

**Plan de negocio para la elaboración y comercialización de sandalias
Artesanales con suelas personalizadas en el municipio Aguachica-Cesar**

**Luz Mery Arévalo Trillos
CC 1065891628**

**Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica
Dirección de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas
Programa de Administración de Empresas
Aguachica, Cesar
2022**

**Plan de negocio para la elaboración y comercialización de sandalias
Artesanales con suelas personalizadas en el municipio Aguachica-Cesar**

Luz Mery Arévalo Trillos

CC 1065891628 1

Director

Yazmin Hernández Álvarez

Magister en Desarrollo Empresarial

**Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica
Dirección de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas
Programa de Administración de Empresas
Aguachica, Cesar**

2022

Nota de Aceptación

Yazmin Hernández Álvarez

Evaluador 1

Evaluador 2

Aguachica, Fecha de sustentación Día ____ del Mes _____ de año _____.

Dedicatoria

Dedico mi esfuerzo y mis lágrimas a Dios, a mis padres Alirio Arévalo y Mery Trillos, a mis hermanos Patricia, Katherine y Alirio porque han estado apoyando día a día mis esfuerzos por ser parte de cada uno de mis triunfos, porque han hecho de mí un ser humano con valores y responsabilidad, dedico este peldaño más que he logrado a mi familia y espero seguir construyendo futuro con ellos a mi lado.

Luz Mery Arévalo Trillos

Agradecimientos

En primero, lugar quiero agradecer a Dios por permitir la finalización de este proyecto, seguido agradecerle mi tutora la Magister Yazmin Hernández Álvarez, por su paciencia y quien con su experiencia y conocimiento guió y apoyó cada una de las etapas de este proyecto generando para mí un resultado satisfactorio de esfuerzo y profesionalismo.

También quiero agradecer a los docentes que de una u otra manera, semestre tras semestre me brindaron herramientas de conocimiento en la construcción de mi formación profesional, a los docentes que se les adelanto el viaje de partida del mundo terrenal y que también fueron parte de mi formación, a mi institución, Universidad Popular Del Cesar Seccional Aguachica por haber sido mi segunda casa, sin ellos no hubiese podido lograr estos bellos resultados.

Por ultimo agradecer a mi familia, amigos, compañeros por la enseñanza que también me brindaron, en especial mi familia por siempre tener palabras de aliento cuando me desanimaba y creía no poder, a todos gracias, Dios los bendiga y me bendiga.

Tabla de Contenido

Pág

Introducción	17
1. Título	19
1.1 Planteamiento del Problema	19
1.2 Objetivos.....	20
1.2.1 Objetivo general.....	20
1.2.2 Objetivos específicos.....	20
1.3 Justificación	20
1.3.1 Valor teórico.....	23
1.3.2 Relevancia social.....	23
1.3.3 Implicaciones prácticas.....	23
1.3.4 Utilidad metodológica.....	23
1.4 Delimitación	24
1.4.1 Delimitación teórica-temática.....	24
1.4.2 Delimitación temporal.....	24
1.4.3 Delimitación contextual.....	24
2 Marco Referencial.....	25
2.1 Antecedentes.....	25
2.1.1 Antecedentes históricos.....	25
2.1.2 Antecedentes investigativos.....	27
2.2 Marco Teórico	30
2.2.1 Teoría Clásica de la Administración.....	33
2.2.2 Definición de Estudios de Factibilidad.....	34
2.2.3 Definición de estudio de mercado.....	35
2.2.4 Definición de Estudio Técnico.....	36
2.2.5 Definición de Estudio Administrativo.....	37
2.2.6 Definición de Estudio Financiero.....	37
2.3 Marco Conceptual.....	38

2.4	Marco Legal.....	41
3	Aspectos Metodológicos de la Investigación.....	50
3.1	Enfoque y Tipo de Estudio.....	50
3.2	Diseño de la Investigación.....	50
3.3	Formulación de Hipótesis.....	51
3.4	Sistema de Variables.....	51
3.4.1	Variable independiente.....	52
3.4.2	Variable dependiente.....	52
3.5	Población, Tipo de Muestreo y Muestra.....	52
3.5.1	Población.....	53
3.5.2	Método de muestreo.....	53
3.5.3	Determinación de la muestra.....	53
3.6	Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información.....	54
3.6.1	Fuentes de información primarias.....	54
3.6.2	Fuentes de información secundaria.....	55
3.7	Procedimiento.....	55
3.8	Análisis para el Procesamiento de la Información.....	55
4	Esquema Temático.....	56
4.1	Objetivos específico 1:.....	56
4.1.1	La Demanda.....	56
4.1.2	Demanda actual.....	57
4.1.3	Canales de distribución.....	57
4.1.4	Análisis de la competencia.....	57
4.1.5	Estrategia del producto.....	58
4.1.6	Estrategia de precio.....	58
4.1.7	Estrategia de promoción.....	59
4.1.8	Estrategia de plaza.....	59
4.1.9	Aplicación de los instrumentos de recolección de datos.....	60
4.2	Objetivos específico 2:.....	69
4.2.1	Razón social.....	69
4.2.2	Misión.....	69

4.2.3	Visión	70
4.2.4	Valores corporativos	70
4.2.5	Política de calidad	70
4.2.6	Estructura organizacional.....	70
4.3	Objetivos específico 3:	73
4.3.1	Tamaño de la empresa.....	74
4.3.2	Ubicación de la empresa	74
4.3.3	Localización de la empresa	74
4.3.4	Tamaño de la empresa.....	79
4.4	Objetivos específico 4:	83
4.4.1	Activos fijos	83
4.4.2	Gastos	85
4.4.3	Inversión requerida.....	90
4.4.4	Fuente de Financiación.....	91
4.4.5	Proyecciones individuales	92
4.4.6	Proyección de ventas.....	94
4.4.7	Estado de situación financiera inicial.....	96
4.4.8	Evaluación financiera o flujo de caja	96
	Discusión.....	101
	Conclusiones	103
	Recomendaciones.....	105
5	Bibliografía	106
	Apéndices.....	114

Lista de Figuras

Figura 1 Zapato de cuero 3.500 a. C.	25
Figura 2 Historia Del Calzado.....	26
Figura 3 proceso inteligente para tomar la decisión de invertir.	35
Figura 4 Esqueleto estudio de mercado.	35
Figura 5 Rango de Edad.....	60
Figura 6: Género	61
Figura 7: Preferencias	61
Figura 8: Ferias	62
Figura 9 Aspecto a tener en cuenta	63
Figura 10: Lugares de compras	63
Figura 11: Medios de pago.....	64
Figura 12: Frecuencia de Compra	65
Figura 13: Monto de dinero.....	65
Figura 14: Compra de Sandalias	66
Figura 15: Consideración	66
Figura 16: Aspectos.....	67
Figura 17: Cualidad.....	68
Figura 18: Disposición de Compra	68
Figura 19. Organigrama proyectado a 5 años	70
Figura 20: Flujograma de procesos	82

Lista de Tablas

Tabla 1 Tamaño de la muestra	54
Tabla 2 Análisis FODA.....	58
Tabla 3 Manual de funciones Gerente	71
Tabla 4 Manual de funciones Operativos.....	71
Tabla 5 Manual de funciones Asesor comercial	72
Tabla 6 Manual de funciones Auxiliar contable	73
Tabla 7 Maquinaria y Equipo.....	75
Tabla 8 Muebles y enseres	75
Tabla 9 Mano de obra	76
Tabla 10: Prestaciones Sociales	76
Tabla 11 Seguridad Social	77
Tabla 12 Servicios públicos	77
Tabla 13 Gastos Generales.....	78
Tabla 14 Gastos Pre operacionales	78
Tabla 15: Inventario de Productos	79
Tabla 16: Maquinaria y Equipo.....	84
Tabla 17 Muebles y enseres	84
Tabla 18 Mano de obra	85
Tabla 19 Prestaciones Sociales	86
Tabla 20 Seguridad Social	86
Tabla 21 Servicios públicos	87
Tabla 22 Gastos Generales.....	87
Tabla 23 Gastos Pre operacionales	87
Tabla 24 Costo mano de obra 1.....	88
Tabla 25 Costo mano de obra 2.....	88
Tabla 26 Costo mano de obra 3.....	88
Tabla 27 Costo unitario 1	89
Tabla 28 Costo unitario 2.....	89
Tabla 29 Costo unitario 3	90
Tabla 30 Inversión inicial.....	90

Tabla 31 Financiación	91
Tabla 32 Crédito.....	91
Tabla 33 Amortización del Crédito.....	91
Tabla 34 producción individual	92
Tabla 35 Valor del producto	92
Tabla 36 Incrementos.....	93
Tabla 37 tamaño de la producción	93
Tabla 38 Proyección cantidades.....	94
Tabla 39 Proyección de precio.....	94
Tabla 40 Ingresos proyectados.....	94
Tabla 41 Costos totales materia prima proyectados.....	95
Tabla 42 Estado de resultados proyectados	96
Tabla 43 Flujo de efectivo proyectado.....	97
Tabla 44 Recuperación de la inversión	98
Tabla 45 Estado de la situación financiera proyectado.....	99

Lista de Apéndices

Apéndice A: Fotografías

Apéndice B: Encuesta

Resumen

El presente proyecto se construyó con el objetivo de formular un plan de negocio para la elaboración y comercialización de sandalias tejidas a mano con suelas personalizadas en el municipio de Aguachica. Para la factibilidad de este estudio se tomó como población las mujeres del municipio y muestra de 383 personas encuestadas siendo esta la primera herramienta utilizada en la primera información recolectada, el estudio de factibilidad de este proyecto es para llevar a cabo el emprendimiento de creación de microempresa con el fin de aprovechar la ubicación estratégica del municipio como paso obligado de turistas hacia la costa y centro del país, así mismo diversificar los productos que pueda ofrecer la región en cuanto a artesanías locales, metodológicamente se construyó una investigación cualitativa con diseño de tipo no experimental, transaccional descriptivo y de campo, los resultados obtenidos demuestran que es factible la creación de la microempresa de elaboración y comercialización de sandalias tejidas a mano con suelas personalizadas en el municipio de Aguachica Cesar, se cuenta con el mercado objetivo y la ubicación geográfica estratégica siendo posible comercializar y dar a conocer el emprendimiento por lo tanto la parte financiera podrá ir creciendo y asimismo ser financiada o competir en proyectos de apoyo por entidades como fondo emprender y demás.

Palabras claves: artesanía, comercialización, desarrollo, emprendimiento, empresa, tejido.

Abstract

This project was built with the aim of creating a business plan for the development and marketing of sandals of hand woven sandals in the municipality of Aguachica. For the feasibility of this study, women were taken as the population of the municipality and sample of 94 women surveyed, this being the first tool used in the first information collected, the feasibility study of this project is to carry out the creation venture of microenterprise in order to take advantage of the strategic location of the municipality as a step forced tourists to the coast and center of the country, also diversify the products that the region can offer in terms of local crafts, methodologically a qualitative research was constructed with a non experimental, descriptive transactional and field design. The results obtained show that it is feasible to create the microenterprise for the elaboration and commercialization of women sandals at hand in Aguachica, Cesar has the target market and strategic geographical location being possible to market and publicize the venture therefore the financial part may go growing and also be financed or compete in support projects by entities such as entrepreneurship fund and others.

Keyword: Entrepreneurship, development, handicraft, marketing, Enterprise, tissue.

Glosario

Artesanía: Es el trabajo realizado por personas denominadas artesanos utilizando el trabajo manual.

Arte: Encierra todo acto o acción que realiza el ser humano expresando de forma imaginativa o real desde la sensibilidad de sus aspiraciones.

Bigdata: Se refiere al almacenamiento de datos tratados por las tecnologías de la información y la comunicación que son utilizados para recolectar información, buscar y analizar datos.

Calidad: Es un atributo requerido para un producto o servicio.

Comercialización: Hace referencia a la acción y efecto de poner o dar a conocer un producto en el mercado por las diferentes vías de distribución existentes.

Confecámaras: Es una entidad privada sin ánimo de lucro que agremia y representa a las 57 entidades del sector que existen en Colombia. (CONFECAMARAS, 2022)

Consumidor: Es un actor o entidad con poder adquisitivo que dispone de un producto o contrata un servicio para satisfacer necesidades.

Datos: Es una recopilación de información cualitativa o cuantitativa que permite acercarse a un conocimiento, una estadística o un resultado

Diseño: Es la estructura que tendrá dicho elemento o servicio.

Economía: Dentro del grupo de ciencias sociales la economía hace parte de ella como la riqueza de un país o región.

Empresa: Se caracteriza como empresa una actividad socioeconómica que integra materia prima, servicios técnicos, elementos humanos con el objetivo de lograr utilidades del o servicio ofrecido en el mercado.

Emprendimiento: Iniciativa a un proyecto o idea para conseguir un resultado final lo cual posee unas características innovadoras y creativas.

Encuesta: Un proceso de medición que utiliza una entrevista altamente estructurada, emplea una herramienta de medición llamada cuestionario, instrumento de medición u horario de entrevistas.

Hecho a mano: Refiere a una obra que se construye o se arma a mano sin intervención de maquinaria industrializada.

Herramientas: Elementos u objetos que se utilizan para realizar diversas actividades o trabajo manual.

Impacto social: Se pueden producir efectos de índole negativos o positivos sobre una comunidad determinada efectuado por el producto que se ofrece.

Ley: Es una regla o norma en conjunto son leyes.

Marketing: Es una disciplina que involucra tres aspectos importantes como investigar un mercado, ofrecer un valor o producto y satisfacer un cliente o necesidad con final lucrativo, también es conocido como mercadotecnia.

Mercado: Medio en el cual se desenvuelven compradores y vendedores interesados en un producto o servicio.

MINCIENCIAS: Es un órgano conformado por profesionales con el fin de apoyar la articulación entre gobierno y nación, así como la creación del ministerio de ciencia tecnología e innovación que busca generar capacidades, promover el conocimiento científico y tecnológico así como contribuir al desarrollo y crecimiento del país (MINCIENCIAS, 2022).

MYPIMES: Se denomina mypimes al grupo de microempresa, pequeñas empresas y medianas empresas que contribuyen notoriamente en la economía de una nación.

Muestra: Hace parte de una cierta cantidad tomada considerada como representación de un grupo mayor.

Planteamiento del problema: Define el enunciado de la propuesta, como se realiza y la pregunta de investigación de frente a los objetivos.

Población: Es un grupo de personas que habitan en un determinado territorio o lugar del planeta.

Producto: Es el elemento o cosa que se ha fabricado o producido en una serie de pasos, tangible y también intangible para un fin determinado.

Técnica: Se conoce como una serie de pasos, procedimientos para lograr una finalidad.

Tejer: Acción de entrelazar un hilo punto a punto con mano o aguja.

Teoría: Es una noción con probabilidades que permite hacer referencia a asuntos no comprobados al cien por ciento.

Trabajo en serie: Pasos sistematizados siguiendo una línea de actividades.

Turismo: Puede definirse a una serie de actividades que las personas realizan mientras viajan o cambian de lugar de residencia por cierto tiempo no muy largo como las vacaciones.

Introducción

Colombia enfrenta una crisis económica además con un alto índice de desempleo, lo cual ha generado record dentro de los tiempos más críticos vividos en el país. Durante el gobierno del ex presidente Iván Duque Márquez (2018 -2022) en su programa de gobierno, se promovieron propuestas para la reactivación económica a los pequeños empresarios Colombianos. Es bien conocido, que en años anteriores el país atravesó por momentos duros económicamente, pero también por estudios realizados se ha demostrado crecientes avances en la estabilidad industrial.

Los esfuerzos de estrategias como la economía naranja, el apoyo a las MYPIMES, programas de MINCIENCIAS entre otros, se ha caracterizado el gobierno citado como interesado en impulsar y entregar ayudas en innovación y desarrollo a pequeños empresarios para apuntar a la diferenciación de productos, el mejoramiento continuo de la presentación de bienes y servicios, en búsqueda de ideas que procuren hacer del país y de cada una de sus ciudades un escenario de competitividad sostenida en todos sus ámbitos.

Sin embargo, el mercado artesanal Colombiano se ha visto destacado por hacer presencia especialmente en la economía local a partir de sus ventas directas entre fabricante y consumidor o cliente final, quien regatea los precios atendiendo mayoritariamente estos productos no poseen la calidad que imprime el desarrollo de procesos industriales en su fabricación. Estas condiciones denotan el bajo reconocimiento de las artesanías en su creatividad, innovación y oportunidad de generación de ingresos para las comunidades que los elaboran de manera casera o rudimentaria. En años anteriores a dicho mandato, las artesanías no fueron tan visibles y apreciadas por el gobierno nacional como sucedió en este periodo.

En Colombia se constituye la identidad Artesanías de Colombia como mecanismo para entre otros, apreciar el baluarte de nuestras regiones, el arte en sus sitios de origen y por parte de sus propios fabricantes, cooperativas o asociaciones de artesanos muy relacionados con el turismo y con poco puesta en mercados nacionales o internacionales.

Para los conocedores del arte, saben el valor demandado en esta industria; los pueblos más distantes y olvidados por el gobierno nacional, son los que tienen mayor arraigo en la cultura, siendo la artesanía una de las formas de producción que generan ingresos para la sobrevivencia de estas familias. Por eso, los conocedores de oficio, sacan sus lucrativas ventajas en el negocio ya que estos llegan y compran con los nativos artesanales para luego llevarlos a mercados

nacionales e internacionales, cobrando valores exagerados, que generan rentabilidad al intermediario pero al creador del producto bajos precios monetarios.

En algunos casos, se han desarrollado proyectos piloto donde los artesanos reciben formación, son entrenados, obtienen recursos suficientes para la adquisición de material, equipos y maquinaria como también gestiones para posicionar en el mercado sus productos y esto ha demostrado que las artesanías con un buen proceso de calidad, pueden generar rentabilidad necesaria para la generación de empresas y de empleos dignos en las localidades.

El presente trabajo de grado, lleva impresa dicha necesidad de aplicar los conocimientos obtenidos a lo largo del proceso de formación y consolidarlos en la ejecución del objetivo general proyecto “formular un plan de negocio para la elaboración y comercialización de sandalias artesanales con suelas personalizadas en el municipio de Aguachica Cesar”.

Para desarrollarlo, se hizo necesario cumplir con 4 objetivos específicos: i) Realizar el estudio de mercado que defina la viabilidad comercial del producto. ii) Establecer el estudio organizacional – legal que permita el correcto funcionamiento para la idea de negocio. iii) Desarrollar el estudio técnico que indique la localización, tamaño, herramientas y demás elementos necesarios para la el desarrollo de sus actividades. iv) Elaborar el estudio financiero que indique si la idea de negocio, es viable económicamente. Los cuales, serán las bases para la consolidación de los capítulos, capítulo I: el problema identifica los vacíos existentes en el municipio de Aguachica como el deficiente fortalecimiento empresarial que incluye el déficits laboral; capítulo II: la formulación del problema, los objetivos y la justificación, imprimen el fortalecimiento a desarrollar, en proporción al crecimiento regional; capítulo III, En el marco teórico se tuvo en cuenta la teoría de la administración científica por Henry Fayol que cuenta los 5 actos de la administración clásica permitiendo lineamientos a la ejecución del presente plan. Dentro de la metodología de la investigación se pudo determinar que este trabajo de grado es de enfoque mixto, herramientas aplicadas, la encuesta con método de análisis de resultados, y el capítulo IV, los resultados de la investigación.

1. Título

Plan de negocio para la elaboración y comercialización de sandalias artesanales con suelas personalizadas en el municipio Aguachica-Cesar.

1.1 Planteamiento del Problema

La crisis económica generada por el covid 19 ha retraído el crecimiento económico, con ello el desempleo según un artículo publicado por Global Economic Prospects, Colombia se contrajo un 4,9% en ese año, según los balances del banco mundial los gobiernos se someterían a endeudamientos para la recuperación económica y flujo de efectivo (Banco Mundial, 2020).

En el municipio de Aguachica se hace necesario aportar al crecimiento del tejido empresarial donde se permita desarrollar planes, programas, proyectos que vayan a la par con las necesidades de los empresarios al mismo tiempo con el creciente aumento poblacional así como la oferta y la demanda que generan bienes y servicios, aunque en la región la economía se dinamiza con algunas actividades agro-productivas, existe deficiencias en la implementación de procesos de industrialización y manejo de calidad, deficiente manejo del recurso humano que impide el cumplimiento en algunos de los casos respecto al pago de salarios dignos, nulos procesos de industrialización por baja inversión en ampliación de empresas o adquisición de maquinarias, equipos, que permitiría el uso de nuevas tecnologías para la mejora de los procesos productivos, lo cual es necesario para que el empresario Aguachiquense no le temor invertir.

El sector artesanal no cuenta ante la cámara de comercio y alcaldía con registros de información de aquellas familias que se dediquen a esta actividad económica; como consecuencia no se logra conocer los productos que se generan en la región, el mercado local no se comporta de la forma más aceptable que ayude a la comercialización de los mismos denotando precariedad económica para los artesanos Aguachiquenses, cabe mencionar que la inestabilidad socio-política y administrativa también se convierte en otra consecuencia para el desarrollo de los artesanos, visto desde la durabilidad en el tiempo con déficits apoyo al significado artesanal, desprendiéndose con ello favorabilidad para algunos pocos empresarios locales.

Seguir con esta tendencia desfavorable para el artesano regional, afectaría significativamente la producción de las empresas nuevas que tengan que ver con el ramo artesanal, en este punto es

preciso mencionar un artículo publicado por la revista SENA: “se plantea el propósito de estudiar la actividad empresarial del municipio de Aguachica, de tal manera que se reconozcan sus particularidades, con el fin de obtener indicadores sobre las características de emprendimiento y generar ideas para el desarrollo o evolución”. (CAMARGO, 2017), donde conviene realizar planes que fortalezcan las artesanías sin afectar negativamente los niveles productivos de las empresas, donde el problema consiste en el poco reconocimiento que tienen los artesanos locales, con la serie de consecuencias expuestas

Formulación del problema.

¿Qué se requiere para formular el plan de negocio para la elaboración y comercialización de sandalias artesanales con suelas personalizadas tejida en hilo de seda en el municipio de Aguachica Cesar?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general.

Formular un plan de negocio para la creación y comercialización de sandalias artesanales con suelas personalizadas en el municipio de Aguachica Cesar.

1.2.2 Objetivos específicos.

- Realizar el estudio de mercado que defina la viabilidad comercial del producto.
- Establecer el estudio organizacional – legal que permita el correcto funcionamiento del plan de negocio.
- Desarrollar el estudio técnico que indique la localización, tamaño, herramientas y demás elementos necesarios para el desarrollo de sus actividades.
- Elaborar el estudio financiero para atender las necesidades de puesta en marcha del plan de negocio.

