

Opción de Grado II.

Tania Gisella Manrique Torres.  
Ana Geraldine Báez Báez.  
María Fernanda Sanchez Talero.  
Bladimir Velandia  
Grupo: 10106

Corporación Unificada Nacional De Educación Superior CUN.

Bogotá 10 de noviembre de 2016.

Opción de Grado II.

Tania Gisella Manrique Torres.  
Ana Geraldine Báez Báez.  
María Fernanda Sanchez Talero.  
Bladimir Velandia  
Grupo: 10106

Jaime Enrique Reyes Quiñones.  
Ciencias Administrativas y Contables

Corporación Unificada Nacional De Educación Superior CUN.  
Bogotá 10 de noviembre de 2016.

## Tabla de contenido

INTRODUCCION. ....	5
RESUMEN DE LA INVESTIGACION. ....	6
MARCO REFERENCIAL DE LA INVESTIGACION. ....	7
Marco Teórico. ....	7
Marco Conceptual. ....	9
Marco Especial. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
PROBLEMA DE LA INVESTIGACION. ....	10
MISIÒN. ....	11
VISIÒN ....	12
Objetivo General. ....	13
Objetivos Específicos. ....	14
Objetivos Objetivo del Mercado. ....	15
ESTUDIO DE MERCADO. ....	16
ESTUDIO ADMINISTRATIVO. ....	17
Manual de Funciones. ....	18
Junta de Socios. ....	18
Área Financiera y contable. ....	19
Área de mercadeo y ventas. ....	20
Área de Producción. ....	21
ESTUDIO TECNICO. ....	22
Producto. ....	22
Estrategia de Distribución. ....	22
Estrategia de Precio. ....	22
Estrategia de promoción. ....	23
Estrategia de comunicación. ....	23
Estrategia de servicio. ....	23
Estrategia de aprovisionamiento. ....	23
Proyección de Ventas Política de Cartera. ....	24
.....	24
Ficha Técnica del Producto. ....	25
Cuidados. ....	25
Herramientas de Fabricación. ....	25

Empaque.....	25
Estado de Desarrollo. ....	25
Necesidades y Requerimientos.....	26
Plan de producción.....	26
Presupuesto de producción.....	27
Consumo por Unidades de Producto.....	28
Costo de Producción. ....	28
Análisis DOFA.....	29
ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL. ....	30
LEY 24.467 - LEY DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS .....	30
DOCUMENTOS PARA LA CREACION DE EMPRESA .....	31
ESTUDIO FINANCIERO.....	32
Gasto de puesta en Marcha.....	32
Gastos anuales Administración. ....	32
Ventaja Comparativa.....	32
Ventaja Competitiva.....	32
Estado de Resultados Proyectado.....	33
Balance Proyectado.....	34
CONCLUSIONES.....	35
BIBLIOGRAFIA.....	36

## INTRODUCCION.

En vista de la necesidad que observamos últimamente en las mujeres de comprar un par de zapatos por cada muda de ropa decidimos tomar el riesgo y enfrentar las ventajas y desventajas, oportunidades y amenazas del entorno, para generar rentabilidad, cumplir metas enfocadas en generar mejores ingresos al iniciar este proyecto de ventas de zapatos al que le podemos cambiar su decoración según el gusto de cada persona.

Para el lanzamiento de nuestro producto a través de este proyecto nos hemos basado en la aplicación de las teorías de la investigación de mercados en el sector de calzado es preciso la mezcla de servicio integral personalizado y ciertas estrategias de producto, enfocadas en sus insumos, su diseño, su confort o comodidad, y finalmente la satisfacción de las necesidades de los clientes, para dar origen a la empresa de calzado para dama y así mismo manejar las estrategias del marketing y desarrollar la oferta entorno al producto que en este caso son los productos que se pueden cambiar de estilo, puesto que será un producto novedoso y los hará diferente a los demás zapatos.

Según los datos más recientes de la investigadora de mercados de Raddar y ACICAM (asociación colombiana de industriales del calzado, el cuero y sus manufacturas) los cuales fueron presentados en la versión número 15 del footwear&Leather show el consumo de zapatos en Colombia creció el año pasado 11,5% frente a 2007 y llegó a 2 billones. Este fue el crecimiento más alto de los últimos años. En 2000, la tasa de crecimiento fue 6,4% y posteriormente comenzó a bajar hasta llegar a 0,5% en 2003. En 2004, empezó a aumentar de nuevo, a este el año en curso se ha mostrado un gran crecimiento.

Nuestro producto se llevará a cabo en el desarrollo del proyecto y se dará a conocer mediante la publicidad para lograr su conocimiento y posteriormente en su ciclo de vida.

## **RESUMEN DE LA INVESTIGACION.**

La economía colombiana en los últimos años ha tenido grandes dificultades para crecer, es por eso que buscamos nuevas opciones a la hora de emplearnos y mejorar nuestra calidad de vida; por eso nace nuestra idea de crear empresa, con la idea de contribuir con el desarrollo económico de nuestro país.

El calzado es una prenda indispensable a la hora de vestirnos, de ahí la importancia de innovar este producto, incluirle algo diferente para llamar la atención del comprador.

La demanda de productos de calzado para dama en nuestro país es muy alta, las mujeres siempre buscan algo nuevo, diferente que en lo posible sea único y las haga sentir bien. La idea de nuestro proyecto es tomar una Valeta normal y con un proceso sencillo convertirlo en un producto extraordinario incluyéndole un estilo exclusivo al gusto del cliente.

