencia de Industria y Comercio con el fin de adelantar a nivel nacional el proceso de matrícula o inscripción en el Registro Único Empresarial y Social.

### Formulario del registro único tributario RUT

Es el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la DIAN en materia tributaria, aduanera y cambiaria.



## **Capítulo 9**

### **Impactos**

#### **Ambiental**

Los desechos que produce la fábrica con los residuos de nuestros productos serán reutilizados para poder beneficiar y tener impacto positivo en la fauna y flora del medio ambiente.

#### **Tecnológico**

El uso de nuevas tecnologías se verá reflejado en la eficiencia de la empresa, resaltando la importancia de tener un sistema operativo para alcanzar la competitividad.

#### **Social**

Generar empleo como emprendimiento social que brinda la oportunidad a diversidad de personas que quieran aportar a los objetivos de nuestra empresa; como el brindar una mayor organización que genere confianza al consumidor.

#### **Económico**

Generar un ahorro que de origen al control de gastos para la empresa obteniendo mejor rentabilidad en nuestra parte financiera.

## **Capítulo 10**

### **Fuerza competitiva**

Para el estudio de la competencia y mejora de nuestra fuerza competitiva haremos uso de las cinco fuerzas de Porter que es una de las herramientas más usadas de marketing para dar apoyo a las empresas que quieran sacar el máximo rendimiento; estas son.

1. Poder de negociación del cliente
2. Poder de negociación del proveedor
3. Amenaza de nuevos competidores
4. Amenaza de productos sustitutos
5. Rivalidad entre los competidores existentes

#### **Poder de negociación del cliente**

En este punto se tiene problema cuando los clientes cuentan con un producto que tiene varios sustitutos en el mercado; esto hace que las exigencias sean cada vez más alta exigiendo una reducción de precios notable.

#### **Estrategias de Shoes Factory**

- Incrementar la calidad de nuestro producto.
- Invertir en marketing y publicidad.
- Aumentar y mejorar los canales de ventas.

**Poder de negociación del proveedor**

Proporciona que los proveedores de la empresa se conviertan en una amenaza para la empresa ya que estos pueden variar los estándares de calidad que los productos o servicios que les compramos.

**Estrategias de Shoes Factory**

- Ser fabricantes de nuestra propia materia prima.
- Generar alianzas con los proveedores.

**Amenaza de nuevos competidores**

Se usa para detectar empresas con las mismas características económicas o productos similares en el mercado.

**Estrategias de Shoes Factory**

- Incorporar canales para producir, lanzar y promocionar nuestros productos
- Llegar más rápido a lugares no explorados para la comercialización de nuestros productos.

**Amenaza de productos sustitutos**

Se debe estar atento a las novedades del sector ya que el cliente puede alterar su decisión de compra ya sea por un menor precio o mayor calidad.

**Estrategias de Shoes Factory**

- Medir la innovación tecnológica de la industria de calzado.
- Incrementar la calidad del producto a un menor precio.
- Lanzar nuevas líneas de productos deportivos.

**Rivalidad entre los competidores existentes**

Una empresa que destaca, a su vez, presiona a las empresas que están a su alrededor; en este punto se puede competir directamente con otras empresas del mismo sector que ofrecen los mismos productos.

**Estrategia de Shoes Factory**

- Crear un ecosistema de elementos que generen una propuesta de valor agregado para el cliente y la empresa.
- Diferenciar nuestro producto de la competencia.
- Asociarnos con otras organizaciones similares a la nuestra.

## **Capítulo 10**

### **Conclusión**

El proceso de análisis que se realizó para la creación de la empresa Shoes Factory S.A.S y su primer producto de lanzamiento, es factible para realizar el posicionamiento en el mercado utilizando las diferentes estrategias de marketing que se han estudiado durante el proceso de investigación; logrando que el producto de lanzamiento acate las expectativas de los clientes en diseño, calidad y precio. Para que así explorar nuevos productos que generen una propuesta de valor para el cliente y la empresa.

## Capítulo 11

### Bibliografía

Hammerly, Marcelo. Nuevo tratado sudamericana, segunda edición (1954), pág. 476-480.  
Lecturas EF. Y Deportes ([revista](#) digital)

Diario Clarín "Las Adidas en Alpargatas" 25/5/05 Buenos Aires.

Cámara de Comercio Bogotá (2017), visible; <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa>

Finanzas personales (2017) “s, f”; visible; <http://www.finanzaspersonales.co/consumo-inteligente/articulo/que-para-que-sirve-rut/52074>

Sebastián D. Becker, Matthias D. Mahlendorf, Utz Schäffer y Mario

Thaten, Presupuestación en tiempos de crisis económica, Contemporary Accounting Research, 33, 4, (1489-1517), (2016)

Richard A. Schneible y Neil Fargher, transferencia de información y estrategia a nivel de empresa, contabilidad y finanzas, (1119-1148), (2015)

Revista de Estrategia y Gestión, Vol. 1 Número: 1, pp.15-40,

<https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/17554250810909400>