1.3 Justificación

Según ConnectAmericas en un artículo publicado dice: “la exportación de artesanías, una oportunidad para América Latina” describe al sector artesanal sobre la importancia que juega en

el desarrollo de las economías locales de los países está a vez como “una lucha contra la pobreza” también dice: “ a medida que los artesanos se asocian para crear productos y responder a una demanda global, pueden generarse organización dentro de un contexto, que logra la fuerza e impacto suficientes para participar y mantenerse como unidades productivas que dinamizan las economías y crean condiciones de bienestar para las familias” (ConnectAmericas, 2015).

La crisis económica generada a raíz de la pandemia se ha convertido en dificultad para algunas empresas y en oportunidades para muchas personas que han logrado reinventar sus negocios; la crisis ha hecho que surjan nuevas iniciativas como lo es el caso de “negocios para la elaboración y comercialización de sandalias tejidas Tejiendo sueños” propuesta que busca a través de la elaboración de un producto artesanal, hecho a mano que brinda la oportunidad a una familia de generar sus propios recursos, llevando al mercado sandalias tejidas a mano, en diferentes diseños, colores y a un precio justo; generando oportunidad de empleos directos e indirectos y contribuyendo de alguna manera con el desarrollo económico del municipio.

La importancia de realizar este estudio de trabajo radica principalmente, que en Aguachica no cuenta con suficientes empresas formales que brinden empleo digno y seguro a sus habitantes, por otro lado con esta propuesta se busca apuntar a la llamada economía naranja con la creación de una nueva empresa con un producto artesanal, creativo, personalizado, capaz de llenar las expectativas de un público objetivo.

Las Artesanías de Colombia en su marco de fortalecimiento buscan promover la participación de actividades alternativas de desarrollo económicas y cultural en la región, por eso la importancia de este trabajo es realizar un estudio con mejoras a proporcionar crecimiento en la idea de negocio buscando posicionarse en el mercado local, y paulatinamente el departamental hasta llegar a lo nacional con diseños únicos y personalizados de sandalias femeninas tejidas artesanalmente.

Realizar el estudio de factibilidad para crear la idea de negocio, es aprovechar la oportunidad en el mercado y de posicionar el diseño e innovación de sandalias tejidas y suelas personalizadas en la región Aguachiquense en el mercado local y de países latinoamericanos, en segmento medio alto, diferenciándose por su diversidad, creatividad, calidad y la personalidad de los diseños.

Según la revista La Republica, publico un artículo enero de 2022 tomado de la fuente DANE que “el año 2021 cerró con una tasa de desempleo de 13,7% y hubo 3,35 millones de desempleados” respectivamente estas cifras DANE ubico durante el mismo año a Cesar con una tasa de desempleo de 14,5%, respectivamente muchos empresarios de los 25 municipios del departamento se vieron obligados a cerrar empresas o a despedir personal, incrementado sustancialmente el nivel de desocupación (Revista La Republica, 2022).

Según un artículo publicado por la universidad externado de Colombia facultad de derecho, menciona la gran “importancia del emprendimiento en Colombia” esta a su vez la virtud que tienen los emprendimientos para la generación de desarrollo y obtención de empleo siendo un impulsador de la economía Colombiana, como prueba de esto, más del 80% de los nuevos empleos son generados por las empresas y los nuevos emprendimientos (Andres Romero, 2017).

A demás, el emprendimiento durante la pandemia creció significativamente, las universidades se han destacado por ser el bastón de apoyo para las nuevas ideas que han surgido durante la pausa económica- laboral provocados por el covid 19, así como también las cámaras de comercio y las alcaldías han sido fundamental en el fortalecimiento a estos proyectos.

Es por ello que esta propuesta de emprendimiento tiene como finalidad elaborar y comercializar sandalias artesanales tejidas a mano con suelas personalizadas, la iniciativa fomenta la creación de empresa formal a través de la cual se puede generar empleos directos e indirectos coadyuvando de alguna manera a mitigar las barreras de desempleo que vive el municipio de Aguachica.

“Tejiendo sueños” es una propuesta que busca fomentar y resaltar el trabajo artesanal, que por muchas décadas ha permitido, que las familias puedan vivir de esta actividad y en los últimos años se ha querido recobrar su valor, principalmente porque es una labor desarrollada en gran parte por mujeres, quienes pueden elaborar estos productos sin salir de sus hogares, a su vez les permite atender a sus familias y generar recursos para el sustento de los mismos.

Crear una empresa que elabore y comercialice sandalias, permite solucionar un gran problema y es el desempleo, ya que con esta empresa se busca generar oportunidades de empleabilidad para muchas personas en especial para mujeres; teniendo en cuenta que las estadísticas muestran que son ellas las que presentan menores oportunidades laborales y se fortalece el tejido empresarial; por el contrario no crearla genera atraso, disminuyen las oportunidades de empleo y

se frena el desarrollo del municipio. “propiciar las condiciones para generar empleo, apoyar la materialización de nuevas ideas creativas y productos innovadores, fortalecer los saberes ancestrales, las practicas del patrimonio cultural y la transmisión de conocimientos tradicionales” (Economía Naranja, 2020).

La empresa quiere enseñar y vincular madres cabeza de familia para que a través de esta actividad logren ser productivas, realizando unas sandalias tejidas, con un factor diferenciador y donde el cliente puede escoger: tipo de tejido, color, combinaciones entre otros. Lo que llevo a plantar la siguiente pregunta problema

1.3.1 Valor teórico.

El proyecto se realiza con el propósito de alcanzar un margen de productividad, emprendimiento y desarrollo socioeconómico regional con las competencias culturales locales cuyos resultados sirvan para dirigir los pequeños emprendimientos en aras a desaparecer, ideas sostenibles durante años y las nuevas propuestas surgentes en la cultura artesanal regional y local.

1.3.2 Relevancia social.

Con los resultados obtenidos en el proyecto busca favorecer el crecimiento en la economía local, el desarrollo empresarial y el incentivo turístico.

1.3.3 Implicaciones prácticas.

El proyecto puesto en escena hace parte de las pequeñas empresas que de una u otra forma contribuyen a sostener la economía de un país, porque existe la necesidad de una mejor la calidad de vida de personas que con sus emprendimientos dan movimiento a economías locales.

1.3.4 Utilidad metodológica.

Una vez construido el proyecto teóricamente, se recopila información con instrumentos existentes como la aplicación de la encuesta sin tener que recurrir a la creación de otro instrumento, creando validez en los resultados del proyecto.

1.4 Delimitación

1.4.1 Delimitación teórica-temática.

Línea de Investigación: Gestión funcional, dentro de su objetivo principal lo cual busca un mejor funcionamiento de empresas, actividades, innovación y más, se analizó el estado socioeconómico de la región que fuese susceptible a la creación de nuevas microempresas locales propuestas para el mejoramiento económico de la región.

Eje Temático: Emprendimiento e Innovación, Formación y Creación de Empresas, información y sociedad: Dado la reducción de empleabilidad presentada a nivel nacional, las personas buscan la forma de sobrevivir, la puesta en práctica de la creación de empresas o mejor llamadas MYPIMES ayuda al sostenimiento económico de familias, mejora calidad de vida, favorece el desarrollo económico local y sustenta la generación de nuevos empleos.

Se opta por esta línea investigativa permitiendo desarrollar y al mismo tiempo poner en práctica los conocimientos preprofesionales adquiridos durante la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Popular del Cesar, de igual modo se establecieron análisis, estudios y modelos empresariales aplicados que permitan la creación de empresas para mejorar sustancialmente el desarrollo económico y ejercer la mejor práctica profesional y comercial.

1.4.2 Delimitación temporal.

Esta investigación se llevará a cabo alrededor de 18 meses, comprendido entre el mes de julio de 2021 hasta noviembre de 2022.

1.4.3 Delimitación contextual.

El presente estudio se realizará en el Municipio Aguachica Cesar, específicamente se entrevistarán mujeres que residen en este municipio que son las compradoras o posibles compradoras de las sandalias tejidas al igual que se le pedirá el permiso a la Universidad Popular del Cesar seccional Aguachica para realizar las encuestas pertinentes dado que por estudiar allí, existe un desarrollo de mercado potencialmente activo.

Aguachica está ubicada al sur del departamento del Cesar, a los 8° 18' 45" de latitud norte y 73° 37' 37" de longitud oeste del meridiano de Greenwich, entre la cordillera oriental y el valle del río Magdalena, a una distancia de 301 kilómetros de Valledupar, la capital del Cesar. Su

extensión territorial es de 876.26 kilómetros cuadrados que ocupa el 3,8% de la superficie del departamento. Limita por el norte con el municipio de La Gloria (Cesar), El Carmen (Norte Santander), por el este con Rio de Oro (Cesar), por el sur con Rio de Oro, San Martín (Cesar) y Puerto Wilches (Santander), por el oeste con Gamarra (Cesar) y Morales (Bolívar).

Economía: La economía de Aguachica gira alrededor del sector agropecuario, la agroindustria y el comercio, lo cual ha permitido el surgimiento de una serie de servicios de apoyo como los aerotécnicos, los financieros, el transporte y otros servicios empresariales y personales dirigidos a los diferentes sectores económicos y a la población regional (TERRIDATA, 2020).

2 Marco Referencial

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes históricos.

Origen del zapato

El arte de zapatero se remonta en el momento en que el hombre creó por necesidad de proteger sus pies, hace más de 14.000 años, en la edad de Piedra, las mujeres eran las que se desempeñaban en laborar el calzado para toda la familia, y en algunos grupos no tardo en establecerse la división de las actividades de tal forma que ayudo al crecimiento y la mejora de la elaboración del calzado, así mismo se fue dando con otros oficios de la época y al sol de hoy aún se siguen viendo.

Figura 1 Zapato de cuero 3.500 a. C.



Fuente: Periódico La Nueva España (La Nueva España, 2010).

Una de las representaciones supuestamente más antiguas que se dispone sobre el oficio de un zapatero data de hace 4000 años. Se trata de un fresco egipcio, por desgracia muy deteriorada,

hallada en la tumba de Rejmire en Tebas, que esboza una especie de historia de distintos oficios. Además de constructores de naves, joyeros, escultores y escribas, en la pintura también están representados los zapateros (Vass y Molnar, 1999).

En los talleres datados en la historia se muestra muy bien equipados donde los zapateros gozaban de una buena posición social entre los distintos oficios de la época y que merecían el honor de figurar en los frescos de la cámara funeraria del visir de Tutmés III (Vass y Molnar, 1999).

Figura 2 Historia Del Calzado.



Fuente: Universidad tecnológica de Bolívar.

Según la historia en los talleres de sandalias del antiguo Egipto, las actividades laborales eran debidamente fragmentados, en una parte se laboraba el manejo de la piel y en otros lugares se dedicaban a la perforación específica de las suelas. Los trabajadores de cada oficio se agrupaban en la misma zona e instalaban sus talleres en calles secundarias próximas al centro de la ciudad, unos junto a otros y aún hoy en día muchas ciudades siguen teniendo una calle denominada Zapatería (Vass y Molnar , 1999).

La amplia historia del zapatero remonta desde hace siglos y cito “Los testimonios escritos concretos sobre el oficio de zapatero en el área germánica aparecen por primera vez durante el siglo VI d.C. en el derecho borgoñón, y en el siglo IX en las leyes de Carlomagno (capítulo XLV sobre haciendas).

En dicho documento se obliga al administrador de la hacienda a buscar buenos artesanos “herreros, orfebres, plateros, zapateros, torneros” Alrededor de los siglos X y XI se produjo un cambio decisivo en la historia de los zapateros: se agruparon en cofradías, que a partir de ese momento representaron sus intereses económicos y sociales. Los zapateros que llegaban a la

ciudad procedentes del campo no sólo podían contar con su protección, sino también con las ventajas económicas que ofrecían los mercados y plazas comerciales” (Vass y Molnar, 1999)

2.1.2 Antecedentes investigativos.

2.1.2.1 *Del orden internacional.*

Plan de Marketing para la línea de calzado artesanal de mujeres de la tienda Cig en la ciudad de Guayaquil., realizado por Coello Benítez, María Gracia, Loor Gonzáles, Dara Mariel (2019), en la Universidad Católica de Santiago De Guayaquil.

La tesis relacionada tuvo como objetivo realizar un estudio de herramientas claves para la implementación de venta del producto no solo presencial si no online, con la evaluación de varios factores claves, como el análisis del micro entorno y macro entorno de la idea de negocio que ya venía con varios años en el mercado. Este estudio arrojó como resultado tres recomendaciones muy importantes: la utilización masiva de las herramientas digitales, uso de promociones y concursos, creación de página web es la siguiente sugerencia y en la parte financiera el análisis a la demanda de los productos, con buenas fuentes de investigaciones de mercado.

Proyecto de emprendimiento para la venta de artesanía textil mexicana, en la ciudad de México, realizado por Ana Marcela Fregoso Gutiérrez MMG, Luz del Carmen Ortega Puentes MMG, Mónica Liliana Pérez Rivera MBA y Hilda Elizabeth Vázquez Álvarez MBA (2017,)en el Instituto tecnológico y de estudios superiores de occidente de México.

En el siguiente estudio tuvo como objetivo la muestra de un mercado artesanal orientado por las riquezas culturales de México, por los pequeños empresarios y emprendedores, mostrando la variedad de tendencias que se convierten en moda buscando penetrar mercados internacionales como la moda europea. La demanda de los emprendedores artesanales, subsanan el desempleo en un país, y enriquece la productiva del mismo, por eso es visto como un mercado potencial para el desarrollo económico y puesta en marcha ideas de innovación.

Como resultado del análisis, se detectó que países de Europa tienen una inclinación favorable al gusto por lo artesanal de países de América Latina, que las artesanías son vistas con el corazón de conocer las culturas Latinoamérica, y se convierte como un tesoro no solo el producto si no la

creatividad con la que se confecciona. Este proyecto se convirtió en un reto importante para plasmar paso a paso la delicada y rica cultura de un país.

Propuesta para la creación de una fábrica artesanal de calzado femenino de cuero en la ciudad de Guayaquil” realizado por Jocelyn Damaris Calle Jiménez (2014) en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

El objetivo inicial de la tesis relacionada fue evaluar la factibilidad económica de crear una empresa artesanal de calzado femenino en Guayaquil Ecuador, donde se detalló cada una de las áreas del negocio, determinaron el área potencial, precios, diseños, financiación, legalidad, y viabilidad de la idea de negocio, es importante para los pequeños emprendedores realizar una investigación de mercado, un estudio financiero para determinar precios del producto, y los indicadores de rentabilidad.

Como recomendación para un buen proyecto se realizaron anotaciones como: mantener una buena imagen de calidad y entrega a tiempo los productos, crear nuevos modelos, una infraestructura ordenada refleja la organización de la misma.

2.1.2.2 Del orden nacional.

Diagnóstico del sector artesanal en Colombia, Resultados del Levantamiento de Información realizado por Artesanías de Colombia entre 2014-2016, realizado por Laura Ximena Márquez Ramírez y Daniel Serrano Rodríguez (2017) en Artesanías de Colombia – min comercio industria y turismo.

Este órgano se encarga de recolectar tan valiosa información sobre los artesanos de Colombia, partiendo de ellos se ha generado varias ayudas y programas para el fortalecimiento de los pequeños emprendedores artesanales, con este análisis y en colaboración con varios entes involucrados como algunas cámaras de comercio, fue posteriormente entregado a Artesanías de Colombia para que una vez revisado pasara por un control de organización archivado y codificados.

Cada una de la información reclutada se encuentra en la página de la organización, con esta información tabulada permite obtener diagnósticos especializados departamentales, en este estudio que fue de gran importancia se tuvo en cuenta tres bloques temáticos: características sociodemográficas, características socioeconómicas y características de la producción artesanal.

Propuesta de mejoramiento y generación de oportunidades comerciales a través de un sistema virtualizado de comercialización de productos artesanales colombianos realizado por Juan David hurtado Bedoya (2018) en la universidad libre seccional Pereira.

En la tesis relacionada se tuvo como objetivo inicial la propuesta de un proyecto donde se diera a conocer a nivel regional, nacional e internacional las artesanías colombianas, pero la inmensidad del proyecto y la cantidad de artesanos existentes copaba la capacidad de realizar esta modalidad, llevando a cabo un cambio que iniciaría en primer lugar en el departamento de Risaralda, y fuera plan piloto para otros departamentos del país, en este estudio se tuvo en cuenta el análisis socioeconómico, efectos y características del departamento, con el propósito de una propuesta de mejoramiento y generación de oportunidades comerciales a través de un sistema virtualizado de comercialización de productos artesanales colombianos. La ventaja de desarrollar este tipo de actividad es que generalmente se hace con las manos y de forma individual, familiar y que representa importantes recursos para el sostenimiento de una población y de un país.

Plan De Negocios Para La Productora Y Comercializadora De Artesanías Contemporáneas En La Ciudad De Bogotá, realizado por Dennis Yurany Arias Ávila y Jinmy Lisbeth González Gaitán (2017) en la universidad cooperativa de Colombia.

El siguiente estudio relacionado, tuvo como objetivo primordial potencializar el valor cultural presentes en la capital de Colombia, su viabilidad en la comercializadora y productora, conociendo los lineamientos que son factores fundamentales, normativos, tecnológicos, culturales, ecológicos, políticos, económicos y sociales.

Para este estudio se analizó factores internos y externos propios del sector industrial y del subsector artesanal en la economía colombiana. Con la información recolectada se concluyó que al momento de adquirir las artesanías se destacó un precio justo, diseños auténticos, materiales confortables, promoviendo así la historia y la cultura artesanal.

La estructura financiera de la empresa se evaluaron con el fin de conocer la rentabilidad del proyecto, lo cual arrojó un análisis positivo y viable, y obtendrá utilidad hasta que pueda llegar a un punto de equilibrio como lo es la recuperación de la inversión inicial.

2.1.2.3 *Del orden regional o local.*

Estudio de factibilidad para la creación de la empresa productora comercializadora de accesorios y diseños femeninos “Lili mejía”, en Aguachica cesar realizado por Lilibeth Mejía Torres (2020) en la universidad popular del cesar.

En la tesis relacionada, siendo una tesis local donde su principal objetivo fue realizar la viabilidad de una microempresa comercializadora de accesorios femeninos en Aguachica. Recae la importancia en estos estudios debido a la actual situación de desempleo en el país y en regiones pequeñas como lo es el municipio de Aguachica donde el desempleo es aún más notorio, al no contar con oportunidades laborales viables.

Con este estudio se evidencia el crecimiento poblacional que ha tenido el municipio, y busca emprendedores con el alivio de sobresalir en el desarrollo económico de la región. Colombia refiere ser un país donde las microempresas son mayorías y se evidencia el sostenimiento económico que estas generan. La producción de la bisutería o accesorios femeninos, se ha convertido en una gran oportunidad de negocio para la industria. Para la viabilidad de este proyecto se evidencia factores determinantes viables, como lo son la generación de empleo, la rentabilidad, la tasa interna de retorno y la sostenibilidad.

2.2 Marco Teórico

La capacidad de emprender es sinónimo de desarrollo, que para muchas personas ha significado un espacio fundamental en el buen funcionamiento de sus ideas hasta la ejecución de proyectos productivos que generan valor y sostenimiento conforme a la competitividad del mercado y por supuesto de sus habitantes, con la llegada de la pandemia global “COVID 19” muchos empresarios y profesionales se han visto obligados a cambiar y a innovar métodos de emprendimiento para seguir en la competencia global y más en la nueva era de la revolución digital.

Aunque en la historia de Colombia, la cultura de crear empresa no es vista como una gran oportunidad para crecer, pues sus falencias se presentan de diversas formas, desde la calidad de educación hasta el incentivo por parte del gobierno. En su mayoría según informes los emprendimientos se evidencian en las ciudades grandes del país. Un informe por CONFECAMARAS, la llegada de la pandemia para el periodo 2020, la economía recayó en un

8%, pero en el primer trimestre del año 2021, se han creados más Mipymes de los registros anterior a otros años.

En un futuro para los estudiantes emprendedores, innovadores, campesinos visionarios, tomarán una firme decisión de fortalecer la industria en Colombia. El gobierno ha decidido implementar programas que fortalezcan y apoyen a emprendedores e innovadores, razones que se toman para la determinación de crear empresas como la llamada economía naranja, cabe mencionar los altos niveles de desempleo y más por la llegada de la pandemia la baja calidad de los ya existentes.

Han hecho que las personas fomenten sus propios recursos, iniciar microempresas y pasar de ser empleados a ser empleadores. Para dar inicio a un proceso de emprendimiento, se requiere de un espíritu innovador y creativo, más aun sí se tiene en cuenta que el ser empresario requiere ciertas responsabilidades y obligaciones de peso, ya no sería un perfil de un asalariado si no de una tarea que implique responsabilidad ante la ley nacional.

Hablando de Latinoamérica, en algunos países se opta por la opción más viable, en cooperación aun desarrollo y estructura de fortalecimiento económico, para los recién egresados o los emprendedores la creación de proyectos propios, ya que ajusta la brecha de desempleo y cooperación a las economías emergentes del país lo cual se estiman en un 20%, por lo tanto, resulta positivo generar alternativas de empleo y no la suma de desempleo más, permitiendo mejorar calidad de vida y aportes a las regiones.

Gracias a este tipo de “problemáticas”, los gobiernos han entendido muy bien la importancia de ser empresario, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva. Asimismo muchos otros países tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales y entre quienes tengan conocimiento específico para poder ofertar un producto o un servicio.

La oferta de mano de obra calificada llámese profesionales de educación superior o de educación media crece a un ritmo acelerado aún más que el crecimiento de la economía, tomando como base el panorama actual de la crisis mundial la cual se torna volátil y con imprecisiones acerca de su futuro. Ante estas circunstancias económicas actuales, el emprendimiento es la “herramienta” de muchas familias en la medida que les permite comenzar

proyectos productivos con los que puedan generar sus propios recursos ser productivos y ayudar al país a ser reconocido como una región competitiva con ideas diferenciadas.

Por lo anterior, el emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, algunos profesionales ya formados han optado por volverse a la creación e innovación ya que han visto mejores salidas que las de ejercer sus propias carreras, para ser independientes y para tener una calidad de vida acorde a las expectativas lo cual implica desarrollar una cultura encaminada a vencer los paradigmas de algunas personas a dejar de ser empleado.