Colombia durante los últimos años ha atravesado momentos críticos en materia de economía, pero también es cierto que ha presentado crecimientos significativos en diferentes sectores de la industria, la caracterización de ellos de ha dado gracias al impulso y a la entrega de esfuerzos en innovación y desarrollo, en diferenciación de productos, en mejoramiento continuo de la presentación de servicios y una búsqueda de ideas que procuren hacer del país y de cada una de las ciudades un escenario de competitividad sostenida.

Convertirnos en empresario es una gran oportunidad para alcanzar metas económicas ya que las oportunidades laborales son cada vez más escasas, difíciles de encontrar y muchas veces no llenan nuestras expectativas es por eso que decidimos empezar nuestro proyecto de calzado para damas.

## MARCO REFERENCIAL DE LA INVESTIGACION.

### Marco Teórico.

La industria colombiana del calzado enfrenta hoy una nueva amenaza, que podría obligar a unas 6000 factorías a reducir su producción y correr el riesgo de cerrar sus puertas.

Se trata del ‘dumping’ una práctica comercial que consiste en vender un producto por debajo de su precio normal, o incluso por debajo de su costo de producción, la cual se viene aplicando a través de importaciones, especialmente desde China.

Tal conducta, denunció Luis Gustavo Flórez, presidente de la Asociación Colombiana del Calzado, el Cuero y la Marroquinería, Acicam, se tipificó con fuerza en el 2015, ya que durante ese año el 45% de todo el calzado extranjero que llegó al país —alrededor de 17 millones de pares— ingresó por debajo de los precios de referencia establecidos por el Gobierno.

Lo peor, reveló el dirigente, es que unos 10,5 millones de pares (el 27%) fueron facturados con precios por debajo de un dólar, es decir, a \$3000, lo “cual constituye una amenaza grave para los industriales colombianos, pues se trata de una competencia abiertamente desleal”.

El ‘dumping’ se una vieja práctica, que está prohibida por la Organización Mundial de Comercio, OMC, ya que la misma busca eliminar las empresas competidoras y apoderarse finalmente del mercado de un país o región con precios ruinosos.

Flórez afirmó que “nos debatimos entre la oportunidad de abrir mercados y ser competitivos con un dólar más caro, pero la entrada de cuero y zapatos baratos sigue desangrando al sector”, agregó, cuando esta industria genera más de 100.000 empleos directos y otros 50.000 indirectos en el país”.

Recalcó que “aunque las importaciones totales del sector cayeron 15% a octubre del año pasado, sigue siendo volumen de zapatos que llegan a precios con los que no podemos competir”, indicó el dirigente gremial.

A exportar más

A pesar de tal amenaza, la industria del calzado proyecta ampliar sus exportaciones durante este año.

En el 2015 alrededor de 80 nuevas empresas incursionaron con éxito en los mercados externos, señaló el Presidente de Acicam.

Las ventas a otros mercados sumaron US\$24 millones y la meta es incrementar las mismas hacia US\$30 millones teniendo como respaldo una tasa de cambio más alta.

Según el directivo, la buena noticia es que el aumento en los costos por devaluación del peso frente al dólar, no es significativo en la industria del calzado. Se añade la pronta expedición del nuevo Estatuto Aduanero, que “facilitará la vida para exportar”.

Sin embargo, Flórez reclamó más controles por parte de la Dian, “ pues no se puede ser competitivo cuando hay laxitud en la entrada de mercancía a menos del precio de referencia, que es casi como si hubiera un contrabando abierto”.

Se inicia la Feria

Mientras llegan medidas contra el ‘dumping’ el sector busca ganar terreno con la Feria del Cuero, Calzado, Marroquinería, Insumos y Tecnología, la cual se inicia hoy en Bogotá.

Tendrá 550 expositores nacionales. Se esperan a más de 11.000 compradores locales y extranjeros y que se cierren negocios por \$30.000 millones.

Un total de 60 empresas del Valle del Cauca participarán en la feria, la cual reunirá a compradores de Brasil, México, Argentina, Perú, Italia, España y Portugal.



## Marco Conceptual.



## **PROBLEMA DE LA INVESTIGACION.**

El sector secundario de la economía en Colombia es uno de los que más aporta al PIB del país, concentrando la mayor ocupación laboral y no solo se encarga del comercio sino que también están incluidos los servicios a personas y empresas y es un sector bastante amplio, ya que no solo abarca las actividades que generan mayor riqueza dentro del país, si no que en este también se concentran actividades como las tiendas de barrio, el comercio, el turismo, transporte terrestre y demás actividades concentradas de manera dispersa dentro de la sociedad.

Nuestra empresa de “comercialización de baletas” se encuentra dentro de la actividad de comercio al por mayor y por menor el cual pertenece al sector secundario de la Economía, ya que no transformamos las mercancías, pero si ajustamos el producto para su comercialización.

De acuerdo al Plan de negocios del Sector de Cuero, Calzado y Marroquinería: Una respuesta para la transformación productiva (ROSARIO-ACICAM-COELHO, 2013) en Colombia hay cerca de 15.000 dedicadas a la comercialización de este tipo de productos lo que representa cerca del 49% de participación dentro del sector, lo que indica que el nivel de competencia dentro del mercado es alto.

Para el caso específico de la comercialización de calzado en Colombia, encontramos que es un producto de alta comercialización debido a que figura como una necesidad básica de todas las personas, sin embargo, las tendencias de la moda y las diversas clases sociales hacen que el precio varíe.

## MISIÒN

BASACHI S.A.S es una empresa que se dedica a la comercialización de Baletas satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes con innovadores diseños, adquiriendo un valor agregado con varias combinaciones en nuestro producto para la comodidad de nuestros clientes

## VISION

BASACHI S.A.S. En el año 2018 será una empresa reconocida a nivel nacional por nuestros diseños y una buena calidad de baletas siendo los mayores distribuidores de calzado femenino en ciudades como Bogotá, Cali, barranquilla, Medellín, Manizales.

## **Objetivo General.**

Cubrir las necesidades de una nueva tendencia de baletas, abarcando la necesidad de nuestros clientes dando una identidad a cada uno de ellos

Crear y posesionar una nueva tendencia y moda de zapatos femeninos dándole una posibilidad de cambiarle de estilo de una forma rápida y sencilla, logrando posicionarnos en el mercado nacional como una empresa de excelente calidad y buen precio, cada día ir innovando con nuestra forma de publicidad por redes sociales cuidando de esta manera el medio ambiente.

### **Objetivos Específicos.**

- Establecer publicidad por medio de redes sociales cuidando de esta manera el medio ambiente.
- Dar a conocer este nuevo estilo de calzado generando así un mayor impacto en el mercado.
- Incrementar las ventas mensuales en un 20% en la ciudad de Bogotá
- Ser reconocida en el sector de calzado a nivel nacional como la comercializadora de mejor calidad y precio.
- Aumentar la eficiencia de la producción en un 20% cada mes mediante el crecimiento de la empresa.

### **Objetivos Objetivo del Mercado.**

Nuestro segmento de mercado será para pequeñas y medianas comerciantes del sector de zapatos en primera instancia de los barrios de Restrepo, chapinero, Venecia de Bogotá, después de poseer buen posicionamiento de nuestra empresa en el sector comercial de zapatos a nivel de la capital para seguir a nivel nacional.

## **ESTUDIO DE MERCADO.**

Este análisis nos lleva a reconocer que las baletas son un producto muy acogido por las mujeres entre los 20 a 45 años quienes serán los clientes directos más frecuentes, adicionalmente queremos dirigir el producto a los comerciantes pequeños y medianos de los barrios más comerciales de Bogotá y así poder expandir a nivel nacional.

En esa ocasión encontramos que el producto es de alta rotación, ya que, por su precio, comodidad, variedad de colores y de diseños permiten que sea de fácil adquisición por las mujeres objetivo de este proyecto.

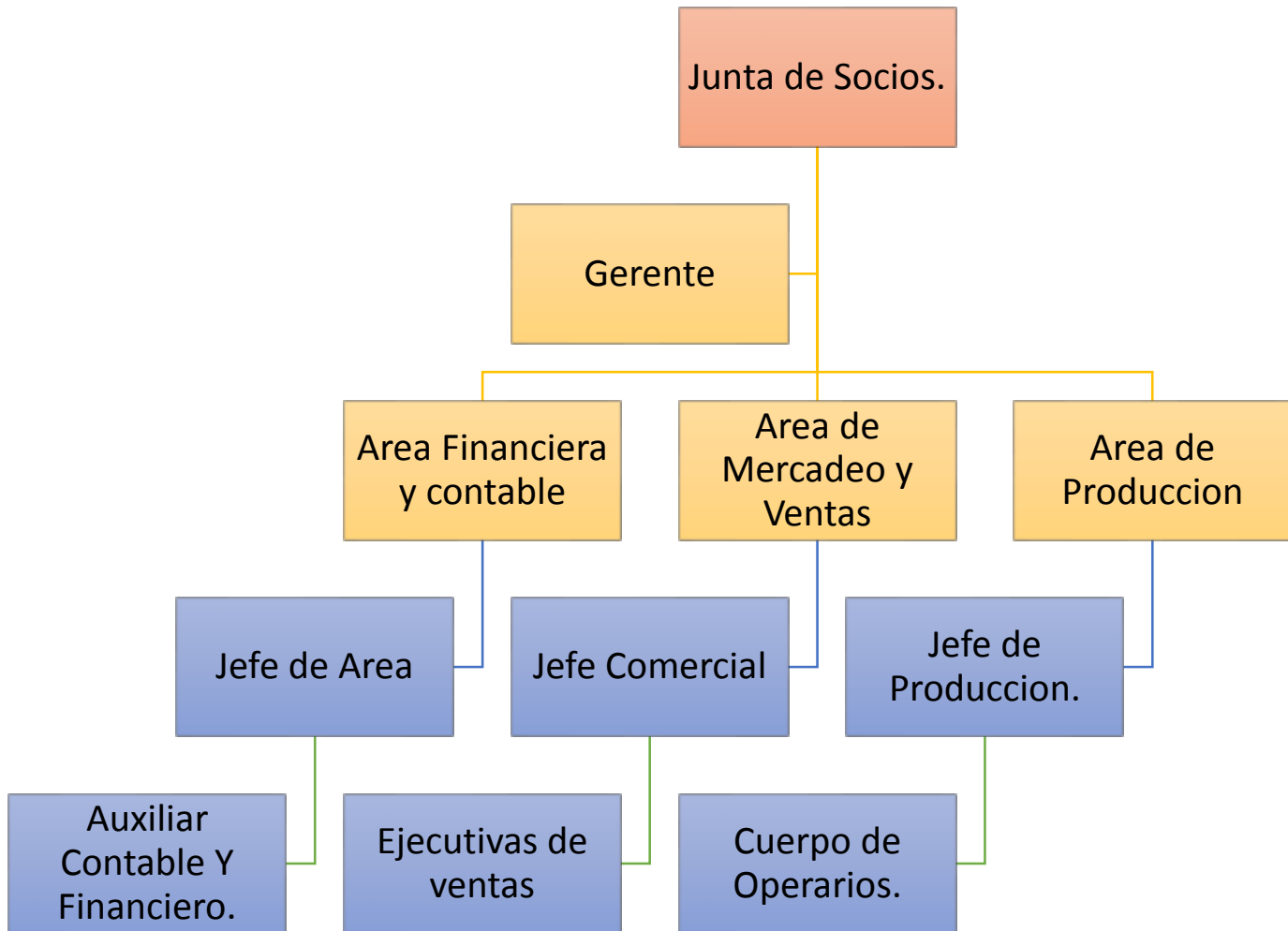
Los almacenes de calzado que visitamos, todos comercializaban las baletas, estos futuros clientes nos informan es un calzado que las mujeres lo adquirirían mucho, así mismo los clientes se fijaban mucho en su color y diseños.