Es fundamental reconocer antes de iniciar este tipo de proyectos que la empresa como institución cumple con el objeto social de satisfacer al máximo las necesidades de los individuos, tratando a mayor brevedad de cumplir con las exigencias en los objetivos, en un mercado abierto a cambio e impredecible en sus condiciones actuales, por tanto dentro de tal concepto se deben reconocer las causas de estudios administrativos como los de planificar, dirigir, coordinar y evaluar uno a uno los procesos de rendimiento, de tal manera contar con el desarrollo de habilidades propias y creativas del ser humano en dicho proceso donde se involucre la intervención, opinión, apropiación, análisis, aprendizaje y conocimiento de lo que ocurre a su alrededor.

Para que eso suceda desde un punto inicial la universidad deberá vincularse para asumir este tipo de retos encaminados a un sinnúmero de cambios a los profesionales en formación, tanto para el individuo como para la sociedad en general y deberá estar programado y planeada para la optimización de aspectos como la innovación en la toma de decisiones gerenciales en los formantes, siendo de tal manera la innovación la “clave” que permitirá imponerse sobre las ofertas actuales del mercado, ésta no debe verse como un limitante para las empresas o profesionales pues finalmente lo que se busca es un diferenciador que permita superar las expectativas y tener asegurado un espacio en el entorno de los negocios.

Muchos teóricos, filósofos e investigadores se han esforzado por buscar formas de identificar ideas innovadoras en los seres humanos, por hacer que éstas se hagan realidad y finalmente por seguir contribuyendo a la sociedad con sus creaciones únicas. Frente a éste marco el Profesor Michael Porter en una visita a Colombia (Expo gestión 2007) logró ubicar la situación actual del país en el contexto empresarial exponiendo sus teorías y estrategias muy acertadas sobre diseños de negocios que pueden ser la base fundamental de la competitividad en la generación de empleo

y empresas; el primer paso es tomar la decisión de arriesgarse a construir más que un instrumento para producir un proyecto de vida (ROMERO PAG 34., 2010).

2.2.1 Teoría Clásica de la Administración

Esta teoría se basa fundamentalmente en la importancia de definir las funciones básicas de la empresa, sin dejar de lado el factor humano aunque la teoría de las relaciones humanas es enfocada a la persona. Para la administración es crucial que una empresa cuente con la conceptualización (planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar) así como los llamados principios generales de la administración como procedimientos fundamentales, aplicables en cualquier tipo de organización o empresa. Para Henry Fayol, existe una proporcionalidad de la función administrativa, que se reparte en todos los niveles de la empresa (F Velazquez-Escuelas e interpretación del pesnamiento administrativo, 2002).

La importancia en la estructura conlleva a que la organización sea vista como una disposición de fragmentos (órganos) que constituyen su forma y la interrelación entre dichas partes, esta teoría se ciñe exclusivamente a la organización formal. Para estudiar racionalmente la organización, ésta debe caracterizarse por una división del trabajo y la correspondiente especialización de las partes (órganos) que la constituyen (F Velazquez, 2002).

La división del trabajo tiene 14 principios, y 6 funciones básicas, y 5 funciones administrativas, puede ser vertical (niveles de autoridad) u horizontal (departamentalización). Por consiguiente, al igual que la división del trabajo y de la especialización, debe establecerse la coordinación para garantizar el equilibrio del conjunto, y como resultado alcanzar la eficiencia de la organización., además, existen una jerarquización de autoridad (línea de autoridad) y personal de planta autorizados para prestar servicios.

Así mismo visto desde la perspectiva de la escuela clásica, la conceptualización de la organización formal y técnica intento desarrollar en las empresas respuestas que dieran un resultado eficiente a los problemas que se enfrentan desde el ámbito administrativo en términos productivos y que se veían como un sistema cerrado. En la escuela clásica se retribuye a su gran aporte el hecho que define que para el trabajador la motivación más importante es basada en el dinero. (F Velelazquez, 2002).

Sin embargo, debemos tener en cuenta que, en la actualidad este supuesto no es el único motivo por el cual las organizaciones se desarrollan, la innovación, el emprendimiento, la era

digital, es hoy los factores dominantes en el crecimiento económico de las naciones y de los patrones de comercio internacional convirtiéndose en la fuerza motriz que impulsa a las empresas hacia objetivos ambiciosos a largo plazo y que empuja a la renovación de las estructuras organizacionales.

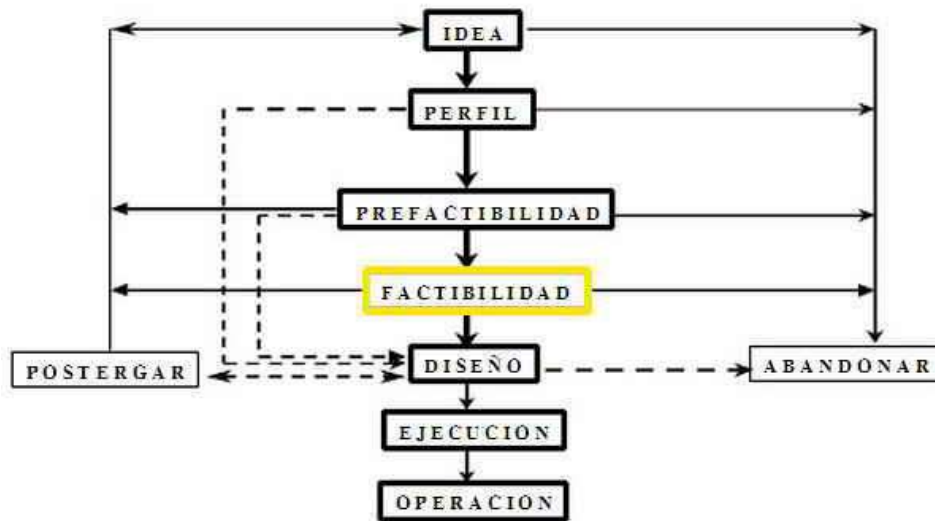
Cabe mencionar dos aspectos importantes con el que cuenta la innovación, uno de ellos trata de los comercial y el otro la creatividad, lo anterior puede dar pie a un concepto interesante sobre innovación de acuerdo con Morcillo (1997): "Viendo lo que todo el mundo ve, leyendo lo que todo el mundo lee, oyendo lo que todo el mundo oye, innovar es realizar lo que nadie ha imaginado todavía". (Luis, La gestión de calidad como innovación organizacional para la productividad en la empresa, 2010) Mientras el invento es la creación de una nueva idea, la innovación es un concepto más amplio, pues comprende el proceso de desarrollo y aplicación de una nueva idea (Luis, La gestión de calidad como innovación organizacional para la productividad en la empresa., 2010).

Según el artículo "La gestión de calidad como innovación organizacional para la productividad de la empresa" del señor Luis Carlos Arraut explica que y cito: "esta puede representar una recombinação de ideas viejas, un esquema que cuestiona el orden actual, una fórmula o un enfoque singular que sus proponentes perciben como nuevo. En la actualidad, las empresas no pueden considerar la innovación como un evento ocasional. Si una empresa no es capaz de transformar sus productos, su forma de producción, manejar modelos de gestión y estructuras flexibles en un contexto de incertidumbre, no será capaz de sobrevivir, debido a esto la mayoría de las empresas fracasan, al no adaptarse a las nuevas tecnologías he ideas de innovación" (Arraut-Gestión de calidad como innovación organizacional para la productividad en la empresa, 2010).

2.2.2 Definición de Estudios de Factibilidad.

Este instrumento sirve para orientar la toma de decisiones, dentro de un estudio de proyecto Según Alfonso Blanco (2007), el principal objetivo del estudio de factibilidad de un proyecto es determinar la viabilidad social, económica y financiera haciendo uso de herramientas contables y económicas como lo son el cálculo del punto de equilibrio y el valor agregado, así como también el uso de herramientas financieras tales como el cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) y el valor presente neto (VPN).

Figura 3 proceso inteligente para tomar la decisión de invertir.



Fuente: Gestión de proyecto, capítulo uno, Juan José Miranda Miranda

El estudio de factibilidad dentro del ciclo del proyecto.

En este estudio se analizará la factibilidad del proyecto, puede ser abordada desde el punto donde el proyecto puede ser suficientemente rentable así como también puede arrojar los resultados de ser un proyecto no viable, así como se señala en la figura 3 se debe tener en cuenta aspectos como el diseño siendo este la satisfacción del cliente; en la ejecución tener claro los recursos desde lo financiero, humano, materiales y demás que sean importantes en la ejecución del proyecto, de igual forma la factibilidad del proyecto también está sujeta a la evaluación y sostenibilidad desde los estudios de mercado, estudios técnicos y estudios financieros (Lic.Rodríguez, 2009).

2.2.3 Definición de estudio de mercado

Para Blanco (2007), el objetivo principal de un estudio de mercado es determinar la viabilidad de colocar productos o servicios en un mercado específico, medir los riesgos y posibilidades de éxito de dicha colocación.

Figura 4 Esqueleto estudio de mercado.



Fuente: esqueleto estudio de mercado

Por otra parte, Palacios (2005) argumenta que para vender el producto o servicio de una forma más eficiente y consolidar unos resultados óptimos se debe definir una serie de actividades o pasos en el estudio de mercado que faciliten la toma de decisiones, como se muestra en la figura 4, este estudio debe tener definido la demanda, la oferta, canales de distribución, precio, mercado potencial y aspectos de comercialización para estimar la cuantía de posibles ingresos (Lic. Rodríguez pag29, 2009).

2.2.4 Definición de Estudio Técnico.

Para Blanco (2007), el objetivo principal de este estudio es establecer la infraestructura necesaria para el proyecto y así poder especificar la capacidad instalada y utilizada de la empresa. De este estudio también se obtienen los costos de inversión y de operación en los procesos de producción. Para este mismo autor, el estudio técnico debe contener:

- Cronograma de la proyección: Consiste en indicar el tiempo de vigencia del proyecto, desde que se inicia la instalación y/o adecuación de la infraestructura del mismo, hasta el final de la proyección ya en etapa operativa.
- Localización del proyecto: En este punto se especifica la ubicación geográfica del proyecto; la planta u oficina y sus sucursales si las hay.
- Infraestructura de servicios: Se especifica la facilidad de acceso a servicios públicos como luz eléctrica, aguas, telefonía fija, telefonía móvil, vías de comunicación.

- Tecnología utilizada: Aquí se definen los detalles del equipamiento necesario para los procesos de producción, así como también se detalla su alcance, características, Costos, beneficios que aporta y si se trata de tecnología contratada o propia.
- Proceso de producción: El formulador va a definir y detallar todos los pasos que conforman los procesos productivos, lo cual facilita la identificación de los costos asociados a ellos. Este punto está relacionado con los resultados del estudio de mercado y con lo obtenido del estudio técnico.
- Volumen de ocupación: En este punto se detalla la estructura organizativa; turnos de trabajo diario, número de horas laborables por jornada, días laborables por mes y por año, definición de cargos y número de personas en cada uno, definición de sueldos por cargo durante el primer año, porcentaje de prestaciones sociales. Toda esta información es de vital importancia para la estimación de los costos operativos.
- Capacidad instalada y utilizada: La capacidad instalada es el máximo nivel de producción que se tiene como meta a alcanzar en algún momento de la proyección, se puede expresar de forma porcentual (100% de la capacidad) o de forma absoluta (cantidad de unidades producidas). Luego, la capacidad utilizada va a depender del comportamiento del mercado (Lic.Rodriguez pag33, 2009).

2.2.5 Definición de Estudio Administrativo.

Un estudio administrativo establecerá para toda empresa las herramientas necesarias para su óptimo funcionamiento, ya que consiste en que la organización determine aspectos relevantes en su proceso.

A considerar una organización con su estudio bien planteado presentara componentes como planificación estratégica enfoque y marco legal, aspectos laborales, seguridad, procesos de reclutamiento. Así mismo, el estudio le permitirá obtener información detallada y precisa de los aspectos organizacionales, prever posibles riesgos, determinar procesos administrativos, fiscales, laborales, RSE, y todos los tomados dentro del estudio.

2.2.6 Definición de Estudio Financiero.

Este estudio analiza la sostenibilidad del proyecto, toma como base sus recursos económicos disponibles, base de producción, inversión, ingresos. Para Blanco (2007), este estudio se construye con la información resultante del estudio de mercado, estudio técnico y la transforma en valores, es por ello que el objetivo principal de este estudio es organizar y procesar la información que se tiene para la obtención de resultados que sirvan de base para su evaluación (Lic.Rodriguez pag35, 2009).

El mismo autor dice que para este estudio financiero, es relevante tener en cuenta los aspectos como la inversión, infraestructura, materia prima, nomina, proveedores a terceros, amortización, gastos de fabricación, producto final.

Así como también la importancia de la contabilidad de Costos, por medio del cual se registran, analizan e interpretan los detalles de costos del material, mano de obra, como es mencionada anteriormente, cargos por outsourcing que son los costos ajenos a la producción, pero indirectamente involucrados para producir y vender un artículo en la organización.

2.3 Marco Conceptual

Para comprender el direccionamiento estratégico de la idea de negocio se han tomado como base una serie de conceptos claves en el sector del calzado al igual que el tema de emprendimiento, a tal finalidad de lograr lo propuesto en los objetivos, un desarrollo y una ejecución óptima al grupo de interés.

Análisis administrativo: Nivel de preparación a las formas de organización que va adoptar el negocio, es decir su jerarquización y las actividades de cada una de las áreas que compone la empresa, según Fayol (1916) el proceso administrativo se compone de 4 etapas que son: planificar, organizar, dirigir y controlar (Fayol, 1916).

Aceptabilidad: Refiere según Beaugrande y Dressler, (1997) representa la capacidad para que “algo” sea aceptado, el nivel, la probabilidad, actitud del receptor. En determinados contextos puede funcionar como sinónimo de “favorabilidad” (Beaugrande y Dressler (1997)pag 16, 2004).

Análisis de factibilidad económico: Según Varela, posibilidades de lograrse un proyecto, se refiere a aquellos cálculos de costes e ingresos esperados en la idea de negocio, rendimientos, entre otros para establecer si económicamente el proyecto es viable y seguro para ser exitoso (R Luna pag 3, 2001).

Artesanías de Colombia: Rasgo que identifica al país en un proceso que involucra una serie de métodos y técnicas de elaboración tradicionales y principalmente manuales, con escaso empleo de maquinaria en la fabricación (Artesanías de Colombia, 1964).

Plan de negocio: Esbozo integral de una idea de negocio, donde se especifica de forma clara el plan de emprendimiento a seguir (Anónimo, 2021).

Proveedores: Refiere a personas o empresas que suministran los bienes, materia o servicios que una organización necesita para producir lo que vende (L Vega pag 1, 2014).

Ventaja competitiva: En este caso, refiere a la condición favorable que obtienen las empresas al realizar actividades de manera más eficaz, permite crear un mayor valor para los compradores y obtener un sobreprecio. Es gozar de forma directa o indirecta un valor adicional a la idea de negocio. “la base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria es la ventaja competitiva sostenible” (M Porter, 1985)

Comercialización: Se describe como conjunto de actividades desarrolladas por las personas, dirigidas a satisfacer necesidades y deseos a través del proceso de intercambio y satisfacción del cliente. Es la planificación para el mercadeo del producto adecuado (Francisco Gómez Rondón pag 7, 1993).

Consumidor: Personas o institución que adquiere algún bien o contrata algún servicio, mediante el pago de un precio, para satisfacer sus necesidades o las de su grupo familiar (Solomon, 2014).

Emprendimiento: Es el proceso de desarrollo de un proyecto, diseñar o administrar una idea, que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación (Drucker, 1985).

Tejido: Arte manual entrelazado de hilos dando forma a la confección de lo que se quiere armar (H Morales pag 30, 2014).

Análisis técnico: Según Pring (1991), señalaba que es el arte que tiene por objeto identificar un cambio de tendencia con anterioridad suficiente para poder tomar una posición en favor de ella hasta que los hechos prueben que dicha tendencia ha vuelto a cambiar (J Dominguez pag 10, 2014).

Encuesta: Una de las técnicas de recolección de información y datos más usadas, se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas bien sea cualitativo o cuantitativo (I Thompson, 2006).

Estructura Organizacional: Es la división de todas las actividades de una empresa que se agrupan para formar áreas o departamentos, estableciendo autoridades, que a través de la organización y coordinación buscan alcanzar objetivos (Merton pag 8, 2019).

Producto: Refiere a un objeto producido o fabricado, algo material que se elabora de manera natural o industrial mediante un proceso, para el consumo o utilidad de los individuos (McCarthy-Perrault, 1996).

La evaluación de impacto ambiental (EIA) es un procedimiento por el que se identifican y evalúan los efectos de ciertos proyectos sobre el medio físico y social. La Declaración de Impacto Ambiental (DIA) es el documento oficial que emite el órgano ambiental al final del procedimiento de EIA, que resume los principales puntos del mismo y concede o deniega la aprobación del proyecto desde el punto de vista ambiental (EIA, 2007).

Servicios personalizados: Se basa en el diseño estructurado y especializado en las necesidades individuales de los consumidores o agrupaciones de estos, con características casi idénticas a fin de satisfacerlas de la forma más precisa, acertada y concreta posible (A Frias, 2006).

Plantilla (insumo): Pieza con que interiormente se cubre la planta del calzado (J Perez- Merino, 2010).

Suela (insumo): Material incorporado en la elaboración del calzado, la cual se encuentra ubicada en la parte inferior del mismo de tipo crupón (cuero) y neo lite (sintético) (M Romero pag 42, 2010).

Modelaje del calzado: Técnica que se encarga del corte y diseño del zapato, elaborado por personas especializadas en este campo (M Romero pag 41, 2010).

Innovación: Capacidad continuada que todos tienen para generar novedad eficiente con miras a incrementar la rentabilidad, y generar sostenibilidad de la organización en el tiempo (L Nieto, 2012).

Marketing mix: Estrategias de mercadeo basadas en producto, precio, plaza o distribución y promoción (4P) necesarias para el desarrollo del proyecto de emprendimiento (Mc Carthy, 1960).

Mercado: conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio (Kloter, 2005).

Productividad: Es una medida eficiente que puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados como resultado de la capacidad de la empresa (H Gantt, 1913).

Nivel de inversión: Es un término económico, donde interviene la palabra ahorro, es un acto de que sugiere un beneficio a futuro. Una inversión es una cantidad limitada de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones, con la finalidad de que se incremente con las ganancias que genere ese proyecto empresarial (BBVA, 2018).

Base económica: En toda región se constituye como la fuerza de sostenimiento para una población, sus respectivos factores productivos, la explotación de ingresos a una familia, nivel de empleo, también la oferta y la demanda que una población se encuentre, siendo así la fuerza de suplir todas sus necesidades (Marx, 1946).

2.4 Marco Legal

Ley 550 de 1999: Establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial y la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas y lograr el desarrollo armónico de las regiones.

Artículo 2: Fines de la intervención del estado en la economía. El Estado intervendrá en la economía conforme a los mandatos de la presente ley, en el marco de lo dispuesto en los artículos 334 y 335 de la Constitución Política, para los siguientes fines: 1. Promover la reactivación de la economía y el empleo mediante la reestructuración de empresas pertenecientes a los sectores productivos de la economía, tales como el agropecuario, el minero, el manufacturero, el industrial, el comercial, el de la construcción, el de las comunicaciones y el de los servicios

Ley 789 de 2002: Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo.

Artículo 2º: subsidio al empleo para la pequeña y mediana empresa. Como mecanismo de intervención en la economía para buscar el pleno empleo, créase el subsidio temporal de empleo administrado por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social como mecanismo contracíclico y

de fortalecimiento del mercado laboral dirigido a las pequeñas y medianas empresas, que generen puestos de trabajo a jefes cabeza de hogar desempleados.

Ley 905 de 2004: Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana.

Artículo 1: literal b) Estimular la promoción y formación de mercado altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes.

Ley 1014 de 2006: De fomento a la cultura del emprendimiento empresarial.

Artículo 2°. Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto:

a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley.

b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas.

c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas.

d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo.

e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento.

f) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas.

g) Propender por el desarrollo productivo de los micros y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo.

h) Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y clusters productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo.

i) Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial.

j) Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

Artículo 12. Objetivos específicos de la formación para el emprendimiento. Son objetivos específicos de la formación para el emprendimiento:

a) Lograr el desarrollo de personas integrales en sus aspectos personales, cívicos, sociales y como seres productivos; b) Contribuir al mejoramiento de las capacidades, habilidades y destrezas en las personas, que les permitan emprender iniciativas para la generación de ingresos por cuenta propia.

Ley 67 de 1979: Por el cual se dictan las normas generales a las que deberá sujetarse el presidente de la República para fomentar las exportaciones a través de las sociedades de comercialización internacional y se dictan otras disposiciones para el fomento del comercio exterior.

Artículo primero: Con el fin de fomentar las exportaciones de conformidad con los términos de la presente Ley y en desarrollo del ordinal 22 del artículo 120 de la Constitución Nacional, el Gobierno podrá otorgar incentivos especiales a las sociedades nacionales o mixtas que tengan por objeto la comercialización de productos colombianos en el exterior. Entre sus actividades dichas compañías podrán contemplar también la importación de bienes o insumos, bien sea para abastecer el mercado interno o para la fabricación de productos exportables.

Ley 1258 de 2008: Por medio de la cual se crea la Sociedad por Acciones Simplificada.

Artículo 1°. Constitución.- La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

Ley 2069 de 2020: Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia.

Artículo 1. Objeto. La presente Ley tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad.

Ley 1780 de 2016: "Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones."

Artículo 2. Pequeña Empresa Joven. Para los efectos de la presente Ley se entiende por pequeña empresa joven la conformada por personas naturales o jurídicas que cumplan con las condiciones definidas en el numeral primero del artículo 2 de la Ley 1429 de 2010.

Artículo 8. Promoción de empleo y emprendimiento juvenil. Las entidades del Estado que administren y ejecuten programas de emprendimiento, en el marco de la Política Nacional de Emprendimiento, fortalecerán su presencia institucional para incentivar y promover el empleo y el emprendimiento juvenil, con especial énfasis en la ruralidad, minorías étnicas del país y jóvenes inmersos en el proceso de post conflicto.

Ley 1955 de 2019: "Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 “pacto por Colombia, pacto por la equidad”.

Artículo 3°. Pactos del plan nacional de desarrollo. El Plan Nacional de Desarrollo está compuesto por objetivos de política pública denominados pactos, concepto que refleja la importancia del aporte de todas las facetas de la sociedad en la construcción de una Colombia equitativa.

2: Emprendimiento: Sobre el sustento de la legalidad, el Plan plantea expandir las oportunidades de los colombianos a través del estímulo al emprendimiento, la formalización del trabajo y las actividades económicas, y el fortalecimiento del tejido empresarial en las ciudades y en el campo.

X. Pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la economía naranja. Todos somos cultura: la esencia de un país que se transforma desde los territorios. Colombia naranja: desarrollo del emprendimiento de base artística, creativa y tecnológica para la creación de nuevas industrias.

Artículo 162°. Emisiones para pequeñas y medianas empresas. El Gobierno nacional creará un modelo de emisiones de acciones e instrumentos de crédito, hasta 584.000 unidades de valor tributario - UVT por cada emisor, para pequeñas y medianas empresas, en el cual se establecerán condiciones que faciliten su proceso de emisión. Así mismo, serán negociados a través de un sistema autorizado por la Superintendencia Financiera de Colombia, al cual concurrirán inversionistas y emisores, para efectuar operaciones primarias y secundarias de compra y venta. El Gobierno nacional reglamentará la materia.

Artículo 179°. Áreas de desarrollo naranja. Se entiende por Áreas de Desarrollo Naranja - ADN los espacios geográficos que sean delimitados y reconocidos a través de instrumentos de ordenamiento territorial o decisiones administrativas de la entidad territorial, que tengan por objeto incentivar y fortalecer las actividades culturales y creativas previstas en el artículo 2 de la Ley 1834 de 2017.

Las ADN basadas en la oferta cultural y creativa son espacios que operan como centros de actividad económica y creativa, contribuyen a la renovación urbana y al mejoramiento del área de ubicación, crean un ambiente propicio en el que confluyen iniciativas en estos campos, fortalecen el emprendimiento, el empleo basado en la creatividad, el turismo, la recuperación del patrimonio cultural construido, la conservación medioambiental, la transferencia de conocimientos, el sentido de pertenencia, la inclusión social y el acceso ciudadano a la oferta cultural y creativa.

Ley 1735 de 2014: "Por la cual se dictan medidas tendientes a promover el acceso a los servicios Financieros transaccionales y se dictan otras disposiciones."

Artículo 7º: consulta de datos de identificación de la registraduría nacional del estado civil. Para la apertura o cualquier otro trámite relacionado con productos financieros que requiera la identificación del consumidor financiero, la Registraduría Nacional del Estado Civil pondrá a disposición de las entidades financieras y/o de los operadores de información financiera, previa solicitud de estos, la información necesaria para la verificación de la identidad de los mismos, incluyendo los códigos alfanuméricos correspondientes a la producción de los documentos de identidad

Ley 1676 de 2013: "Por la cual se promueve el acceso al crédito y se dictan normas sobre garantías mobiliarias."

Artículo 5º. Garantías mobiliarias sobre muebles adheridos o destinados a inmuebles. Podrán constituirse garantías mobiliarias sobre bienes inmuebles por adhesión o por destinación, si estos pueden separarse del inmueble sin que se produzca detrimento físico de este. Los bienes así gravados podrán ser desafectados al momento de la ejecución de la garantía.

Ley 1429 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.

Artículo 3º: focalización de los programas de desarrollo empresarial.

Dentro de los seis (6) meses siguientes a la entrada en vigencia de la presente ley, el Gobierno Nacional, bajo la coordinación del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, deberá:

a) Diseñar y promover programas de microcrédito y crédito orientados a empresas del sector rural y urbano, creadas por jóvenes menores de 28 años Técnicos por competencias laborales, técnicos profesionales, tecnólogos o profesionales, que conduzcan a la formalización y generación empresarial, y del empleo, para lo cual utilizará herramientas como: incentivos a la tasa, incentivos al capital, periodos de gracia, incremento de las garantías financieras que posee el Estado y simplificación de trámites. Jurisprudencia: Vigencia

Para el desarrollo de lo contenido en el anterior literal, la Superintendencia Financiera de Colombia o la entidad que corresponda facilitará y simplificará los trámites a los que se encuentren sujetos los establecimientos de crédito y demás operadores financieros.

b) Diseñar y promover, en el nivel central y en las entidades territoriales, el desarrollo de programas de apoyo técnico y financiero para asistencia técnica, capital de trabajo y activos fijos, que conduzca la formalización y generación empresarial, y del empleo en el sector rural.

En todo caso, los montos de los apoyos y las condiciones de reembolso estarán sometidos al logro de los objetivos previstos por el proyecto productivo o empresarial que se desarrolle. El Gobierno Nacional, en cada uno de los sectores, definirá mediante reglamento los criterios para su aplicación e implementación.

c) Diseñar y promover programas de formación, capacitación, asistencia técnica y asesoría especializada, que conduzcan a la formalización y generación empresarial, del empleo y el teletrabajo.

d) Fortalecer las relaciones entre Universidad-Empresa-Estado, fomentando en todo el país iniciativas tendientes a que estos tres sectores trabajen mancomunadamente en el desarrollo innovador en sus regiones.

e) Mejorar la ocupabilidad de los/as jóvenes, diseñando, gestionando y evaluando una oferta que contemple todas las necesidades formativas de una persona en situación de exclusión y que cubra todas las etapas que necesite para su inserción social y laboral.

Código de Comercio (1971): Permite conocer de manera clara las distintas empresas que se pueden constituir en Colombia como las: Anónimas, colectivas, en Comandita Simple o por Acciones, Limitadas, Extranjeras, de Hecho.

Artículo 10: Comerciantes - concepto – calidad: Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles.

La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona.

Artículo 19: Obligaciones de los comerciantes:. Es obligación de todo comerciante:

- 1) Matricularse en el registro mercantil;
- 2) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad;
- 3) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;
- 4) Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;
- 5) Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y
- 6) Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

Sentencia C - 448 de 2005: Declaratoria de inexecutable de las expresiones “con concepto previo favorable de la Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda” contenidas en el artículo 42 de la Ley 590 de 2000 tal como quedó modificado por el artículo 21 de la Ley 905 de 2004 “por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”.

En ejercicio de la acción pública de inconstitucionalidad, el ciudadano Carlos Alberto Castilla Murillo presentó demanda contra las expresiones “con concepto previo favorable de la Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda”, contenida en el artículo 21 de la Ley 905 de 2004 “por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”.

Sentencia C - 392 de 2007: Declaró exequible la creación de microempresas bajo el régimen de Empresas Unipersonales. III. LA DEMANDA: Estima el demandante que el enunciado normativo señalado vulnera los artículos 38 (libertad de asociación), 333 (libertad económica) y 158 (unidad de materia) de la Constitución y el artículo 16 de la Convención Americana de Derechos Humanos. Las razones que sirven de fundamento a su acusación se exponen a continuación.

En primer lugar el demandante, con base en criterios gramaticales de interpretación, precisa el alcance de la disposición demandada y asevera que de conformidad con este precepto todas las sociedades que se constituyan con cualquiera de los dos requisitos en él contemplados (menos de 11 trabajadores o con activos inferiores a 500 salarios mínimos legales vigentes) deben constituirse como empresas unipersonales, trátase de sociedades civiles o comerciales, y tanto las sociedades colectivas como las en comandita, limitadas y anónimas.

Sostiene por lo tanto que “al establecer que se constituirán con observancia de las normas propias de la Empresa Unipersonal, de acuerdo con lo establecido en el Capítulo VIII de la ley 222 de 1995, está diciendo que se constituirán obligatoriamente así y por lo tanto deberán constituirse con estricta observancia de los artículos 71 a 79 de la citada ley”

Decreto 934 de 2003: Se reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender (FE), el cual será administrado por el SENA y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales.

Artículo 7°. Criterios para la financiación de proyectos o iniciativas empresariales. En la definición de los criterios de priorización de los proyectos o iniciativas empresariales, el Consejo de Administración del Fondo deberá tener en cuenta como mínimo los siguientes criterios:

1. Número de empleos directos o indirectos generados con la iniciativa empresarial.
2. Estudio de mercado.
3. Sostenibilidad del proyecto.
4. Iniciativas empresariales que generen desarrollo en los departamentos y regiones con menor grado de crecimiento empresarial e industrial.
5. Los demás criterios de elegibilidad determinados por el Consejo de Administración.

Artículo 12. Destinación de los recursos. De conformidad con lo dispuesto en el inciso primero del artículo 40 de la Ley 789 de 2002, los recursos del Fondo Emprender - FE se dedicarán exclusivamente a financiar las iniciativas o proyectos empresariales presentados y desarrollados por los beneficiarios del mismo, de conformidad con la política del Ministerio de la Protección Social en materia de empleo, prevención, mitigación y superación de los riesgos socioeconómicos.

Describe las leyes, decretos, resoluciones y acuerdos que soportan legalmente el tema a investigar; se debe citar la parte específica de la norma legal que aplica en el problema de investigación, y debe referenciarse en la bibliografía.

3 Aspectos Metodológicos de la Investigación

3.1 Enfoque y Tipo de Estudio

Para Hernández, Fernández y Baptista (2003) afirman que los enfoques mixtos, representan el más alto nivel de integración o combinación en todo el proceso de investigación o al menos en la mayoría de sus etapas; agrega complejidad a los diseños de estudio, pero completa todas las ventajas de cada uno de los enfoques (Z Pereira P, 2011) .

La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales (H SAMPIERI, 2014)

La investigación del proyecto es de tipo mixto: cualitativo y cuantitativo con enfoque cualitativo, se tomara como bases principales cuestionarios por medio de la encuesta, así mismo conocer la viabilidad de la creación de la empresa sandalias tejidas a mano con suelas personalizadas en el municipio de Aguachica.

3.2 Diseño de la Investigación

El diseño de investigación a utilizar es de tipo **no experimental, transaccional descriptivo y de campo.**

Diseño no experimental, aunque esta cuenta con varios conceptos, el investigador se puede basar en contextos de observación sin alterar la realidad.

En el diseño transaccional descriptiva tiene como objetivo indagar la incidencia y los valores en la que se manifiestan una o más variables dentro del enfoque cuantitativo; el procedimiento consiste en medir o ubicar a un grupo de personas, objeto, situaciones, contextos, fenómenos en una variable o concepto y proporcionar su descripción (HERNANDEZ, FERNANDEZ, BAPTISTA, 2003).

En cuanto al **diseño de campo** tomamos como referencia el manual de UPEL (2006) donde conceptualiza: “es el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera

de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo” (Tesis de Investigadores, 2011).

Para esta documentación de información, es importante tener precisión en la recolección de datos de fuentes primarias y por ninguno motivo el investigador decline, altere, manipule, controle alguna información de las variables suministradas; así como también se tendrá a priori datos secundarios de historias, biografías, para lograr la construcción del marco teórico, del mismo modo los datos recolectados son la base para el logro de los objetivos y la solución al problema planteado en este proyecto.

3.3 Formulación de Hipótesis

“Las hipótesis son el centro, la medula o el eje del método deductivo cuantitativo” (SAMPIERI, 2014).

En el capítulo 6 del libro de SAMPIERI 6ta edición, metodología de la investigación, sintetiza detalladamente la importancia de la hipótesis en el estudio de un proyecto, aclarando de forma eficaz como precisar en las variables en el planteamiento del problema en el marco teórico y el alcance del estudio, guiando, proporcionando con pruebas las teorías aplicadas en el proyecto, dicho esto para la hipótesis se formula así:

El planteamiento de la propuesta y la creación del producto, a partir de las características socioculturales de la región, establece parámetros necesarios para la conformación de la empresa en el municipio de Aguachica, con características del mercado meta, calzado femenino y considerar el mercado real para la disposición del pago del producto.

No es factible crear la empresa de calzado artesanal tejida en hilo de seda con suelas personalizadas en el municipio de Aguachica Cesar.

La creación de la empresa de calzado artesanal tejido en hilo de seda con suelas personalizadas en el municipio de Aguachica traerá altos beneficios socioeconómicos y de desarrollo para la región y su cultura.

3.4 Sistema de Variables

Para la argumentación del proyecto se utilizaran las variables dependientes y las variables independientes, donde la variables dependientes deberán ser medibles ya que es lo que se

investiga en dicho proyecto y la variable independiente refiere al direccionamiento del proyecto como controlar sus efectos en el enfoque de estudio.

3.4.1 Variable independiente

Para definir las variables dependientes de la investigación se aplicara estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero para la propuesta del plan de negocio, y así definir el alcance los objetivos propuestos.

Margen de rentabilidad

Demanda del producto

3.4.2 Variable dependiente

Para las variables dependientes en el desarrollo del proyecto será preciso realizar de forma clara encuestas y entrevistas a posibles compradores de los productos, conocer el máximo de satisfacción, apoyo a los productos artesanales, y satisfacción económica.

El precio del producto

Cantidades a producir

3.5 Población, Tipo de Muestreo y Muestra

Todo proyecto debe ser claro y transparente explica Sampieri, de igual forma debe estar dispuesto a una réplica, una contestación, una crítica. Los pasos en la sistematización de la información, seleccionar la población, precisar los datos probabilísticos y no probabilísticos, definir y verificar los resultados de la muestra, deberá lograr los resultados de los objetivos aquí planteados.

Por lo tanto para definir la población se debe precisar en la unidad de muestreo y análisis para este caso, población femenina (mujeres), delimitar la población en un subgrupo de interés para la recolección de los datos y debe ser representativo de la población tomada.

La muestra viene siendo el subconjunto de la población seleccionada, lo cual será estudiada, analizada, encuestada para sacar la mayor información precisa para el desarrollo del proyecto y así sacar conclusiones necesarias para el avance del proyecto. Existen diferentes tipos de muestreo utilizados en la investigación de proyectos, como el muestreo probabilístico y el

muestreo no probabilístico que al igual cada uno cuenta con variedad de componentes que ayudan a clasificar de mejor forma la información.

En todo proyecto de investigación sus recursos son de tipo limitados, por eso se pretende tomar información, con censos, encuestas o entrevistas a una muestra y no a toda la población, así recopilar la información más sustanciosa que se adapta al propósito del proyecto.

3.5.1 Población.

Para autores como Hurtado en su repositorio (2000, pag 152) señala que “la población está constituida por el conjunto de seres en los cuales se va a estudiar el evento, y que además comparten características comunes, los criterios de inclusión” (Cvillami -Tesis Pag 98, 2011).

Asimismo Arias, el termino de población “es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación” (Cvillami (Arias 2006 pag 81), 2012).

Para la presente investigación, la población tomada serán los habitantes del municipio de Aguachica y sus alrededores, con capacidad de laborar, es importante recalcar que la propuesta creación de sandalias artesanales está dirigidas a mujeres y niñas. Según fuente Terridata DNP, Aguachica tiene un censo poblacional de mujeres en un 51,4% y hombres 48,6%; (TERRIDATA DNP, 2020), para alcanzar los objetivos de proyecto de ahí mismo será tomado la muestra donde será aplicado la recopilación de datos.

3.5.2 Método de muestreo.

Para el desarrollo de esta investigación el método probabilístico simple, se ajusta, ya que se tomara aleatoriamente de la población la muestra, para la recopilación de datos, con las encuestas realizadas a las personas que han probado el producto, a los posibles compradores, las observaciones, entrevistas analizadas.

3.5.3 Determinación de la muestra.

Para la determinación de la muestra, se tendrá en cuenta jóvenes y adultos con capacidad de laborar, especialmente de género femenino, para determinar preferencias y compra de artesanías tejidas en especial sandalias en hilo de seda.

Tomará el total de población en Aguachica, un total de 118652 habitantes, fuente Terridata DANE. Con una muestra arrojada de 383 personas.

$$n = \frac{(Z^2 * N * p * q)}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Tabla 1 Tamaño de la muestra

N	población objetivo	118.652
Z	grado de confianza	95%
p	probabilidad de éxito en el sondeo	50%
q	complemento de P =P-q	50%
E	margen de error	5%

Fuente: elaboración propia

$$n = \frac{((1,96)^2 * 118652 * 0,5 * 0,5)}{(0,05)^2(118651) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 383$$

3.6 Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información

Las fuentes y técnicas para la recolección de información refieren a los métodos que originan datos valederos y veraces para ser utilizados como datos científicos; para la investigación del proyecto se utiliza técnicas como encuestas, entrevistas, cuya función es ser aplicada en el método de investigación mixta, tanto para la obtención de datos cuantitativos como la recolección de datos cualitativos.

Para este proyecto, las fuentes son aquellas herramientas utilizadas en la información de recolección de datos de campo, aplicando la entrevista a artesana internacional, cuyo legado ha sido de objeto de inspiración, encuestas, observaciones, reuniones, opiniones, etc. así como la indagación en artesanías de Colombia, cámara de comercio local y artesanos independientes del municipio de Aguachica.

3.6.1 Fuentes de información primarias.

Según Dankhe (1986) las fuentes primarias (directas), constituyen el objetivo de la investigación bibliográfica o revisión de la literatura y proporcionan datos de primera mano; mencionando libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, tesis, documentos oficiales, conferencias, testimonios de expertos etc. (H SAMPIERI, ROBERTO, 2006).

Se definen como aquellas en las cuales el investigador obtiene información de las necesidades, los objetivos, del proyecto de estudio; esta información se puede obtener directamente de los involucrados, como un área, lugar, situación, persona, cultura etc. y se recopila mediante un trabajo de campo; por lo que es preciso diseñar la investigación de acuerdo a los objetivos plasmados y la información que se requiere obtener.

3.6.2 Fuentes de información secundaria.

Para este tipo de información se obtendrá a través de tesis, datos de artesanías de Colombia, datos de cámara de comercio local, investigaciones de universidades regionales, ministerio de comercio de industria y turismo, Terridata, fuentes bibliográficas y otros apartados de internet debidamente nombrados con derechos de autor.

3.7 Procedimiento

Luego de haber esbozado los fundamentos teóricos del método y la muestra, se procedió con técnicas de forma contextual al estudio, por ello se inicia con los pasos a seguir en cada procedimiento, el desarrollo de lo que se va a hacer, como se va a trabajar, y quienes, así como la utilización de los instrumentos de medición, las encuestas, la entrevista y posible opinión en el método del proyecto.

3.8 Análisis para el Procesamiento de la Información

En el análisis de la información se procede con una serie de pasos:

La recopilación de la información o datos, se realiza con encuesta a personas de posible interés al producto.

En la preparación de datos se da inicio a la verificación de errores hasta el descarte de información si es posible, durante el proceso y así seleccionar la información más precisa.

Para la introducción de la información se inicia con el entendimiento de los datos recopilados de forma coherente y tacita.

En el procesamiento de los datos ayuda a comprender el resultado de la información, aplicando las tabulaciones o graficas que se requieran para la comparación e interpretación de la misma, por último los datos recopilados quedan dispuestos para la utilización de otros proyectos.

4 Esquema Temático

4.1 Objetivos específico 1:

- Realizar el estudio de mercado que defina la viabilidad comercial del producto para la idea de negocio de creación de sandalias tejidas y suelas personalizadas en Aguachica, Cesar.

Determinar las condiciones de mercado para este tipo de producto artesanal en el municipio de Aguachica, teniendo en cuenta el comportamiento del producto, la demanda y los canales de distribución nacional.

4.1.1 La Demanda

Análisis del consumo del producto: En el acto propio de las artesanías en Colombia la empresa es capaz de estimar los distintos mercados donde podrá ser más atractivo la perspectiva de sus productos, el volumen que un estimado cliente podrá comprar determinara un periodo de tiempo importante para el comercio, determinando el esfuerzo de la venta en función al comercio global y la competencia en el mercado.

Cabe resaltar que la demanda encontrada se podrá distinguir en varios mercados y será necesario un marketing mix al producto, realizar una inversión para la empresa comercializadora y creadora de sandalias tejidas y suelas personalizadas, el resultado se refleja no solo en un buen desempeño comercial sino que también la naciente creación de microempresas del sector artesanal impulsando el turismo como brecha económica regional y de artesanos en Colombia y en Aguachica.

A través de las encuestas realizadas la demanda del producto en su mayoría está representada por mujeres que gustan de la moda y comodidad aunque no ha todas las personas les gusta el mismo estilo, se opta porque el fabricante dedique a realizar variedad de diseños y estilos: el

producto artesanal de calzado tejido en hilo de seda buscara proyectarse y aumentar su demanda con estrategias que impulsen su mercado como entrevistando a diferentes artesanos, empresarios locales, comercializadores de artesanías para que facilite la comercialización del producto y al mismo tiempo se requiera de un trabajo de investigación mayormente profundo.

Se quiere adoptar que el proyecto de creación y comercialización de sandalias tejidas expandas sus productos a la misma comunidad Aguachiquense así como conseguir los suministros de la materia prima en la misma región.

4.1.2 Demanda actual.

Contando que en la actualidad no se cuenta con empresas de la misma constitución económica en el municipio de Aguachica sobre la elaboración y comercialización de sandalias artesanales con suelas personalizadas tejidas en hilo de seda y notándose que el territorio está en constante crecimiento socioeconómico, se puede afirmar que la viabilidad del producto es significativamente favorable, satisfaciendo necesidades, gustos y estilos en la población que va generando condiciones de mercado si como incentivando la visita de turistas en la región.

4.1.3 Canales de distribución

Canal directo: directamente el fabricante se encarga de la venta al consumidor

4.1.4 Análisis de la competencia

Se parte de dos puntos de vista:

1. En el mercado local existe pequeñas microempresas fabricantes de calzado habitual, realizado con material sintético sandalias y calzado colegial así como deportivo. así como también productos traídos de fábricas y sobre todo de índole de importación lo cual su precio es bastante bajo en el mercado.
2. En el mercado local no hay una microempresa similar donde se elaboren sandalias artesanales con suelas personalizadas, hechas cien por ciento a mano, lo cual favorece la curiosidad por la mira turística e incentivo de microempresas locales; la gran mayoría de

artesanías existentes en el mercado local es la bisutería, aun así es importante la realización de una matriz FODA para el análisis de futuras competencias.

Tabla 2 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Mano de obra económica.	Nuevos mercados
Variedad de estilos, diseños, y colores	Nuevas tendencias en la artesanía
Materia prima a bajo costo	Ventas online
Preferencia de las mujeres por este tipo de productos	Primera tienda sandalias artesanales con suelas personalizadas en el municipio de Aguachica
DEBILIDADES	AMENAZAS
Pocos diseños vanguardistas	Competencia desleal
Falta de herramientas	Aumento de los costos de la materia prima
Pocas empresas artesanas en la región	Falta de créditos financieros
Poca experiencia en la venta del producto	Poco reconocimiento de la microempresa

Fuente: elaboración propia

4.1.5 Estrategia del producto

En este nivel de la investigación del proyecto es necesario contar con métodos y acciones que introduzcan en el mercado los productos artesanales con el fin de obtener mayor rentabilidad y posicionamiento de la marca. Con ello se deberá implementar estrategias desde el punto creativo, innovador del calzado, con diseños únicos y personalizados, será necesario pensar en la comodidad del cliente. Se inicia con un producto lo cual trata de la sandalia tejida en hilo de seda que llevara combinaciones entre piedras mórano y sintéticas dando color y brillo, también se implementara el diseño personalizado a gusto del cliente, para eventos exclusivos así como comodidad y presencia al vestir.

4.1.6 Estrategia de precio

En algunas estrategias de precios se tiene en cuenta estudios por el marketing mix, donde se debe analizar los objetivos y el mercado, las ventas determinaran los ingresos de la empresa, a medida que van creciendo y desarrollando nuevas ideas que serán clave para la dirección y para el movimiento de los precios del producto asequibles a los clientes. Se realizara uso de las promociones teniendo en cuenta que no todos los tejidos no tienen la misma complejidad de elaboración así como la suela a utilizar, en este punto también es importante mencionar el ciclo de vida del producto y la determinación de la competencia con los productos casuales, ya que las personas que en este caso las mujeres prefieren ser únicas al momento de vestir.

4.1.7 Estrategia de promoción

Conociendo las 4p del marketing, la promoción es la 4ta P más utilizada en el producto terminado ofrecido al consumidor final persuadiendo su compra. Para captar la atención de los posibles compradores, la empresa deberá llamar la atención ante sus clientes potencializando la marca, despertando el interés atractivo, generar la necesidad de compra y llevar a cabo un proceso de compra, será llamativo trabajar desde la publicidad por medio de páginas web, radio ofreciendo calidad, comodidad y tendencia.

4.1.8 Estrategia de plaza

La estrategia de plaza también llamada distribución, hace referencia a la vía o canales para dar a conocer el producto, es importante mencionar que esta estrategia consiste en usar los recursos más factibles y fáciles de aprovechar, sacando el máximo potencial a esta estrategia; aunque hay diferentes canales como distribución masiva o intensiva, distribución selectiva, distribución exclusiva, esta deberá analizar la mejor para la venta del producto.

- **Punto de venta:** Inicialmente el punto de venta es el mismo punto de fabricación, ubicado en zona urbana de Aguachica, carrera 10b # 16^a-11, del barrio brisas de Buturama.
- **Impulsador:** Se contará con personas idóneas quienes tendrán buen manejo de servicio al cliente, conocimiento en artesanía quienes mostrarán las características del producto
- **Publicidad:** Recurrir al uso de redes sociales, publicidad radial, volantes o folletos, voz a voz.

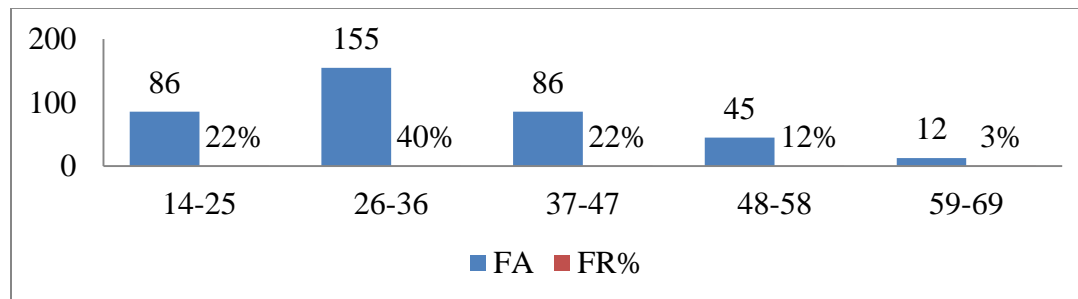
4.1.9 Aplicación de los instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de este objetivo se elaboró una encuesta como instrumento principal de recolección de información en formato google la cual fue enviado y compartida a grupos de interés así mismo se puede evidenciar en los apéndices; a continuación se presenta el análisis de los resultados de dicho instrumentos:

Pregunta numero 1: Edad:

Rango de edad	FA	FR%
14-25	86	22%
26-36	155	40%
37-47	86	22%
48-58	45	12%
59-69	12	3%
Total	383	100,00%

Figura 5 Rango de Edad



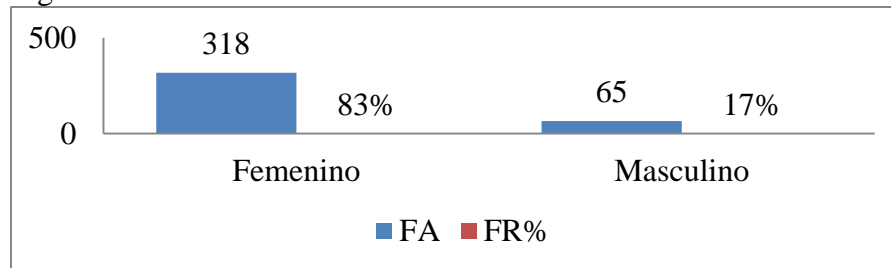
Fuente: elaboración propia

El 40% de las personas encuestadas se encuentran en un rango de edad entre los 26 hasta los 36 años, un 22% está entre los 37 y 47 años, el otro 22% está entre los 14 y 15 años, el 12% está entre los 48 y 58 años y por ultimo de 59 hasta 69 hay un 3%, debido a que la creación del producto obedece al consumo de mujeres en el rango de edad jóvenes adultas.

Pregunta numero 2: Género:

Genero	FA	FR%
Femenino	318	83%
Masculino	65	17%
Total	383	100%

Figura 6: Género



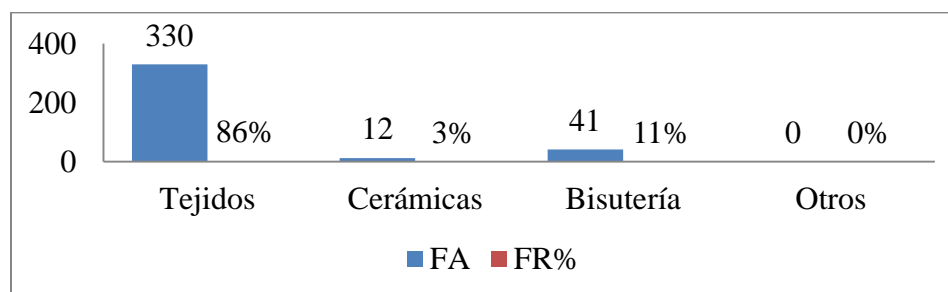
Fuente: elaboración propia

Analizando el resultado de la encuesta, se deduce que el 83% de las personas encuestadas eran mujeres y el 17% eran hombres, obedeciendo que el producto también puede ser adquirido por el género masculino.

Pregunta numero 3: ¿qué tipo de artesanía prefiere? tejidos, cerámica, bisutería, otros.

	FA	FR%
Tejidos	330	86%
Cerámicas	12	3%
Bisutería	41	11%
Otros	0	0%
Total	383	100%

Figura 7: Preferencias



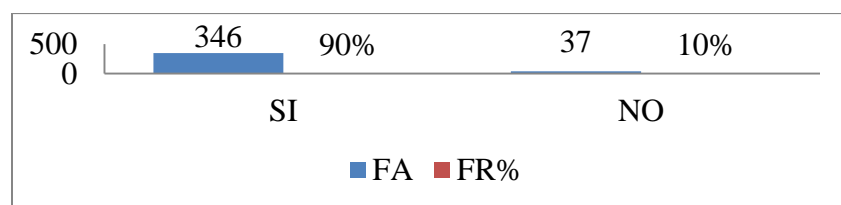
Fuente: elaboración propia

Con respecto al análisis de esta pregunta el 86% optan por artesanías en tejidos, el 11% gustan de bisutería, y el 3% de cerámicas, una vez conocido el producto.

Pregunta numero 4: ¿cuándo usted visita ferias suele comprar artesanías? si, no.

	FA	FR%
Si	346	90%
No	37	10%
Total	383	100%

Figura 8: Ferias



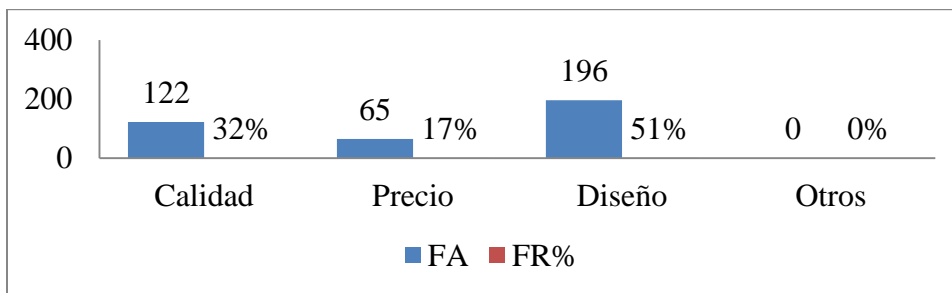
Fuente: elaboración propia

Podemos inferir que al visitar ferias artesanales el 90% de las personas encuestadas afirmaron comprar artesanía y el 10% no suelen comprar artesanías.

Pregunta numero 5: ¿cuándo usted compra artesanías que aspecto tiene en cuenta? calidad, precio, diseño, otro.

	FA	FR%
Calidad	122	32%
Precio	65	17%
Diseño	196	51%
Otros	0	0%
Total	383	100%

Figura 9: Aspecto a tener en cuenta



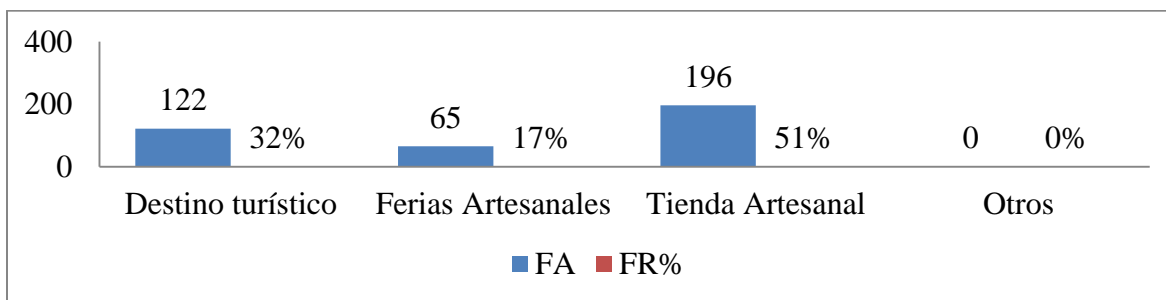
Fuente: elaboración propia

Los resultados indican que un 51% de las personas encuestadas aprecian el diseño de la artesanía, el 32% tiene en cuenta la calidad y el 17% el precio o valor del producto, resaltando la importancia del diseño en los productos artesanales.

Pregunta numero 6: ¿en qué lugar prefiere hacer compras de artesanías? ferias artesanales, destino turístico, tienda artesanal, otros.

	FA	FR%
Destino turístico	122	32%
Ferias Artesanales	65	17%
Tienda Artesanal	196	51%
Otros	0	0%
Total	383	100%

Figura 10: Lugares de compras



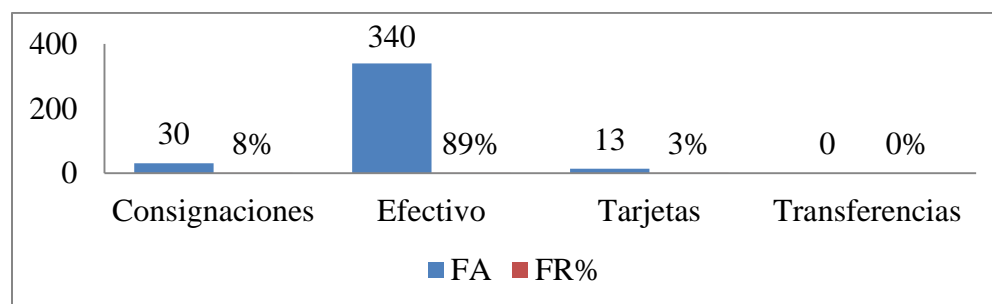
Fuente: elaboración propia

Como resultado obtenido el 51% de encuestados prefieren comprar artesanía en tiendas dedicadas a la venta de estos, un 32% en los destinos turísticos y el 17% en las ferias artesanales.

Pregunta numero 7: ¿Qué medio de pago usa para hacer su compra? efectivo, consignaciones, tarjetas, otros.

	FA	FR%
Consignaciones	30	8%
Efectivo	340	89%
Tarjetas	13	3%
Transferencias	0	0%
Total	383	100%

Figura 11: Medios de pago



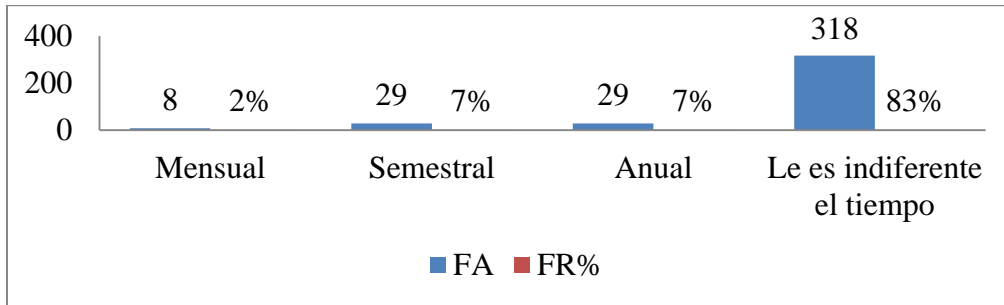
Fuente: elaboración propia

Se evidencia la facilidad de pago en efectivo con un 89% de favorabilidad, un 8% uso de consignaciones y el 3% con tarjetas bancarias.

Pregunta numero 8: ¿con que frecuencia compra usted artesanía? mensual, semestral, anual, le es indiferente el tiempo.

	FA	FR%
Mensual	8	2%
Semestral	29	7%
Anual	29	7%
Le es indiferente el tiempo	318	83%
Total	383	100%

Figura 12: Frecuencia de Compra



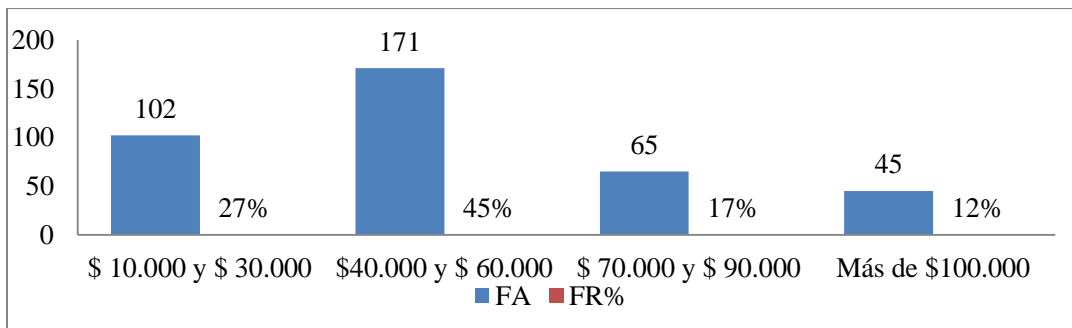
Fuente: elaboración propia

Como resultado el tiempo de compra de artesanías el 83% de encuestados le es indiferente el tiempo de adquirir estos elementos, el 17% lo hace anual otro 7% semestral y un 2% mensual.

Pregunta numero 9: ¿cuánto dinero destina usted a la compra de artesanías? 10.000 y 30.000, 40.000 y 60.000, 70.000 y 90.000, más de 100.000

	FA	FR%
\$ 10.000 y \$ 30.000	102	27%
\$40.000 y \$ 60.000	171	45%
\$ 70.000 y \$ 90.000	65	17%
Más de \$100.000	45	12%
Total	383	100%

Figura 13: Monto de dinero



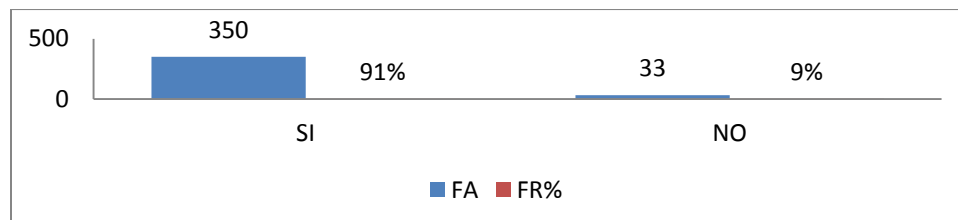
Fuente: elaboración propia

El resultado demuestra que el 45% de los encuestados invierten en artesanías desde \$40.000 hasta \$60.000 en el valor del producto, el 27% invierte desde \$10.000 hasta \$30.000, el 17% invierte desde \$70.000 hasta \$90.000 y el 12% invierte más de \$100.000 pesos en artesanías.

Pregunta numero 10: ¿le gustaría comprar sandalias artesanales? si, no.

	FA	FR%
Si	350	91%
No	33	9%
Total	383	100%

Figura 14: Compra de Sandalias



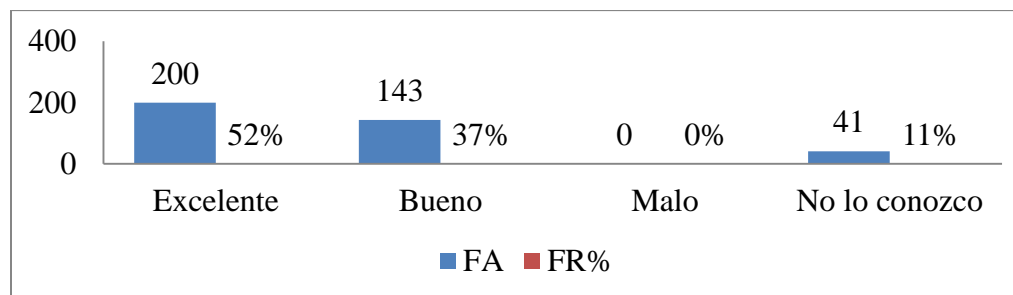
Fuente: elaboración propia

El resultado demuestra que el 91% de encuestados si estarían dispuestos a comprar las sandalias tejidas y un 9% no las comprarían por diferentes razones.

Pregunta numero 11: ¿Cómo considera los productos de nuestra empresa, sandalias tejidas? excelente, bueno, malo, no lo conozco.

	FA	FR%
Excelente	200	52%
Bueno	143	37%
Malo	0	0%
No lo conozco	41	11%
Total	383	100%

Figura 15: Consideración



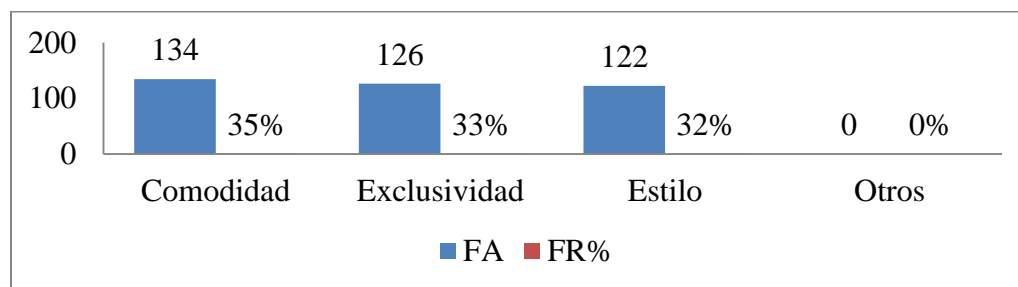
Fuente: elaboración propia

Analizando el resultado, el 52% califica el producto como excelente, el 37% lo califica como bueno y el 11% dice aun no conocerlo.

Pregunta numero 12: ¿cuál o cuáles de los siguientes aspectos le llevarías a comprar nuestros productos? exclusividad, estilo, comodidad, otro.

	FA	FR%
Comodidad	134	35%
Exclusividad	126	33%
Estilo	122	32%
Otros	0	0%
Total	383	100%

Figura 16: Aspectos



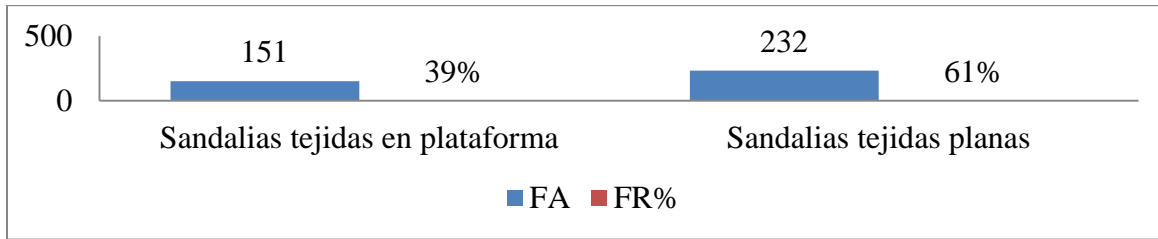
Fuente: elaboración propia

El resultado evidenciado es positivo dado que el 35% de encuestados dicen por comodidad comprarían el producto, el 33% por exclusividad y el 32% por estilo.

Pregunta numero 13: ¿qué tipo de sandalias artesanales tejidas le gustaría comprar? sandalias tejidas planas, sandalias tejidas en plataforma.

	FA	FR%
Sandalias tejidas en plataforma	151	39%
Sandalias tejidas planas	232	61%
Total	383	100%

Figura 17: Calidad



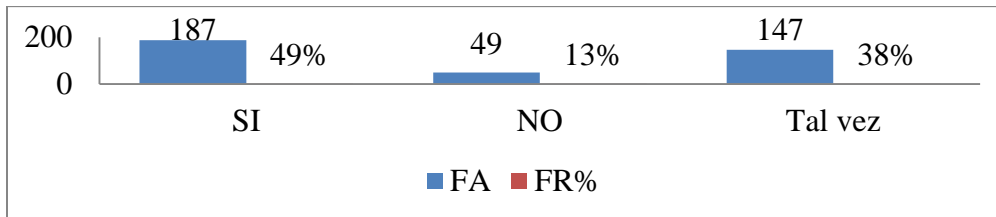
Fuente: elaboración propia

El resultado de la pregunta pone en un 61% el favoritismo por las sandalias tipo plana y un 39% en plataforma, obedeciendo esta novedad a la comodidad.

Pregunta numero 14: ¿estaría dispuesto en comprar sandalias artesanales tejidas en medios virtuales? si, no.

	FA	FR%
Si	187	49%
No	49	13%
Tal vez	147	38%
Total	383	100%

Figura 18: Disposición de Compra



Fuente: elaboración propia

Analizando el resultado, el 49% de la población encuestada si estaría dispuesta en comprar las sandalias tejidas, un 38% duda en la compra y un 13% no las compraría.