Los colores que se comercializan con más frecuencia son negros y beige. En cuanto al estilo podemos decir que son muy comunes.

Preguntábamos el por qué las mujeres adquieren las baletas y los comentarios fueron que por su combinación, comodidad y seguridad al caminar. Adicionalmente argumentaban que las que van a oficina en tacones para regresar a casa era muy práctico llevar este tipo de zapato en el bolso para poder cambiarse.



## ESTUDIO ADMINISTRATIVO.



## Manual de Funciones.

### Junta de Socios.

#### Gerente General.

Cargo: Gerente

Dependencia: Administrativo

Funciones del cargo:

- Representar a la compañía ante clientes y entes gubernamentales.
- Supervisar el correcto funcionamiento de la organización.
- Planear, organizar, controlar y dirigir la compañía.
- Vigilar gastos y movimiento financieros.
- Asistir a capacitaciones de acuerdo a la naturaleza de su cargo.

Perfil del Cargo:

- Estudios:
  - Técnico o Tecnólogo en Administración de empresas.
- Experiencia:
  - Mínimo un año de experiencia relacionada con el cargo.
- Habilidades y competencias:
  - Emprendedor
  - Responsable
  - Capacidad de trabajo en equipo y bajo presión.
  - Amabilidad y discreción.

## Área Financiera y contable.

Cargo: Auxiliar Contable y Financiero.

Dependencia: Administrativa Financiera

Funciones del cargo:

- Elaboración de consolidaciones bancarias.
- Liquidación de impuestos Dian, Ica y Entregar a gerencia para su aprobación y pago.
- Digitar y contabilizar toda la facturación y entregar informe a la gerencia semanalmente.

Perfil del Cargo:

Estudios:

-Técnico o Tecnólogo en Contabilidad y Finanzas.

Experiencia:

-Mínimo un año de experiencia relacionada con el cargo.

Habilidades y competencias:

-Excelente presentación personal.

-Responsable

-Capacidad de trabajo en equipo y bajo presión.

-Amabilidad y discreción y de confianza

## Área de mercadeo y ventas

Cargo: Ejecutiva de ventas

Dependencia: Comercial

Funciones del cargo:

- Potencializar los procesos comerciales de la empresa.
- Asesorar y realizar seguimiento al cliente.
- Generar fidelización de los clientes.
- Realizar rutas de impulso y mercadeo.
- Demostrar resultados y entregar informes de ventas semanalmente.

Perfil del Cargo:

- Estudios:
  - Técnico o Tecnólogo en Estudios de Mercados (Mercadeo).
- Experiencia:
  - Mínimo dos años de experiencia relacionada con el cargo.
- Habilidades y competencias:
  - Emprendedor
  - Responsable
  - Capacidad de trabajo en equipo y bajo presión.
  - Amabilidad y discreción.
  - Excelente servicio al cliente.

## Área de Producción.

Cargo: Operario

Dependencia: Producción

Funciones del cargo:

- Diseñar y armar las baletas con sus respectivos moños.
- Mantener en orden y aseo durante y después de la jornada.
- Determinar cantidades de materia prima a solicitar de acuerdo a la producción esperada.
- Mantener inventario de la producción.
- Fabricar el empaque y Realizar su respectivo empacamiento.
- Entregar informe de fabricación semanal.

Perfil del Cargo:

- Estudios:
  - Técnico o Tecnólogo en Cargos Operativos.
- Experiencia:
  - Mínimo un año de experiencia relacionada con el cargo.
- Habilidades y competencias:
  - Emprendedor
  - Responsable
  - Capacidad de trabajo en equipo y bajo presión.
  - Organizado

## ESTUDIO TECNICO.

### Producto.

**Tipo de calzado:** Femenino tipo baleta.

**Diseño:** Diversidad de colores y texturas

**Talla:** 26 – 41

**Acompañamiento y/o elementos decorativos:** 2 pares de moños

**Empaque:** Caja en cartón corrugado de 30 cm de alto \* 20 cm de ancho \* 15 cm de fondo con diseño variado.

**Colores:** Negro, beige, rojo, fucsia, morado, azul rey y azul cielo, café, marrón.

**Materia:** Pana sintética lisa y cuero sintético de textura lisa.

### Estrategia de Distribución.

Nuestro producto lo ofreceremos puerta a puerta en almacenes pequeños y medianos del sector del calzado, en barrios como Restrepo, chapinero, Venecia, y adicionalmente se le prestara un servicio preventa.