Análisis

Con el desarrollo de este objetivo se ha demostrado que Aguachica es un municipio que va en crecimiento y se pueden generar grandes oportunidades, como resultado de aceptación del estudio de mercado aplicado en el municipio sobre la creación y comercialización de sandalias

tejidas en hilo de seda con suelas personalizadas, cabe mencionar que también se reunieron opiniones sobre las posibles potentes consumidoras del producto haciendo sugerencias con diversidad de gustos al producto. Gracias a la aplicación de este estudio se evidencia que si es posible llevar a cabo la ejecución de este proyecto trabajando con empeño y dedicación para hacer las cosas bien.

4.2 Objetivos específico 2:

- Establecer el estudio organizacional – legal que permita el correcto funcionamiento para la idea de negocio de creación de sandalias tejidas y suelas personalizadas en Aguachica, Cesar.

En el presente estudio tiene como finalidad establecer la estructura de la organización, sus valores, misión, visión, políticas donde servirá para identificar los perfiles y roles de los funcionarios que integran la empresa.

4.2.1 Razón social

El nombre que se ha designado a la empresa es “SANDALUZ” Tejiendo Sueños, lo cual será una empresa de sociedad económica unipersonal.



4.2.2 Misión

Somos una empresa artesanal con diseños únicos en los tejidos del calzado de calidad y a precios asequibles.

4.2.3 Visión

Para el año 2030 ser una de las empresas más reconocida en artesanías de calzado en la región de Aguachica y todo el departamento del Cesar.

4.2.4 Valores corporativos

Trabajo en equipo: la unión de manos emprendedoras que se esmeran por un día mejor, hacen de nuestros productos un resultado único.

Responsabilidad: se inicia con el acto de reconocer el error en cada uno de nosotros y reconociendo las metas propuestas.

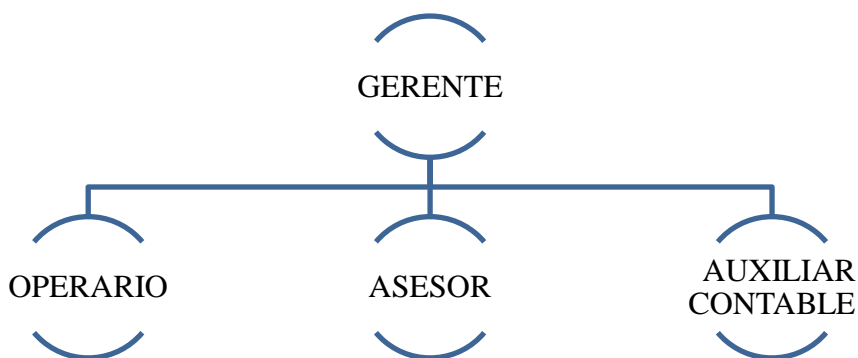
Compromiso: el compromiso esta con los tiempos adversos, nuestras familias y nuestros clientes quienes son pilares para el crecimiento de la empresa.

4.2.5 Política de calidad

La empresa se compromete a brindar productos artesanales de la mejor calidad garantizando su creación y tejidos cien por ciento hechos a mano, con diseños exclusivos que satisfagan las expectativas y necesidades del cliente.

4.2.6 Estructura organizacional

Figura 19. Organigrama proyectado a 5 años



Fuente: elaboración propia

La organización estaría integrada por 5 personas, respecto al tema de pagos de nómina, y la vinculación del personal se ve reflejada en el desarrollo del objetivo financiero.

Tabla 3 Manual de funciones Gerente

Manual de funciones	
Cargo:	Gerente
Nivel:	Directivo
Número de cargos	1
Funciones	
· Llevar a cabo los procesos administrativos de acuerdo a las necesidades de la empresa.	
· Liderar tareas, nombrar y remover cargos.	
· Supervisar procesos y hacer presencia legal de la empresa.	
· Diseñar estrategias de ventas, marketing.	
· Capacitar y empoderar a los empleados con actividades y cursos que vayan en funcionamiento con la empresa.	
· Tomar decisiones con capacidad de solución y posicionamiento de la marca.	
· Cualquier exigencia competitiva en el mercado necesaria para el cumplimiento de metas y objetivos.	
Perfil profesional:	
· Profesional En Admiración De Empresas	
Competencias:	
· Gerencia administrativa y de calidad	
· Desarrollo y procesos	
· Fundamento de la admiración	
Experiencia Laboral:	
Mínimo 6 meses como administrador de empresas	

Fuente: elaboración propia

Tabla 4 Manual de funciones Operativos

Manual de funciones	
Cargo:	Operaciones
Nivel:	Operativo
Número de cargos	1
Funciones	
Operar equipos y herramientas de trabajo de acuerdo a sus conocimientos	
Reportar cualquier anomalía en las actividades	
Asistir a capacitaciones	
Diseñar estrategias de ventas, marketing.	

Aplicar procesos de elaboración de productos
Perfil profesional:
Técnico en calzado
Bachiller
Competencias:
Bachiller
Experiencia Laboral:
Empírico conocimiento en artesanías.

Fuente: elaboración propia

Tabla 5 Manual de funciones Asesor comercial

Manual de funciones	
Cargo:	Asesores comerciales (ventas)
Nivel:	Asistencial
Número de cargos	1
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Atender clientes que se acerquen al punto de venta, brindarles asesoría y buena atención. • Asistir a capacitaciones programadas con la empresa. • Cumplir con las actividades asignadas. • comunicar oportunamente cualquier novedad que se presente al jefe inmediato. • Mantener actualizado base de ventas. 	
Perfil profesional:	
Técnico en servicio al cliente	
Bachiller	
Competencias:	
complementario en servicio al cliente	
Experiencia Laboral:	
<ul style="list-style-type: none"> • Empírico conocimiento en ventas, servicio al cliente y artesanías. 	

Fuente: elaboración propia

Tabla 6 Manual de funciones Auxiliar contable

Manual de funciones	
Cargo:	Auxiliar contable.
Nivel:	Asistencial
Número de cargos	1
Funciones:	
·	Deberá organizar la documentación contable de la empresa.
·	Liquidar nomina mensualmente.
·	Registrar novedades contables.
·	y demás inherentes a su cargo, asignadas por el jefe inmediato.
Perfil profesional:	
·	Técnico en contabilidad
Competencias:	
·	Complementario en manejo de la información.
Experiencia Laboral:	
Mínimo 3 meses como auxiliar contable	

Fuente: elaboración propia

Análisis.

Con la ejecución del estudio administrativo se pudo establecer la capacidad operativa de la empresa, con el fin de conocer y evaluar las fortalezas y debilidades que esta pueda tener al iniciar el proyecto, definiendo su estructura, el manejo, composición organizacional, la inversión, apuntando al desarrollo de los objetivos y metas planteadas.

4.3 Objetivos específico 3:

- Desarrollar el estudio técnico que indique la localización, tamaño, herramientas y demás elementos necesarios para la el desarrollo de sus actividades.

El estudio técnico tiene como finalidad determinar el tamaño de la empresa, su ubicación, capacidad, identificar las herramientas, equipos y materia prima que se debe utilizar correspondientes al proceso de producción y de inversión de la misma.

4.3.1 Tamaño de la empresa

La clasificación de la empresa estará en el tamaño de microempresa dado que su grupo de conformación es menos de 5 personas y menos de los 5smly en Colombia.

4.3.2 Ubicación de la empresa

La empresa estaría ubicada en una zona de fácil acceso en la zona urbana de Aguachica, lugar donde se podrá desarrollar todas las actividades de emprendimiento con total tranquilidad y comodidad, con espacios amplios, buena iluminación y ventilación ya que son fundamentales para un trabajo armonioso que se verá reflejado en los productos.

4.3.3 Localización de la empresa

Macro Localización: La empresa estará ubicada en el municipio de Aguachica es un punto estratégico por el tránsito de turistas a las costas y centro del país, teniendo presente el crecimiento demográfico del municipio y los apoyos a los nuevos emprendimientos que son base de sostenimiento para una economía regional.

Micro Localización: Analizando la geografía territorial del municipio así como su ámbito socioeconómico, un buen punto estratégico es hacia la zona centro cerca al terminal terrestre.

Muebles, Equipos: La empresa contará con muebles, planta, equipos y enseres que serán necesarios para el funcionamiento y desarrollo de las actividades.

Tabla 7 Maquinaria y Equipo

Maquinaria y equipo					
Descripción	cantidad	valor unitario	valor total	Vida útil/ años	Depreciación
alicates	2	\$ 7.000	\$ 14.000	5	\$ 2.800
tijeras	2	\$ 3.000	\$ 6.000	5	\$ 1.200
tabla de soporte	2	\$ 3.000	\$ 6.000	5	\$ 1.200
pistola para silicona	1	\$ 5.000	\$ 5.000	5	\$ 1.000
pies de medida	2	\$ 30.000	\$ 60.000	5	\$ 12.000
pies de presentación	4	\$ 5.000	\$ 20.000	5	\$ 4.000
cinta métrica	2	\$ 2.000	\$ 4.000	5	\$ 800
agujas	12	\$ 200	\$ 2.400	5	\$ 480
Total			\$ 117.400,00		\$ 23.480,00

Fuente: creación propia

Tabla 8 Muebles y enseres

Muebles y enseres					
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total	vida útil/año	Depreciación
Vitrina exhibidora	12	\$ 24.000	\$ 288.000	5	\$ 57.600
Exhibidor	1	\$ 120.000	\$ 120.000	5	\$ 24.000
Total			\$ 408.000		\$ 81.600

Fuente: creación propia

Tabla 9 Mano de obra

Gastos de personal						
Cargo	cantidad	Tipo de contratación	Sueldo	Aux transporte	Total mes	Anual
Gerente	1	Contrato de trabajo	\$ 1.500.000		\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
Contador	1	Honorarios	\$ 500.000		\$ 500.000	\$ 6.000.000
Total gastos administración			\$ 2.000.000	\$ 0	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
Área operativa						
Operarios	2	Contrato de trabajo	\$ 2.000.000	\$ 234.344	\$ 2.234.344	\$ 26.812.128
auxiliar de mercadeo y ventas	1	Contrato de trabajo	\$ 700.000	\$ 117.172	\$ 817.172	\$ 9.806.064
Total operativos			\$ 2.700.000	\$ 351.516	\$ 3.051.516	\$ 36.618.192
			\$ 4.700.000		\$ 5.051.516	\$ 60.618.192
Comisión vendedor	5,00%	en ventas			\$ 953.790,80	\$ 11.445.489,62
Total gastos de personal						\$ 72.063.682

Fuente: creación propia

Tabla 10: Prestaciones Sociales

Prestaciones sociales							
Cargo	cantidad	cesantías	interés cesantías	prima de servicio	vacaciones	total	total anual
Gerente	1	\$ 125.000	\$ 15.000	\$ 125.000	\$ 62.500	\$ 327.500	\$ 3.930.000
secretaria	1	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total administración		\$ 125.000	\$ 15.000	\$ 125.000	\$ 62.500	\$ 327.500	\$ 3.930.000
Operarios	2	\$ 186.195	\$ 22.343	\$ 186.195	\$ 83.333	\$ 478.067	\$ 5.736.809
Auxiliar de mercadeo	1	\$ 68.098	\$ 8.172	\$ 68.098	\$ 29.167	\$ 173.534	\$ 2.082.405
Total operativo		\$ 254.293	\$ 30.515	\$ 254.293	\$ 112.500	\$ 651.601	\$ 7.819.214
Total							\$ 11.749.214

Fuente: creación propia

Tabla 11 Seguridad Social

Seguridad social y caja de compensación						
Cargo	cantidad	Pensión	ARL	Parafiscales	Total	Total anual
Gerente	1	\$ 180.000	\$ 7.830	\$ 60.000	\$ 247.830	\$ 2.973.960
secretaria	1	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total administración						\$ 2.973.960
Operarios	2	\$ 240.000	\$ 10.440	\$ 80.000	\$ 330.440	\$ 3.965.280
Auxiliar de mercadeo	1	\$ 84.000	\$ 3.654	\$ 28.000	\$ 115.654	\$ 1.387.848
Total operativo						\$ 5.353.128
Total						\$ 8.327.088

Fuente: creación propia

Tabla 12 Servicios públicos

Servicios públicos		
Detalle	Mensual	Anual
Agua	\$ 40.000	\$ 480.000
Energía eléctrica	\$ 6.200	\$ 74.400
Internet	\$ 60.000	\$ 720.000
celular	\$ 60.000	\$ 720.000
Página Web		\$ 0
Total	\$ 166.200	\$ 1.994.400

Fuente: creación propia

Tabla 13 Gastos Generales

Gastos generales		
Detalle	Total mes	Total anual
Arrendamiento	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Útiles de papelería	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Total	\$ 400.000	\$ 4.800.000

Fuente: creación propia

Tabla 14 Gastos Pre operacionales

Gastos Pre operaciones	
Descripción	Total
registro mercantil	\$ 254.000
Celular	\$ 450.000
Publicidad Lanzamiento	\$ 200.000
Total	\$ 904.000

Fuente: creación propia

4.3.4 Tamaño de la empresa

Dimensión del mercado: el objetivo principal del proyecto es proponer un “plan de negocio y comercialización de sandalias artesanales tejidas a mano en hilo de seda y suelas personalizadas en el municipio de Aguachica Cesar”.

Capacidad financiera: Se contara con un capital propio y primado de índole familiar, para el funcionamiento de la empresa, compra de materiales.

Capacidad administrativa: por ser un proyecto artesanal se contara con personas conocedoras en la materia de emprendimiento, con alma de superación y arraigados a los valores organizacionales.

Inventario de productos: los productos a ofrecer inicialmente en el emprendimiento son sandalias tejidas tres puntadas, se busca material para la creación de sandalias en plataformas y otras ideas que están enlazadas con el tejido en hilo de seda, se mostrará algunas fotos de productos ya elaborados y vendido.

Tabla 15: Inventario de Productos

Sandalia Tejida	Características	Sandalia Tejida	Características
	Hilo de seda en colores amarillo, azul y rojo, perlas sintéticas amarillas, suela color negro		Hilo se seda color naranja, perlas sintéticas negras y naranja, perlas murano color naranja, suela color café
Sandalia Tejida	Características	Sandalia Tejida	Características

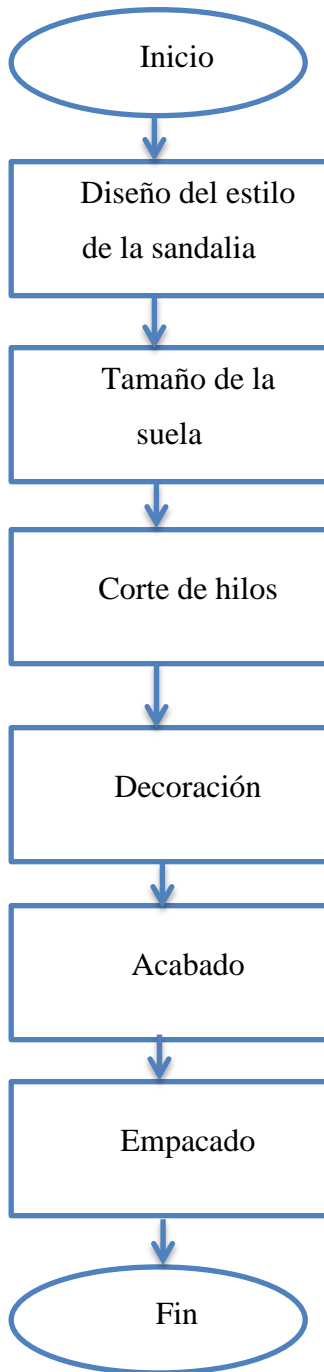
	<p>Hilo de seda en color rojo, piedras sintéticas perladas, suela color blanco</p>		<p>Hilo de seda en color rosado, decoración, suela color negro</p>
<p>Sandalia Tejida</p>	<p>Características</p>	<p>Sandalia Tejida</p>	<p>Características</p>
	<p>Hilo de seda en color hueso, piedras sintéticas perladas, suela color blanco</p>		<p>Hilo de seda en color blanco, piedras sintéticas perladas y rojas, suela color blanco</p>
<p>Sandalia Tejida</p>	<p>Características</p>	<p>Sandalia Tejida</p>	<p>Características</p>
	<p>Hilo de seda en color verde, decorado en hojas suela color negro</p>		<p>Hilo de seda en color naranja y negro, piedras sintéticas, suela color negro</p>
<p>Sandalia Tejida</p>	<p>Características</p>	<p>Sandalia Tejida</p>	<p>Características</p>
	<p>Hilo de seda en color azul, piedras sintéticas perladas y azul cielo, suela color negro</p>		<p>Hilo de seda en color azul, piedras sintéticas naranja, suela color negro</p>
<p>Sandalia Tejida</p>	<p>Características</p>	<p>Sandalia Tejida</p>	<p>Características</p>

	<p>Hilo de seda en color rojo, piedras sintéticas perladas, suela color negro</p>		<p>Hilo de seda en color morado, piedras sintéticas perladas, suela color negro</p>
<p>Sandalia Tejida</p>	<p>Características</p>	<p>Sandalia Tejida</p>	<p>Características</p>
	<p>Hilo de seda en color morado, piedras sintéticas brillantes, suela color negro</p>		<p>Hilo de seda en color coral, piedras en murano, suela color negro</p>
<p>Sandalia Tejida</p>	<p>Características</p>	<p>Sandalia Tejida</p>	<p>Características</p>
	<p>Hilo de seda en color amarillo, piedras sintéticas, suela color negro</p>		<p>Hilo de seda en color café, piedras sintéticas brillantes, suela color café</p>

Fuente: Elaboración Propia

Figura 20: Flujo grama de procesos

Flujo grama de procesos



Fuente: Elaboración Propia

Análisis:

Como resultado del estudio técnico se puede establecer que no hay impedimento para la producción y elaboración de la sandalia tejida en hilo de seda, el tamaño de la empresa es viable teniendo en cuenta que los primeros 5 años será conformada por 5 personas y que podrá ir creciendo a medida que va avanzando en el tiempo; es óptimo su ubicación ya que el municipio de Aguachica cuenta con una localización altamente estratégica y se podrá laborar y comercializar con tranquilidad en el proceso artesanal cumpliendo de igual forma con las leyes de comercio del país; la materia prima a utilizar es fácil de conseguir en el mercado ya que el hilo con el que se teje el producto es comercial y utilizado en diferentes tipos de artesanías. El proyecto inicia con aportes privados, préstamo y aporte de socios, la ventaja de este tipo de proyecto es que tratándose de índole artesanal podrá participar con entidades lo cual logre obtener patrocinios financieros para su crecimiento; desde la puesta en marcha hasta su primer año en funcionamiento se deberá ver reflejado el esfuerzo, el compromiso y la disciplina en el funcionamiento y administración del proyecto del mismo modo incentivando el crecimiento económico local y a más personas en emprender sus propios negocios.

4.4 Objetivos específico 4:

- Elaborar el estudio financiero para atender las necesidades de puesta en marcha del plan de negocio.

Todo estudio financiero de un proyecto deberá visualizar los recursos económicos para la ejecución del mismo, en este caso se calcula la inversión, los gastos, el total del proceso de producción proyectada, la viabilidad, los riesgos con el fin de desestimar pérdidas o fracasos en el camino, se deberá tener clara la planeación estratégica, los objetivos y las metas a cumplir para que el resultado del estudio aterrice con lo elaborado.

4.4.1 Activos fijos

Corresponde a las herramientas, equipos que son necesarios para el funcionamiento de la empresa de artesanías.

Tabla 16: Maquinaria y Equipo

Maquinaria y equipo					
Descripción	cantidad	valor unitario	valor total	Vida útil/ años	Depreciación
alicates	2	\$ 7.000	\$ 14.000	5	\$ 2.800
tijeras	2	\$ 3.000	\$ 6.000	5	\$ 1.200
tabla de soporte	2	\$ 3.000	\$ 6.000	5	\$ 1.200
pistola para silicona	1	\$ 5.000	\$ 5.000	5	\$ 1.000
pies de medida	2	\$ 30.000	\$ 60.000	5	\$ 12.000
pies de presentación	4	\$ 5.000	\$ 20.000	5	\$ 4.000
cinta métrica	2	\$ 2.000	\$ 4.000	5	\$ 800
agujas	12	\$ 200	\$ 2.400	5	\$ 480
Total			\$ 117.400,00		\$ 23.480,00

Fuente: creación propia

Tabla 17 Muebles y enseres

Muebles y enseres					
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total	vida útil/año	Depreciación
Vitrina exhibidora	12	\$ 24.000	\$ 288.000	5	\$ 57.600
Exhibidor	1	\$ 120.000	\$ 120.000	5	\$ 24.000
Total			\$ 408.000		\$ 81.600

Fuente: Creación Propia

4.4.2 Gastos

Hace referencia a los pagos adicionales que la empresa debe pagar para su total funcionamiento.