### Estrategia de Precio

Este costo fue calculado en base a las cotizaciones que previamente se realizaron en el mercado del calzado del sector del Restrepo, buscamos este sitio puesto que es uno de los sectores de Bogotá donde se mueve la industria del calzado, allí pudimos observar que si compramos cantidades superiores a 100 adquirimos un descuento que nos va a permitir generar una ganancia adicional al costo.

ESTRATEGIA DE PRECIO	
CONCEPTO	VALOR
Zapato	\$ 13.000,00
Moño	\$ 600,00
Broche y Cinta	\$ 1.000,00
Caja y/o Empaque	\$ 2.000,00
<b>Total</b>	<b>\$ 16.600,00</b>
ADMINISTRATIVO	VALOR
Salarios	\$4.988.700,00
Arriendo	\$ 600.000,00
Servicios Luz, Agua, Teléfono	\$ 128.000,00

<b>Publicidad</b>	<b>\$ 160.000,00</b>
<b>Transporte</b>	<b>\$ 178.000,00</b>
<b>Total</b>	<b>\$ 6.054.700,00</b>

En cuanto a nuestro costo de venta el precio se encuentra por debajo de la competencia puesto que en almacenes como calzado Bucaramanga, bata, la rebaja los costos ascienden a los \$35.000 mil pesos en calzados sin diseño y muy normales, nuestra ventaja es el empaque y adicional el accesorio que le brinda plus al producto.

**PV: CT + MC**

**PV: \$ 16.600 \* 40 %**

**PV: \$ 23.240**

#### **Estrategia de promoción.**

Unas de las estrategias que ese empezaría a utilizar es que se realizaría un descuento del 5% por pronto pago, y por la compra de una docena de baletas de le regala 1 par más.

#### **Estrategia de comunicación.**

El producto se va a dar a conocer por medio de redes sociales tales como son Facebook, Instagram y Twitter.

Realizaremos esta estrategia ya que nuestro objetivo aparte de complacer a nuestros clientes es contribuir con el cuidado del medio ambiente aportando nuestra responsabilidad social siendo ecológicos.

Adicionalmente tendremos volantes que se entregaran en las zonas que vamos a trabajar para que conozcan nuestro producto, esto se hará por medio de patinadoras, adicional tendremos un catálogo para que nuestros clientes visualicen el producto, tarjetas de presentación para el personal.

#### **Estrategia de servicio.**

Nuestro producto lo ofreceremos, pero medio de la preventa ya que necesitamos conocer la necesidad de nuestros futuros clientes, para ofrecerle nuestro producto de excelente calidad buen precio buena atención al cliente, y nuestros clientes queden satisfechos con el producto y la atención brindada.

#### **Estrategia de aprovisionamiento.**

Unas de las estrategias que se realizaran es buscar descuentos por pagar la factura a tiempo. Buscar los mejores materiales a un costo bajo y a su vez facilidades de pago no mayores a 30 días.

Descripción	Costo	Periodicidad	Costo Anual
Participación en ferias	\$ 2.000.000	Semestral	\$ 4.000.000
Página Web (internet)	\$ 600.000	Semestral	\$ 1.200.000
Publicidad (volantes, tarjetas, portafolios, anuncios)	\$ 100.000	Trimestral	\$ 300.000
Directorio telefónico	\$ 1.500.000	Anual	\$ 1.500.000
<b>Total</b>			<b>\$ 7.000.000</b>

#### Proyección de Ventas Política de Cartera.

Concepto	Valor
Coste de Compra	13.000
Transformacion	3.600
<b>Total</b>	<b>16.600</b>
Utilidad	6.640
Precio Venta	23.240

Resumen Anual	
Venta Por Unidades	\$23.240
<b>Venta Total</b>	<b>\$919.188.480</b>

Presupuesto Mensual	Unidades	Valores
Enero	1.000	23.240.000
Febrero	1.200	27.888.000
Marzo	1.440	33.465.600
Abril	1.728	40.158.720
Mayo	2.073	48.176.520
Junio	2.487	57.797.880
Julio	2.984	69.348.160
Agosto	3.580	83.199.200
Septiembre	4.296	99.839.040
Octubre	5.155	119.802.200
Noviembre	6.186	143.762.640
Diciembre	7.423	172.510.520
<b>Total</b>	<b>39.552</b>	<b>919.188.480</b>



## Ficha Técnica del Producto.

### **Nombre de Producto**

BASACHI S.A.S baletas para dama

### **Color**

Negro, rojo, beige, azul rey, fucsia, rosado.

### **Tallas**

Desde la 28 hasta la 41

### **Etiqueta**

Etiqueta hecha con el logo de nuestra compañía.



## Cuidados.

La forma de limpiar este zapato que es en gamuza puede ser como tradicionalmente se hace y es con Bretaña o Coca-Cola, adicionalmente en el mercado de calzado vende algunos productos para esta limpieza.

## Herramientas de Fabricación.

Nuestro producto lo compramos ya fabricado, nuestro distribuidor utiliza la materia prima de la más alta calidad, una vez en nuestro taller iniciamos el proceso de ensamble de los moños que consiste en utilizar una máquina de forma manual y colocar el primer broche en la parte superior de la baleta y luego pegamos la otra parte del broche en el moño y dejamos listo para el empaque.

## Empaque.

Nuestro empaque está fabricado en cartón corrugado y se utiliza un papel seda para que al momento de abrir la caja se vea agradable y delicado.

## Estado de Desarrollo.

Nuestro producto es innovador ya que cuenta con una plantilla cómoda. Unas cintas y moños de colores que se pueden cambiar según como lo desee el cliente utilizar.

### Necesidades y Requerimientos.

Detalle	Descripción	Cantidad	Valor	Periodicidad
Equipo de oficina y Computo	Computadores	5	5'000.000	4 años
Muebles y enceres	Escritorios	5	2'000.000	3 años
	Mesones	5	1'875.000	3 años
Herramientas	Máquina de Poner Broches	10	250.000	6 meses
Vehículos	Moto	1	4'900.000	2 años
Recursos de marketing	Mezcla de mercados	1	7'000.000	1 año
Recursos de adecuación e instalación	Arriendo	1	600.000	1 mes
Recursos de operación	Nomina	1	5'550.000	1 mes
<b>Total</b>			<b>27.125.000</b>	

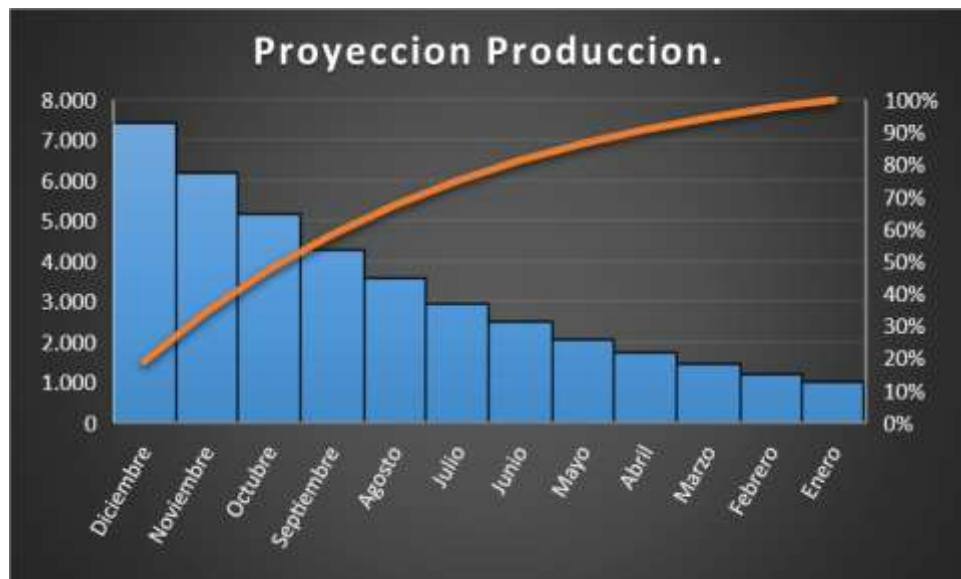
### Plan de producción.

Política de Inventario: En nuestra empresa BASACHI S.A.S utilizaremos un método de Primero en Entrar, primero en Salir, "PEPS" porque nos beneficia en tener un bastante control en la rotación de nuestra mercancía, experimentar las tendencias del mercado y poder valorar los cambios de precios teniendo en cuenta que los costos son variables con los últimos en entrar.

Política de volúmenes: Todos los meses se incrementará el inventario en un 20% con fin de atender la demanda potencial. Siendo este uno de nuestros objetivos para poder alcanzar la meta final.

Presupuesto de producción.

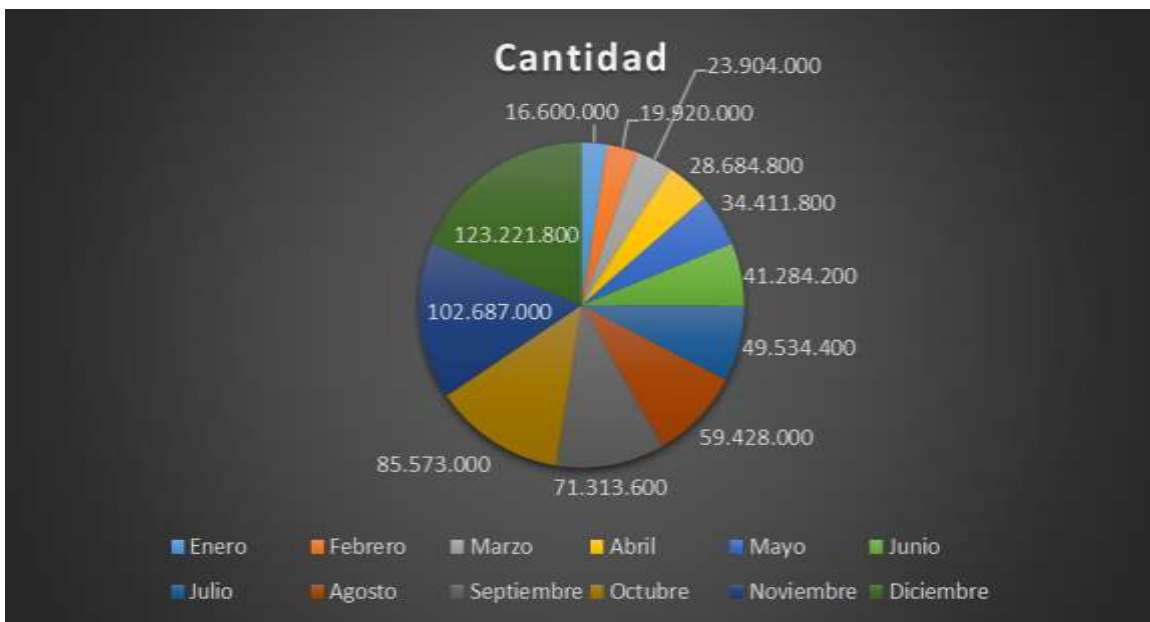
Mes	Cantidad
Enero	1.000
Febrero	1.200
Marzo	1.440
Abril	1.728
Mayo	2.073
Junio	2.487
Julio	2.948
Agosto	3.580
Septiembre	4.296
Octubre	5.155
Noviembre	6.186
Diciembre	7.423
<b>Total</b>	<b>39.516</b>