Tabla 18 Mano de obra

Gastos de personal						
Cargo	cantidad	Tipo de contratación	Sueldo	Aux transporte	Total mes	Anual
Gerente	1	Contrato de trabajo	\$ 1.500.000		\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
Contador	1	Honorarios	\$ 500.000		\$ 500.000	\$ 6.000.000
Total gastos administración			\$ 2.000.000	\$ 0	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
Área operativa						
Operarios	2	Contrato de trabajo	\$ 2.000.000	\$ 234.344	\$ 2.234.344	\$ 26.812.128
auxiliar de mercadeo y ventas	1	Contrato de trabajo	\$ 700.000	\$ 117.172	\$ 817.172	\$ 9.806.064
Total operativos			\$ 2.700.000	\$ 351.516	\$ 3.051.516	\$ 36.618.192
			\$ 4.700.000		\$ 5.051.516	\$ 60.618.192
Comisión vendedor	5,00%	en ventas			\$ 953.790,80	\$ 11.445.489,62
Total gastos de personal						\$ 72.063.682

Fuente: creación propia

Tabla 19 Prestaciones Sociales

Prestaciones sociales							
Cargo	cantidad	cesantías	interés cesantías	prima de servicio	vacaciones	total	total anual
Gerente	1	\$ 125.000	\$ 15.000	\$ 125.000	\$ 62.500	\$ 327.500	\$ 3.930.000
secretaria	1	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total administración		\$ 125.000	\$ 15.000	\$ 125.000	\$ 62.500	\$ 327.500	\$ 3.930.000
Operarios	2	\$ 186.195	\$ 22.343	\$ 186.195	\$ 83.333	\$ 478.067	\$ 5.736.809
Auxiliar de mercadeo	1	\$ 68.098	\$ 8.172	\$ 68.098	\$ 29.167	\$ 173.534	\$ 2.082.405
Total operativo		\$ 254.293	\$ 30.515	\$ 254.293	\$ 112.500	\$ 651.601	\$ 7.819.214
Total							\$ 11.749.214

Fuente: creación propia

Tabla 20 Seguridad Social

Seguridad social y caja de compensación						
Cargo	cantidad	Pensión	ARL	Parafiscales	Total	Total anual
Gerente	1	\$ 180.000	\$ 7.830	\$ 60.000	\$ 247.830	\$ 2.973.960
secretaria	1	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total administración						\$ 2.973.960
Operarios	2	\$ 240.000	\$ 10.440	\$ 80.000	\$ 330.440	\$ 3.965.280
Auxiliar de mercadeo	1	\$ 84.000	\$ 3.654	\$ 28.000	\$ 115.654	\$ 1.387.848
Total operativo						\$ 5.353.128
Total						\$ 8.327.088

Fuente: creación propia

Tabla 21 Servicios públicos

Servicios públicos		
Detalle	Mensual	Anual
Agua	\$ 40.000	\$ 480.000
Energía eléctrica	\$ 6.200	\$ 74.400
Internet	\$ 60.000	\$ 720.000
celular	\$ 60.000	\$ 720.000
Página Web		\$ 0
Total	\$ 166.200	\$ 1.994.400

Fuente: creación propia

Tabla 22 Gastos Generales

Gastos generales		
Detalle	Total mes	Total anual
Arrendamiento	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Útiles de papelería	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Total	\$ 400.000	\$ 4.800.000

Fuente: creación propia

Tabla 23 Gastos Pre operacionales

Gastos Pre operaciones	
Descripción	Total
registro mercantil	\$ 254.000
Celular	\$ 450.000
Publicidad Lanzamiento	\$ 200.000
Total	\$ 904.000

Fuente: creación propia

Tabla 24 Costo mano de obra 1

Costo mano de obra y materia prima sandalia plana	
costo Mano de obra	\$ 12.500,00
Materia prima	\$ 32.261,54
Costo total	\$ 44.761,54

Fuente: Creación Propia

Tabla 25 Costo mano de obra 2

Costo mano de obra y materia prima sandalia plataforma	
costo Mano de obra	\$ 12.500,00
Materia prima	\$ 56.461,54
Costo total	\$ 68.961,54

Fuente: Creación Propia

Tabla 26 Costo mano de obra 3

Costo mano de obra y materia prima sandalia niña	
costo Mano de obra	\$ 12.500,00
Materia prima	\$ 19.867,69
Costo total	\$ 32.367,69

Fuente: Creación Propia

Tabla 27 Costo unitario 1

Costo unitario para producir sandalia plana								
Ítem	Descripción	Unidad Medida	Cantidad	Costo Unitario	cantidad utilizada	unidad utilizada	costo cantidad utilizada	Costo Total
1	suela	par	1	\$ 12.000,00	2	suela	\$ 24.000	\$ 24.000
2	hilo	rollo	1	\$ 14.000,00	60	metros	\$ 108	\$ 6.462
3	pedrería	bolsa	1	\$ 3.000,00	30	perlas	\$ 60	\$ 1.800
total								\$ 32.262

Fuente: Creación Propia

Tabla 28 Costo unitario 2

Costo unitario para producir sandalia plataforma								
Ítem	Descripción	Unidad Medida	Cantidad	Costo Unitario	cantidad utilizada	unidad utilizada	costo cantidad utilizada	Costo Total
1	suela	par	1	\$ 25.000	2	suela	\$ 50.000	\$ 50.000
2	hilo	rollo	1	\$ 14.000	60	metros	\$ 108	\$ 6.462
total								\$ 56.462

Fuente: Creación Propia

Tabla 29 Costo unitario 3

Costo unitario para producir sandalia niña								
Ítem	Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	cantidad utilizada	unidad utilizada	costo cantidad utilizada	Costo Total
1	suela	par	1	\$ 7.000,00	2	suelas	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00
2	hilo	rollo	1	\$ 14.000,00	40	metros	\$ 108	\$ 4.308
3	pedrería	bolsa	1	\$ 3.000,00	26	perlas	\$ 60	\$ 1.560
total								\$ 19.868

Fuente: Creación Propia

4.4.3 Inversión requerida

Para dar inicio al proyecto y puesta en funcionamiento es necesaria una inversión inicial de \$ 16,264.880, 10 pesos.

Tabla 30 Inversión inicial

Inversión	
Inversión fija	\$ 525.400,00
nomina un mes	\$ 5.051.516,00
gastos un mes	\$ 1.470.200,00
costo MP un mes	\$ 9.017.764,10
Gastos per operativos	\$ 904.000,00
Total	\$ 16.968.880,10

Fuente: Creación Propia

4.4.4 Fuente de Financiación

La empresa se financiara inicialmente por aportes de préstamo bancario y aportes de socios, visto en la siguiente tabla:

Tabla 31 Financiación

Fuentes de financiación	
Descripción	valor
Préstamo bancario	\$ 14.000.000,00
Aportes socios	\$ 3.000.000,00
Total financiación	\$ 17.000.000

Fuente: Creación Propia

Tabla 32 Crédito

Crédito		
VP	\$ 14.000.000	
tasa	16,50%	
Plazo	5	años
Cuota	\$ 4.325.707,60	

Fuente: Creación Propia

Tabla 33 Amortización del Crédito

Amortización del crédito					
Periodo	Cuota	Tasa	Interés	Abono	Saldo
0					\$ 14.000.000
1	\$ 4.325.707,60	16,50%	\$ 2.310.000	\$ 2.015.708	\$ 11.984.292
2	\$ 4.325.707,60	16,50%	\$ 1.977.408	\$ 2.348.299	\$ 9.635.993
3	\$ 4.325.707,60	16,50%	\$ 1.589.939	\$ 2.735.769	\$ 6.900.224
4	\$ 4.325.707,60	16,50%	\$ 1.138.537	\$ 3.187.171	\$ 3.713.054
5	\$ 4.325.707,60	16,50%	\$ 612.654	\$ 3.713.054	\$ 0

Fuente: elaboración Propia

4.4.5 Proyecciones individuales

Tabla 34 producción individual

Producción individual			
Producción individual	Horas /Sandalia	Diario	Total mensual
Tiempo de producción min sandalia plana	3	5,33	107
Tiempo de producción min sandalia Plataforma	4	4	80
Tiempo de producción min sandalia niña	6	2,67	53
Horas laboras al día	8		
Días laborados al mes	20		
Numero de operarios	2		

Fuente: Creación Propia

Tabla 35 Valor del producto

Valor del producto		
Descripción	Costo	precio de venta
Sandalia tipo plana	\$ 44.761,54	\$ 71.050,06
Sandalia plataforma	\$ 68.961,54	\$ 109.462,76
Sandalia niña	\$ 32.367,69	\$ 51.377,29
Margen de utilidad	37,00%	

Fuente: elaboración Propia

Tabla 36 Incrementos

Incrementos		
Aumento	6,50%	cantidad
Aumento	6,50%	precio
Aumento	6,50%	costo
Aumento	6,50%	Costos operativos
Aumento	6,50%	Cif
Aumento	6,50%	Gastos personal
Aumento	6,50%	Gastos servicios

Fuente: elaboración Propia

Tabla 37 tamaño de la producción

Cantidades a producir				
Cantidades a producir	Cantidad mensual	Cantidad anual	precio unitario	Valor total
Sandalia tipo plana	107	1280	\$ 71.050,06	\$ 90.944.078,14
Sandalia plataforma	80	960	\$ 109.462,76	\$ 105.084.249,08
Sandalia niña	53	640	\$ 51.377,29	\$ 32.881.465,20

Fuente: elaboración Propia

4.4.6 Proyección de ventas

Tabla 38 Proyección cantidades

Proyección cantidades					
Concepto	Cantidad año 1	Cantidad año 2	Cantidad año 3	Cantidad año 4	Cantidad año 5
Sandalia tipo plana	1280	1363	1452	1546	1647
Sandalia plataforma	960	1022	1089	1160	1235
Sandalia niña	640	682	726	773	823

Fuente: elaboración Propia

Tabla 39 Proyección de precio

Proyección de precio					
Concepto	precio año 1	precio año 2	precio año 3	Precio año 4	Precio año 5
Sandalia tipo plana	\$ 71.050,06	\$ 75.668,32	\$ 80.586,76	\$ 85.824,89	\$ 91.403,51
Sandalia plataforma	\$ 109.462,76	\$ 116.577,84	\$ 124.155,40	\$ 132.225,50	\$ 140.820,16
Sandalia niña	\$ 51.377,29	\$ 54.716,81	\$ 58.273,41	\$ 62.061,18	\$ 66.095,15

Fuente: elaboración Propia

Tabla 40 Ingresos proyectados

Ingresos proyectados					
Concepto	precio año 1	precio año 2	precio año 3	Precio año 4	Precio año 5
Sandalia tipo plana	90.944.078,14 \$	103.151.047,03 \$	116.996.496,32 \$	132.700.351,04 \$	150.512.055,66 \$
Sandalia plataforma	\$ 105.084.249,08	\$ 119.189.182,42	\$ 135.187.350,43	\$ 153.332.872,54	\$ 173.913.977,36
Sandalia niña	\$ 32.881.465,20	\$ 37.294.979,87	\$ 42.300.898,54	\$ 47.978.736,65	\$ 54.418.682,57
Total	\$ 228.909.792,43	\$ 259.635.209,32	\$ 294.484.745,29	\$ 334.011.960,23	\$ 378.844.715,59

Fuente: elaboración Propia

Tabla 41 Costos totales materia prima proyectados

Costos totales materia prima proyectados					
Concepto	precio año 1	precio año 2	precio año 3	Precio año 4	Precio año 5
Sandalia tipo plana	41.294.769 \$	43.978.929 \$	46.837.560 \$	49.882.001 \$	53.124.331 \$
Sandalia plataforma	\$ 54.203.077	\$ 57.726.277	\$ 61.478.485	\$ 65.474.586	\$ 69.730.435
Sandalia niña	\$ 12.715.323	\$ 14.422.037	\$ 16.357.835	\$ 18.553.466	\$ 21.043.805
Total	\$ 108.213.169	\$ 116.127.243	\$ 124.673.880	\$ 133.910.053	\$ 143.898.570

Fuente: elaboración Propia

4.4.7 Estado de situación financiera inicial

Tabla 42 Estado de resultados proyectados

Estado de resultados proyectados					
Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 228.909.792	\$ 259.635.209	\$ 294.484.745	\$ 334.011.960	\$ 378.844.716
Costo de venta	\$ 176.243.593	\$ 188.579.645	\$ 201.835.687	\$ 216.087.378	\$ 231.417.421
Gastos operativos	\$ 61.236.024	\$ 65.216.365	\$ 69.455.429	\$ 73.970.032	\$ 78.778.084
Materia Prima	\$ 108.213.169	\$ 116.127.243	\$ 124.673.880	\$ 133.910.053	\$ 143.898.570
Cif	\$ 6.794.400	\$ 7.236.036	\$ 7.706.378	\$ 8.207.293	\$ 8.740.767
UTILIDAD BRUTA	\$ 52.666.200	\$ 71.055.565	\$ 92.649.058	\$ 117.924.582	\$ 147.427.295
Gastos administración y ventas	\$ 47.452.520	\$ 33.017.797	\$ 35.157.124	\$ 37.435.507	\$ 39.861.985
De personal	\$ 30.903.960	\$ 32.912.717	\$ 35.052.044	\$ 37.330.427	\$ 39.756.905
Depreciación	\$ 105.080	\$ 105.080	\$ 105.080	\$ 105.080	\$ 105.080
Gastos preparativos	\$ 16.443.480	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 5.213.680	\$ 38.037.767	\$ 57.491.934	\$ 80.489.076	\$ 107.565.310
Otros gastos	\$ 2.310.000	\$ 1.977.408	\$ 1.589.939	\$ 1.138.537	\$ 612.654
Compra licencia software	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos financieros	\$ 2.310.000	\$ 1.977.408	\$ 1.589.939	\$ 1.138.537	\$ 612.654
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 2.903.680	\$ 36.060.359	\$ 55.901.995	\$ 79.350.539	\$ 106.952.656
Provisión de impuesto ind y cci	\$ 1.373.459	\$ 1.557.811	\$ 1.766.908	\$ 2.004.072	\$ 2.273.068
Provisión de impuesto	\$ 958.214	\$ 11.899.919	\$ 18.447.658	\$ 26.185.678	\$ 35.294.377
Utilidad después de impuesto	\$ 572.007	\$ 22.602.629	\$ 35.687.428	\$ 51.160.789	\$ 69.385.211
reserva legal	\$ 57.201	\$ 2.260.263	\$ 3.568.743	\$ 5.116.079	\$ 6.938.521
UTILIDAD NETA	\$ 514.806	\$ 20.342.366	\$ 32.118.686	\$ 46.044.710	\$ 62.446.690

Fuente: elaboración Propia

4.4.8 Evaluación financiera o flujo de caja

Tabla 43 Flujo de efectivo proyectado

Flujo de caja						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	año 4	Año 5
Ingresos						
Ventas		\$ 228.909.792	\$ 259.635.209	\$ 294.484.745	\$ 334.011.960	\$ 378.844.716
Capital social	\$ 3.000.000					
Préstamo bancario	\$ 14.000.000					
Total ingresos	\$ 17.000.000	\$ 228.909.792	\$ 259.635.209	\$ 294.484.745	\$ 334.011.960	\$ 378.844.716
Egresos						
Inversión fija	\$ 525.400					
Gastos pre operativos	\$ 16.443.480					
Materia prima		\$ 61.236.024	\$ 65.216.365	\$ 69.455.429	\$ 73.970.032	\$ 78.778.084
Mano de obra directa		\$ 108.213.169	\$ 116.127.243	\$ 124.673.880	\$ 133.910.053	\$ 143.898.570
Acueducto		\$ 480.000	\$ 511.200	\$ 544.428	\$ 579.816	\$ 617.504
Energía		\$ 74.400	\$ 79.236	\$ 84.386	\$ 89.871	\$ 95.713
Papelería		\$ 1.200.000	\$ 1.278.000	\$ 1.361.070	\$ 1.449.540	\$ 1.543.760
material de aseo						
Arriendo		\$ 3.600.000	\$ 3.834.000	\$ 4.083.210	\$ 4.348.619	\$ 4.631.279
Nomina administrativa		\$ 30.903.960	\$ 32.912.717	\$ 35.052.044	\$ 37.330.427	\$ 39.756.905
Celular		\$ 720.000	\$ 766.800	\$ 816.642	\$ 869.724	\$ 926.256
Internet		\$ 720.000	\$ 766.800	\$ 816.642	\$ 869.724	\$ 926.256
Gastos financieros		\$ 2.310.000	\$ 1.977.408	\$ 1.589.939	\$ 1.138.537	\$ 612.654
Amortización del crédito		\$ 2.015.708	\$ 2.348.299	\$ 2.735.769	\$ 3.187.171	\$ 3.713.054
Pago de impuesto de renta			\$ 958.214	\$ 11.899.919	\$ 18.447.658	\$ 26.185.678
Pago de impuesto de ind y comercio			\$ 1.373.459	\$ 1.557.811	\$ 1.766.908	\$ 2.004.072
Total Egresos	\$ 16.968.880	\$ 211.473.260	\$ 228.149.743	\$ 254.671.168	\$ 277.958.079	\$ 303.689.783
Saldo neto de caja	\$ 31.120	\$ 17.436.532	\$ 31.485.467	\$ 39.813.577	\$ 56.053.881	\$ 75.154.933
Saldo inicial de caja		\$ 31.120	\$ 17.467.652	\$ 48.953.119	\$ 88.766.696	\$ 144.820.577
Saldo final de caja	\$ 31.120	\$ 17.467.652	\$ 48.953.119	\$ 88.766.696	\$ 144.820.577	\$ 219.975.510

Fuente: elaboración Propia

Tabla 44 Recuperación de la inversión

VP	FNE 1	FNE 2	FNE 3	FNE 4	FNE 5
(\$ 17.000.000)	\$ 17.436.532	\$ 31.485.467	\$ 39.813.577	\$ 56.053.881	\$ 75.154.933
25%					
VPN	\$ 85.070.914				
TIR	148,30%				
R/C	1,7				
CAUE	\$ 162.321.792,91				

Fuente: elaboración Propia

La recuperación de la inversión que equivale a \$17.000.000 pesos, según análisis de estudio, esta se recupera en el primer año.

Análisis de sensibilidad			
Aumento	6,50%	cantidades	-2,70%
Aumento	6,50%	precio	-2,10%
Aumento	6,50%	costo	23,40%
Aumento	6,50%	Gastos personal	52,90%
Aumento	37%	Margen utilidad	25,80%

Fuente: elaboración Propia

Tabla 45 Estado de la situación financiera proyectado

Estado de la situación financiera proyectado						
DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo corriente						
Caja y bancos	\$ 17.000.000	\$ 17.467.652	\$ 48.953.119	\$ 88.766.696	\$ 144.820.577	\$ 219.975.510
Total activo corriente		\$ 17.467.652	\$ 48.953.119	\$ 88.766.696	\$ 144.820.577	\$ 219.975.510
Activo no corriente						
Maquinaria y equipo		\$ 117.400	\$ 117.400	\$ 117.400	\$ 117.400	\$ 117.400
Equipo de computo		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Muebles y enceres		\$ 408.000	\$ 408.000	\$ 408.000	\$ 408.000	\$ 408.000
Depreciación		(\$ 105.080)	(\$ 210.160)	(\$ 315.240)	(\$ 420.320)	(\$ 525.400)
Total activo no corriente		\$ 420.320	\$ 315.240	\$ 210.160	\$ 105.080	\$ 0
total activo		\$ 17.887.972	\$ 49.268.359	\$ 88.976.856	\$ 144.925.657	\$ 219.975.510
Pasivos						
Pasivo corriente						
Provisión de impuesto de renta		\$ 958.214	\$ 11.899.919	\$ 18.447.658	\$ 26.185.678	\$ 35.294.377
Provisión de impuesto ind y ccio		\$ 1.373.459	\$ 1.557.811	\$ 1.766.908	\$ 2.004.072	\$ 2.273.068
Total pasivo corriente		\$ 2.331.673	\$ 13.457.730	\$ 20.214.567	\$ 28.189.749	\$ 37.567.445
Pasivo no corriente						
Bancos nacionales		\$ 11.984.292	\$ 9.635.993	\$ 6.900.224	\$ 3.713.054	\$ 0
Total pasivo no corriente		\$ 11.984.292	\$ 9.635.993	\$ 6.900.224	\$ 3.713.054	\$ 0
Total pasivo		\$ 14.315.965	\$ 23.093.723	\$ 27.114.791	\$ 31.902.803	\$ 37.567.445
Patrimonio						
Aportes		\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
utilidad del ejercicio		\$ 514.806	\$ 20.342.366	\$ 32.118.686	\$ 46.044.710	\$ 62.446.690
utilidad de ejercicios anteriores			\$ 514.806	\$ 20.857.172	\$ 52.975.858	\$ 99.020.568
Reserva legal		\$ 57.201	\$ 2.260.263	\$ 3.568.743	\$ 5.116.079	\$ 6.938.521
Reserva legal acumulada			\$ 57.201	\$ 2.317.464	\$ 5.886.206	\$ 11.002.285
Total patrimonio		\$ 3.572.007	\$ 26.174.636	\$ 61.862.064	\$ 113.022.853	\$ 182.408.065
Total pasivo más patrimonio		\$ 17.887.972	\$ 49.268.359	\$ 88.976.856	\$ 144.925.657	\$ 219.975.510

Análisis:

El resultado de este estudio identificó claramente las necesidades de capital y recursos requeridos que estarán sujetos al proyecto y analizó el beneficio futuro que se pueda obtener si se lleva a cabo la producción y comercialización de sandalias tejidas con suelas personalizadas en hilo de seda.

De acuerdo a la información suministrada se estableció que los ingresos y los gastos se producirán durante la ejecución y desarrollo del proyecto, permitiendo también valores justos y equitativos en el producto final, sin embargo la empresa solo tendrá 5 empleados en los años iniciales para ejecutar el proyecto.

Referente a la rentabilidad del proyecto se puede determinar que es inicialmente viable, al reflejo de los primeros 5 años, la inversión inicial es recuperada en el primer año, el valor presente neto (VNA) dio un resultado de positivo de \$ 85.070.914 y la tasa interna de retorno (TIR) dio como resultado de rentabilidad del 148,30% debido a que la inversión del proyecto es mínima por tratarse de un plan artesanal y no requiere de maquinaria industrializada.

En la evaluación del proyecto se puede mencionar que la empresa podría bajarse en un -2,70% en cantidad sin afectar el margen producción, así como el precio podría disminuir hasta en un -2,10% en su valor comercial sin afectar la utilidad.

Discusión

Los resultados obtenidos en este proyecto de acuerdo con el marco teórico y los objetivos planteados consistían en formular un plan de negocio para las sandalias artesanales con suelas personalizadas en el municipio de Aguachica Cesar.

Se identificaron aquellos factores sociodemográficos locales que podrían ser traumáticos para el posicionamiento de la marca, existen eventos asociados a la economía, la baja demanda turística en la región, la ineficiente inversión en las microempresas así como una cultura arraigada al empobrecimiento y falta de oportunidades.

La experiencia de la pandemia provocada por el COVID 19 dejó muchas personas desempleadas, lo que llevo a que estas a través del emprendimiento buscaran la forma de sustentar a sus familias. El hecho es que según la administración clásica las empresas deberían manejar elementos como planear, organizar, dirigir, coordinar y contralar los procesos de producción en la organización para que cada actividad especializada sea para garantizar una economía rentable organizacional y en consecuencia con una rentabilidad local.

Se hace necesario enfatizar algunos aspectos de gran importancia respecto a parámetros estimados en la experimentación del instrumento utilizado, inicialmente el margen de error aplicado en la muestra fue de un 0,5% por lo tanto los niveles de confiabilidad pasaron a un 95% dejando un amplio espacio de error muestral además el enfoque del estudio debió ser más participativo a una población mayor, con estos antecedentes se da cuenta crítica sobre si un margen de confianza menor hubiese podido dar un resultado negativo.

Respecto a la primera parte de la hipótesis planteada en esta investigación podemos decir que si se cumple los parámetros antes dicho, de acuerdo con los resultados obtenidos estadísticamente hay habilidades para la creación de la propuesta y puesta en marcha la empresa, dicho esto, hace mayor referencia a lo mencionado por Sampieri en su libro 6ta edición y cito: “Las hipótesis son el centro, la medula o el eje del método deductivo cuantitativo”.