### Consumo por Unidades de Producto.

CONCEPTO	VALOR
Zapato	13.000
Moño	600
Broche y Cinta	100
Caja y/o Empaque	2.000
Total	16.600

### Costo de Producción.



Mes	Cantidad
Enero	16.600.000
Febrero	19.920.000
Marzo	23.904.000
Abril	28.684.800
Mayo	34.411.800
Junio	41.284.200
Julio	49.534.400
Agosto	59.428.000
Septiembre	71.313.600
Octubre	85.573.000
Noviembre	102.687.000
Diciembre	123.221.800
<b>Total</b>	<b>656.562.600</b>

#### Análisis DOFA.

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Baja red de locales ya que contaríamos con 1 solo punto de venta al inicio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Por ser Sector en constante crecimiento, nuestro mercado puede extenderse a otros departamentos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Posicionamiento de la competencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Producto de consumo básico.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Baja oferta en el portafolio de productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acceso fácil y económico de los diferentes clientes.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Somos Nuevos en el mercado, por lo tanto, la competencia posee ventaja comparativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Responsabilidad con el medio ambiente</li> </ul>
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>Producto diferenciado en Atención, calidad y responsabilidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amplia red de locales de la competencia.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Rápidos tiempos de entrega y Atención personalizada al cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Altos costes de operación por el incremento de la tasa de cambio USD y aumento de los impuestos al consumo.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Proveedores certificados y Materia prima de alta calidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Publicidad en medios locales y nacionales de los competidores.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Excelente imagen del producto frente a los clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sedes a nivel nacional e internacional de competidores fuertes.</li> </ul>

## **ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL.**

### **LEY 24.467 - LEY DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**

Art. 1º -- La presente ley tiene por objeto promover el crecimiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas impulsando para ello políticas de alcance general a través de la creación de nuevos instrumentos de apoyo y la consolidación de los ya existentes.

La ley 1014 del 26 de enero del 2006, busca fomentar LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO, promoviendo el espíritu emprendedor entre los estudiantes, egresados y público en general y hacer de estas personas capacitadas para innovar, desarrollar bienes tangibles o intangibles a través de la consolidación de empresas.

La ley de emprendimiento tiene como principios fundamentales, la formación integral del ser humano, fortalecimiento de procesos de trabajo productivo, promover la asociatividad, desarrollar la personalidad y apoyar los procesos de emprendimiento sostenibles de carácter: social, cultural, ambiental, regional e internacional.

La red de emprendimiento nacional está conformada por quince (15) instituciones públicas y privadas como lo son: Los Ministerios, SENA, Colciencias. FENALCO, ACOPI, Planeación Nacional y otras fundaciones que apoyan la cultura del emprendimiento como las Cajas de Compensación Familiar.

LEY 1429 del 29 de diciembre de 2010

"POR LA CUAL SE EXPIDE LA LEY DE FORMALIZACIÓN Y GENERACIÓN DE EMPLEO"

Artículo 1º. Objeto. La presente Ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

## DOCUMENTOS PARA LA CREACION DE EMPRESA

- Consultar que sea posible registrar el nombre
- Escribir los estatutos de la compañía.
- Pre Rut en la cámara de comercio con documentos diligenciados, la cedula de la representante legal y la de su suplente.

Inscripción de la cámara de comercio.

Abrir una cuenta bancaria.

Solicitar resolución de facturación en la DIAN.

Solicitar inscripción de libros en la cámara de comercio.

Registrar la empresa en el sistema de seguridad social.

## ESTUDIO FINANCIERO.

### Gasto de puesta en Marcha.

Concepto	Valor
Registros	\$153.000
Certificados	\$4.500
Estudio de mercadeo	\$1.500.000
<b>Total:</b>	<b>\$1.657.500</b>

### Gastos anuales Administración.

Concepto	Valor
Agua	720.000
Luz	696.000
Telefono	120.000
Arriendo	7.200.000
<b>TOTAL</b>	<b>8.736.000</b>

### Ventaja Comparativa.

la teoría de la ventaja comparativa defiende que los países deben especializarse en la producción de bienes en los que tienen una ventaja relativa de forma que exportarán parte de esos productos e importarán aquellos que otros países produzcan con menores costes relativos. Esta teoría por tanto no defiende la producción de aquel bien que resulte más barato, sino que opta por la producción de aquel bien.

### Ventaja Competitiva.

Cualquier característica de una empresa que la distingue del resto y la sitúa en una posición superior para competir. Las ventajas competitivas básicas son el liderazgo en costes y la diferenciación de productos. Una empresa crea valor frente a sus competidores cuando está en capacidad de producir bienes y/o servicios al menor costo con mayor calidad con entregas eficientes.



Estado de Resultados Proyectado.

Estado de Resultados 2016  
Basachi S.A.S

		2017	2018
		4,5%	3,8%
<b>INGRESOS</b>			
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>			
Ventas Brutas	20.000.000	20.900.000	21.694.000
Devolucion en Ventas	-406.657	-425.000	-441.000
<b>VENTAS NETAS</b>	<b>19.593.343</b>	<b>20.475.000</b>	<b>21.253.000</b>
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>6.776.429</b>	<b>7.081.000</b>	<b>7.350.000</b>
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>12.816.914</b>	<b>13.394.000</b>	<b>13.903.000</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>			
Gastos de Administracion	3.000.000	3.135.000	3.254.000
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>9.816.914</b>	<b>10.259.000</b>	<b>10.649.000</b>
<b>GASTOS NO OPERACIONALES</b>			
Descuentos comerciales	609.246	637.000	661.000
Gastos Bancarios	435.299	455.000	472.000
<b>TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES</b>	<b>1.044.544</b>	<b>1.092.000</b>	<b>1.133.000</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>			
Intereses	384.000	401.000	416.000
Descuentos Concedidos	250.000	261.000	271.000
Otros	333.854	349.000	362.000
<b>TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>967.854</b>	<b>1.011.000</b>	<b>1.049.000</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>9.740.224</b>	<b>10.178.000</b>	<b>10.565.000</b>
Provision Impuesto de Renta	3.214.274	3.359.000	3.487.000
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>6.525.950</b>	<b>6.819.000</b>	<b>7.078.000</b>

Balance Proyectado.

<b>Balance 2016</b>		<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Basachi S.A.S</b>		4,5%	3,8%
<b>ACTIVO</b>			
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>			
Caja Y Bancos	2.626.253	2.744.000	2.848.000
Clientes	0	0	0
Anticipos De Impuestos	899.898	940.000	976.000
Retenciones En La Fuente	474.922	496.000	515.000
Inversiones Y Aportes	0	0	0
Inventarios	6.565.632	6.861.000	7.122.000
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>10.566.705</b>	<b>11.041.000</b>	<b>11.461.000</b>
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>			
Maquinaria	2.500.000	2.613.000	2.712.000
Equipo De Oficina Y Computo	5.000.000	5.225.000	5.424.000
Muebles Y Enseres	3.875.000	4.049.000	4.203.000
Depreciacion Acumulada	-5.504.605	-5.752.000	-5.971.000
<b>TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQU</b>	<b>5.870.395</b>	<b>6.135.000</b>	<b>6.368.000</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>16.437.100</b>	<b>17.176.000</b>	<b>17.829.000</b>
<b>PASIVOS</b>			
<b>PASIVO CORRIENTE</b>			
Obligacion Con Socios-Accionistas	5.000.000	5.225.000	5.424.000
Impuestos Por Pagar	794.990	831.000	863.000
Retenciones Y Aportes De Empleados	276.169	289.000	300.000
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>6.071.159</b>	<b>6.345.000</b>	<b>6.587.000</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>6.071.159</b>	<b>6.345.000</b>	<b>6.587.000</b>
<b>PATRIMONIO</b>			
Capital Suscrito Y Pagado	25.000.000	26.125.000	27.118.000
Resultado Del Ejercicio	6.525.950	6.820.000	7.079.000
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>31.525.950</b>	<b>32.945.000</b>	<b>34.197.000</b>
<b>TOTAL PASIVO + TOTAL PATRIMON</b>	<b>37.597.109</b>	<b>39.290.000</b>	<b>40.784.000</b>

## CONCLUSIONES.

En este proyecto tuvimos la oportunidad de conocer más sobre los diferentes gustos de las mujeres, ya que realizamos un estudio de mercadeo donde pudimos observar que este tipo de producto es un negocio viable, por lo que al realizar las diferentes encuestas se ve reflejada la necesidad que tienen las mujeres respecto a la combinación de las prendas de vestir con sus zapatos, además de la comodidad que estas pueden brindar también se pudo aprender a hacer mejores análisis financieros y no solo eso también aprendimos demasiadas cosas tales como funcionamientos de una empresa a un proyecto para saber cómo va a ser su desarrollo y tener bases para un futuro.

## BIBLIOGRAFIA.

- <http://www.ccb.org.co/>
- ["https://www.youtube.com/embed/3-r9zpgujq8?rel=0"](https://www.youtube.com/embed/3-r9zpgujq8?rel=0)
- [https://youtu.be/CbkYvZ\\_GxxA](https://youtu.be/CbkYvZ_GxxA)
- <http://www.gerencie.com/solo-las-personas-naturales-pueden>
- [http://www.dian.gov.co/.../Mater.../serie\\_comun\\_simplificado.pdf](http://www.dian.gov.co/.../Mater.../serie_comun_simplificado.pdf)
- <https://www.ptp.com.co/portal/default.aspx>
- <http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis25.pdf>