En relación con nuestra pregunta de investigación ¿Qué se requiere para formular el plan de negocio para la elaboración y comercialización de sandalias artesanales con suelas personalidad tejida en hilo de seda en el municipio de Aguachica Cesar?, con los resultados obtenidos en los estudios aplicados diferimos asertivamente que si es viable además de traer consigo unos

benéficos socioeconómicos para la región, buscando incentivar la cultura, las microempresas las artesanías así como el turismo local.

Para finalizar, la realización de este estudio también arrojaron una serie de limitantes, que se deberá trabajar para resolver que interpretando desde otro punto de vista aprovechable se podría estar incrementando las necesidades de competencias educativas en la región y fomento de nuevas empresas de índole industrial.

Conclusiones

Los planes de negocio son la herramienta para estudiar la viabilidad de emprender en el mercado local, y sobre todo los enfocados en el sector artesanal en un país como Colombia se constituyen como costumbres y forma de expresar la cultura de las diferentes regiones. Se ha buscado por años que desde el gobierno nacional se reconozca la labor de estos artesanos y se brinde apoyo a empresas que salvaguardan la economía, generan oportunidad de empleo y jalonan el desarrollo de los territorios. Es por ello que este proyecto busca seguir fomentando la actividad artesanal a través del emprendimiento con la propuesta de crear una empresa para la elaboración y comercialización de sandalias artesanales con suelas personalizadas en el municipio de Aguachica, Cesar.

Para la elaboración de este proyecto fue necesario aplicar un análisis FODA, como proceso evaluador a la situación actual del mercado en el ámbito artesanal de esta propuesta; es preciso destacar que uno de los elementos que favorecen este negocio es que no existe competencia real en tejido artesanal, lo que puede llevar a que esta empresa se convierta en la única del municipio y a su vez el estudio arrojó que se tiene una alta demanda del producto, así como la tasa de inversión arrojada en el estudio financiero el valor presente neto (VNA) dio un resultado positivo de \$ 85.070.914 y la tasa interna de retorno (TIR) dio como resultado de rentabilidad del 148,30% debido a que la inversión del proyecto es mínima por tratarse de un plan artesanal y no requiere de maquinaria industrializada.

En la proyección de ventas analizadas en el estudio financiero, podrá incrementar gradualmente a medida que la producción de igual forma crece, para el 5to año la producción en ventas se estima sea de un total de \$219.975.510 pesos como ingresos, aun así la cantidad en producción también podrá disminuir hasta un -2,70% sin afectar la margen, la visualización se basa en las proyecciones de ventas, cabe resaltar que en la evaluación financiera el proyecto es favorable, los precios del producto podrán disminuir hasta un -2.10% sin afectar el margen de utilidad pudiendo este mismo llegar hasta el mínimo de 25,80% y la recuperación de la inversión se realizara en un año.

Para finalizar, en cada uno de los estudios aplicados a este proyecto los resultados obtenidos son favorables, implica que la artesanía es un rubro muy importante para las economías de los países, la dedicación del tiempo, la creatividad, la identidad de una región que incluye efectos en el desarrollo de microempresas que fomentan la mejora de calidad de vida de muchas familias;

por último la realización de este proyecto no culmine hasta aquí, sino que sea una opción de viabilidad y hacer posible la ejecución del mismo dado el echo investigativo y el esfuerzo plantado en el diseño del trabajo.

Recomendaciones

Concluida la investigación de este proyecto y considerando la importancia que tiene el emprendimiento artesanal en la región, es importante realizar un plan de negocio antes de emprender cualquier tipo de empresa y lo que implica llegar al mercado local, para ello se debe tener presente los resultados de los objetivos, por consiguiente, se formulan algunas sugerencias:

1. Ampliar la muestra en encuestas futuras para contar con mayor participación a nivel nacional de algunos posibles potentes compradores.
2. La empresa deberá fortalecer la parte de capacitación en la medida que crezca.
3. La empresa deberá trabajar en potencializar estrategias de marketing.
4. Impulsar la participación de más microempresas de artesanías en la región.
5. Ajustar proyecciones futuras de nuevos clientes y mercados.
6. Ampliar la participación de artesanos y ferias artesanales.

5 Bibliografía

- A Frias. (diciembre de 2006). *Bid textos univervistarios*. Recuperado el 14 de junio de 2021, de <https://bid.ub.edu/17frias2.htm>
- Adams, Finn, Moes, Flannery, & Rizzo. (2009). The virtual reality classroom. *Childneuropsychology*, 15, 120-135.
- Andres Romero. (21 de 07 de 2017). La importancia del emprendimiento en Colombia. *Blog de derechos de los negocios/ Universidad Externado de Colombia*, pág. 1.
- Anonimo . (3 de junio de 2021). *emprendedores*. Recuperado el 14 de junio de 2021, de <https://www.emprendedores.es/plan-de-negocio/como-elaborar-un-plan-de-negocio/>
- Araujo, & Shadwick. (2008). *Tecnología educacional*. Barcelona.
- Arraut-Gestión de calidad como innovación organizacional para la productividad en la empresa. (29 de julio de 2010). *Redalyc.org*. Recuperado el 14 de junio de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20619966002.pdf>
- Artesanías de Colombia. (06 de mayo de 1964). *Artesanías de colombia*. Recuperado el 20 de mayo de 2021, de https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/50-anos-apoyando-las-artesanias-colombianas_4901
- B, B., & Bricklin M. (1998). *Causa psicologica del bajo rendimiento escolar*. México.
- Baelo, R. Á., & Álavarez Baelo, R. (Noviembre 2009). LAS TECNOLOGIA DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR. *Revista Iberoamericana de educación*, 5-10.
- Baelo, R. (Noviembre 2009). LAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y LA COMUNICACION EN LA EDUCACION SUPERIOR. *Revista Iberoamericana de Educación*, 5 - 10.
- Banco Mundial. (08 de 06 de 2020). *Banco Mundial org*. Recuperado el 04 de 12 de 2021, de <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/657071588788309322-0050022020/original/GlobalEconomicProspectsJune2020RegionalOverviewLACSP.pdf>
- Bandera, P. F. (2003). *Programa general de acciones recreativas para dolescentes, jovenes y adultos*. Bogotá.
- BBVA. (14 de marzo de 2018). *BBVA*. Recuperado el 15 de junio de 2021, de <https://www.bbva.com/es/que-es-la-inversion/>

- Beaugrande y Dressler (1997) pag 16. (12 de febrero de 2004). El discurso periodístico a través de la lingüística textual. *El discurso periodístico a través de la lingüística textual*. Maracaibo, Venezuela: Dialnet.
- Benavides, G. Z. (1998). *Lúdica: Una opción para comprender*. Caldas.
- Bermudez, M. E.-L. (2021). Emprendimientos en tiempos de pandemia. *Sol de Aquino*, 1.
- Betancur, M. (16 de Julio de 2002). *Al tablero*.
- Bravo. (1991). Psicología de las dificultades del aprendizaje escolar. Santiago de Chile.
- CAMARGO, Y. (2017). ACTIVIDAD EMPRESARIAL EN EL MUNICIPIO DE AGUACHICA: INDICADORES ACTUALES E IDEAS DE DESARROLLO. *INNOCAE*, 2.
- Cominetti, & Ruiz. (1997). *Algunos factores del rendimiento: las expectativas y el género*. Honduras.
- CONFECAMARAS. (2022). Recuperado el 01 de 09 de 2022, de <https://confecamaras.org.co/la-confederacion/quienes-somos>
- ConnectAmericas. (28 de 10 de 2015). *Conectamericas.com*. Recuperado el 04 de 12 de 2021, de <https://connectamericas.com/es/content/la-exportación-de-artesanías-una-oportunidad-para-américa-latina>
- Cvillami (Arias 2006 pag 81). (30 de mayo de 2012). *metodología de la investigación capítulo 3*. Recuperado el 27 de octubre de 2021, de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092660/cap03.pdf>
- Cvillami -Tesis Pag 98. (13 de junio de 2011). *virtual.urbe.edu*. Recuperado el 27 de octubre de 2021, de marco teórico capítulo 3, metodología de la investigación. población: <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0089884/cap03.pdf>
- Drucker. (1985). La innovación y el empresario Innovador. En P. Drucker, *la innovación y el empresario innovador* (pág. 307). Barcelona España: Edhasa.
- Echeverry, J. H., & Gómez, J. (2009). Lúdica del maestro en formación.
- Economía Naranja. (2020). *Economía Naranja*. Recuperado el 04 de 12 de 2021, de Ministerio de Cultura: <https://economianaranja.gov.co/abc-economia-naranja/>
- EIA. (2007). *IISD*. Recuperado el 14 de JUNIO de 2021, de <https://www.iisd.org/learning/eia/es/eia-essentials/what-why-when/>

- F Velazquez. (13 de junio de 2002). *medalyc.org*. Recuperado el 13 de junio de 2021, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21208302>
- F Velazquez-Escuelas e interpretación del pesnamiento administrativo. (13 de junio de 2002). *Redalyc.org*. Recuperado el 13 de junio de 2021, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21208302>
- F Velelazquez. (13 de junio de 2002). *redalyc.org*. Recuperado el 13 de junio de 2021, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21208302>
- Fajardo, G. P., & Riasgos Erazo, S. C. (Enero - Abril de 2011). PROPUESTA PARA LA MEDIACIÓN DEL IMPACTO DE LAS TIC EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA. *Educ.Educ*, 14(1), 169-188.
- Fayol. (1916). Proceso Administrtraivo. *Administración industrial y general*. Francia .
- Francisco Gómez Rondón pag 7. (1993). *Mercadotecnia en Venezuela*. En F. G. Rondón, *Mercadotecnia en Venezuela*. Caracas, Venezuela: fragor.
- Gallego. (1997). *Las estrategias cognitivas en el aula*. Madrid.
- Garcia, & Magaz. (2000). *Actualidad sobre el TDA-H*.
- Genovard, Gotzens, & Montané. (1987). *Psicología de la educación*. Barcelona.
- Gibson, J. (2008). *Los sentidos considerados como sistema de percepción*. Boston.
- Gómez, M. d., & García Gómez, A. (Enero - Junio de 2013). PROGRAMA DE ENSEÑANZA LUDICA: Un espacio para todos. *Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*(10).
- Goróstegui. (1997). *Síndrome de déficit de atención con hiperactividad*.
- Guido, L. M. (2009). *Tecnología de la infromacion y la comunicación*. Argentina.
- H Gantt. (1913). *la oranización científica del trabajo o taylorismo*. Recuperado el 15 de junio de 2021, de https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/introduccion_administracion/unidad2_pdf1.pdf
- H Morales pag 30. (mayo de 2014). *Repository uniminuto*. Recuperado el 14 de junio de 2021, de https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/2922/TEA_MoralesVegaHeidy_2014final.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- H SAMPIERI. (2014). *Metodología de la Investigación* . En D. R. Sampieri, *Metodología de la Investigación sexta edición* (pág. 589). Mexico: McGraw-Hill Interamericana.

- H SAMPIERI, ROBERTO. (2006). *metodologia de la investigacion capitulo 3 pagina 23*. Recuperado el 25 de OCTUBRE de 2021, de ELABORACIÓN DEL MARCO TEORICO.: <https://idolotec.files.wordpress.com/2012/04/sampieri-cap-3.pdf>
- Hernández, F., & Fernandez, S. (2016). *Metodología de la Investigación Sexta Edición*. México: Mc Graw Hill.
- HERNANDEZ, FERNANDEZ, BAPTISTA. (2003). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN*. Recuperado el 13 de OCTUBRE de 2021, de CAPITULO 3: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/blanco_s_nl/capitulo3.pdf
- Historiadelcalzado. (07 de agosto de 2013). *clubensayos.com/historiadelcalzado*. Recuperado el 20 de mayo de 2021, de <https://www.clubensayos.com/Historia/HISTORIA-DEL-CALZADO/946219.html><https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0061851.pdf>
- I Thompson. (julio de 2006). *promonegocios.net*. Recuperado el 14 de junio de 2021, de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html#comentarios>
- J Dominguez pag 10. (marzo de 2014). *Repositoriocomilla.edu*. Recuperado el 14 de junio de 2021, de <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/290/1/TFG000115.pdf>
- J Perez- M Merino. (2010). <https://definicion.de/plantilla/>. Recuperado el 14 de junio de 2021, de <https://definicion.de/plantilla/>
- Kinsbourle, & Kaplan. (1990). Problema de atención y aprendizaje en niños. México.
- Kloter. (Diciembre de 2005). *promonegocios.net*. Recuperado el 15 de junio de 2021, de <https://www.promonegocios.net>
- L Nieto. (15 de NOVIEMBRE de 2012). *repositoriousc.edu*. Recuperado el 14 de junio de 2021, de Del CONCEPTO DE INNOVACIÓN: <https://repository.usc.edu.co/bitstream/handle/20.500.12421/588/205-380-1-SM.pdf?sequence=1>
- L vega pag 1. (julio de 2014). *Academia.edu*. Recuperado el 14 de junio de 2021, de https://www.academia.edu/34567764/DEFINICIÓN_DE_PROVEEDOR
- La Nueva España. (10 de 06 de 2010). el zapato de cuero mas antiguo del mundo. *el zapato de cuero mas antiguo del mundo*, págs. <https://www.lne.es/sociedad/2010/06/10/zapato-cuero-antiguo-mundo-21326543.html>.
- Lic. Rodriguez pag29. (17 de julio de 2009). *biblioteca2.ucab.edu*. Recuperado el 14 de junio de 2021, de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR8257.pdf>

- Lic.Rodriguez. (17 de julio de 2009). *Biblioteca2.ucab.edu*. Recuperado el 14 de junio de 2021, de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR8257.pdf>
- Lic.Rodriguez pag33. (17 de julio de 2009). *biblioteca2ucab.edu*. Recuperado el 14 de junio de 2021, de tesis de formulación y evaluación de proyecto de creación de una empresa de servicios de encuadernación artística.: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR8257.pdf>
- Lic.Rodriguez pag35. (17 de julio de 2009). *biblioteca2ucab.edu*. Recuperado el 14 de junio de 2021, de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR8257.pdf>
- Litwin, E. (Diciembre 2007). *Cuadernos de Investigación Educativa*. Uruguay: Publicación anual del Instituto de Educación.
- Luis, A. (2010). La gestion de calidad como innovacion organizacional para la productividad en la empresa. *Revista EAN*, 20-41.
- Luis, A. (2010). La gestion de calidad como innovacion organizacional para la productividad en la empresa. *EAN*, 20-41.
- M Porter. (1985). Estrategia competitiva. En M. Porter, *ESTRATEGIA COMPETITIVA: creacion y sostenimiento de un desempeño superior* (pág. 576). patria.
- M Romero pag 41. (22 de diciembre de 2010). *reduaedu*. Recuperado el 14 de junio de 2021, de <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/1628/TCT00756.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- M Romero pag 42. (22 de diciembre de 2010). *reduaedu*. Recuperado el 14 de junio de 2021, de <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/1628/TCT00756.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mariño, J. C. (Octubre de 2008). TIC y la transformación de la práctica educativa en el contexto de las sociedades del conocimiento. *Universidad y sociedad del conocimiento*, 5(2).
- Marx. (1946). *filosofia*. Recuperado el 15 de junio de 2021, de <https://www.filosofia.org>
- Matlin, M. (1996). SENSACIÓN Y PERCEPCIÓN. *Prentice Hall*, 554.
- Mc Carthy. (1960). *FP FORMACION PROFESIONAL*. Recuperado el 15 de JUNIO de 2021, de <https://fp.uoc.fje.edu>

- McCarthy-Perrault. (1996). *Marketing planeacion estrategica de la teoria a la practica*. Bogota: McGraw-Hill Interamericana.
- Merton pag 8. (2019). *Itsa.edu*. Recuperado el 14 de junio de 2021, de <https://www.itsa.edu.co/docs/ESTRUCTURA-ORGANIZACIONAL.pdf>
- MINCIENCIAS. (2022). Recuperado el 01 de 09 de 2022, de <https://minciencias.gov.co/ministerio/funciones>
- Natale, V. D. (1990). Estilo de aprendizaje y rendimiento académico. *Estilo de aprendizaje*, 1(5).
- Orjales. (1998). Deficit de atención con hiperactividad. Madrid.
- Oviedo, G. L. (2004). La definicion del concepto de percepción en psicología con base en la teoria de Gestalt. *Revista de estudios sociales*, 89-96.
- Pineda. (1996). Disfunción ejecutiva en niños con transtorno por deficit de atención con hiperactividad. *Revista neurológica Colombiana*, 16-25.
- Price, M. S., & Henao Calderón, J. L. (2011). Influencia de la percepción visual en el aprendizaje. *Universidad de La Salle. Fundación Universitaria del Área Andina* , 9(1), 89.
- Quintero. (2009). Avances en el transtorno por deficit de atención e hiperactividad. *Revista actas esp psiquitria*, 9(6), 352-358.
- Quiroga, G. (2006). METODOS ALTERNATIVO DE CONFLICTOS: PERSPECTIVA MULTIDICIPLINAR. En Q. Gonzalo, *METODOS ALTERNATIVO DE CONFLICTOS: PERSPECTIVA MULTIDICIPLINAR* (págs. 113 -129). Bosnia de Saravejo: Editorial URG.
- R Luna pag 3. (marzo de 2001). Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos. Guatemala: Proarca/carpas/usaid.
- Revista La Republica. (31 de Enero de 2022). La Republica. *En todo 2021, la tasa de desempleo fue 13,7% y hubo 3,35 millones de desocupados*, pág. 1.
- ROMERO PAG 34. (22 de 12 de 2010). *MONICA ROMERO CASTAÑDA*. Recuperado el 02 de 09 de 2022, de [PLAN_DE_NEGOCIO_PARA_LA_CREACION_DE_UNA_EMPRESA_DE_PRODUCION_Y_COMERCIALIZACION_DE_CALZADO_PARA_DAMA_EN_LA_CIUDAD_DE_SANTIAGO_DE_CALI](#)

- SAMPIERI. (2014). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN 6TA EDICIÓN*. MEXICO: McGraw-Hill Interamericana.
- Scheel, J. E. (2000). *Roles alternativos de las tics en educación:sistema de apoyo al sistema de enseñanza aprendizaje*. Chile.
- Scheel, J. E., & Laval, E. (4,5 y 6 de Diciembre de 2000). Roles alternativos de TIC en educación: sistemas de apoyo al proceso de enseñanza aprendizaje. *Ribie*.
- Skinner. (2009). *Aprendizaje y comportamiento*. Barcelona.
- Solomon. (2010). *Entorno de aprendizaje con ordenadores*. Barcelona.
- Solomon. (2014). NEUROVENTAS. En D. M. Richard Díaz Chuquipiondo. Chris Blank, *Teoria de la persecución del consumidor* (pág. 176). macro.
- Souza, D. (2008). The impact when not diagnosed. *Revista Jbras psiquiatry*, 57(2), 139-151.
- TERRIDATA. (07 de mayo de 2020). Recuperado el 20 de mayo de 2021, de <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/20011>
- TERRIDATA DNP. (2020). *TERRIDATA DNP* . Recuperado el 27 de OCTUBRE de 2021, de CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2020 DANE : <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/20011>
- Tesis de Investigadores. (PRIMERO de JULIO de 2011). *UPEL 2006*. Recuperado el 13 de octubre de 2021, de [tesisdeinvestig.blogspot.:](http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/07/investigacion-de-campo-manual-upel.html) <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/07/investigacion-de-campo-manual-upel.html>
- Vass y Molnar . (1999). Recuperado el 06 de 09 de 2022, de Manual sobre confecciones de zapatos.: <https://biblioteca.org.ar/libros/cueros/mundozapatos.htm>
- Vass y Molnar. (1999). Recuperado el 06 de 09 de 2022, de Manual sobre confeccion de zapatos: <https://biblioteca.org.ar/libros/cueros/taller.htm>
- Vass y Molnar. (1999). Recuperado el 06 de 09 de 2022, de Manual para la confeccion de zapatos.: <https://biblioteca.org.ar/libros/cueros/taller.htm>
- wehmeyer, M. (2008). *The intellectual disability construct and its relation to human functioning. Intellectual and Developmental Disabilities* . San Diego.
- Z Pereira P. (30 de junio de 2011). *Revista Electrónica Educare*. Recuperado el 12 de octubre de 2021, de Los diseños de método mixto en la investigación en educación:: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/Dialnet-LosDisenosDeMetodoMixtoEnLaInvestigacionEnEducacio-3683544.pdf>

Zubiria, F. (2014). *Metodología de la Investigación*. Bogotá, D.C: Estudios.

Apéndices

Apéndice A: Fotografías







Apéndice B: Encuesta



Plan de negocios para la elaboración y comercialización de sandalias tejidas con suelas personalizadas en el municipio de Aguachica Sandalez “tejiendo sueños”

Cordial saludo, soy estudiante actual, de décimo semestre de Administración de Empresas, de la Universidad Popular del Cesar Seccional Aguachica, lo cual estoy ejecutando una encuesta para evaluar la aceptación de una propuesta y comercialización de calzado artesanal en el municipio de Aguachica.

 Imarevalo@unicesar.edu.co (no compartidos)
[Cambiar de cuenta](#)



Edad

Tu respuesta

Genero

Femenino

Masculino

Otro: _____

1¿Qué tipo de artesanía prefiere?



Tejidos

Cerámicas

Bisutería

Otro: _____

2¿Cuándo usted visita ferias suele comprar artesanías?



si

No

3¿Cuándo usted compra artesanías que aspecto tiene en cuenta?



- Calidad
- Precio
- Diseño
- Otro: _____

4¿En qué lugar prefiere hacer compra de artesanías?



- Ferias artesanales
- Destino turístico
- Tienda Artesanal
- Otro: _____

Otro: _____

5. ¿Qué medio de pago usa para hacer su compra?



- Efectivo
- Consignaciones
- Tarjetas
- Otro: _____

6. ¿Con que frecuencia compra usted artesanías?



- Mensual
- Semestral
- Anual
- Le es indiferente el tiempo

7. ¿Cuánto dinero destina usted a la compra de artesanías?



- \$ 10.000 y \$ 30.000
- \$40.000 y \$ 60.000
- \$ 70.000 y \$ 90.000
- Más de \$100.000

8. ¿Le gustaría comprar sandalias artesanales?



- Sí
- No

9¿Cómo considera los productos de nuestra empresa. sandalias tejidas ?



- Excelente
- Bueno
- Malo
- No lo conozco

10¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le llevarían a comprar nuestros productos ?



- Exclusividad
- Estilo
- Comodidad
- Otro: _____

11¿Qué tipo de sandalias artesanales tejidas le gustaría comprar?



- Sandalias tejidas planas
- Sandalias tejidas en plataforma

12¿Estaría dispuesto en comprar sandalias artesanales tejidas en medios virtuales?



- Si
- No
- Tal vez