



COMODIDAD PARA TUS PASOS

JHON ALEJANDRO ORTIZ CASTIBLANCO

Universidad EAN
Facultad de Ingeniería
Programa de Ingeniería Industrial
Bogotá, Colombia
2021

PLAN DE NEGOCIO DE UNA EMPRESA DE FABRICACION
Y COMERCIALIZACION DE CALZADO FEMENINO
COMODIDAD PARA TUS PASOS

Jhon Alejandro Ortiz Castiblanco

Proyecto integrador presentado como requisito para optar al título en:

Ingeniería Industrial

Director:

Prof. Dr. Jeffrey León Pulido

Universidad EAN
Facultad de Ingeniería
Programa de Ingeniería Industrial
Bogotá, Colombia
2021

Nota de aceptación

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del director del trabajo de grado

Bogotá D.C.

Resumen

“COMODIDAD PARA TUS PASOS” busca establecer una relación con sus clientes, basada en la confianza y el mejor servicio, cada cliente estará seguro de que está adquiriendo un producto de alta calidad, cumpliendo sus requerimientos y atendido como en casa. Buscando fidelización y un canal más de publicidad. Lo anterior lo conseguiremos dentro de la organización y con cada uno de los miembros del equipo, creando el compromiso y la pertenencia en cada uno, con respeto y valorando su labor, para que se refleje en la atención a cada persona que llegue a la empresa.

En la actualidad el consumidor de zapatos cómodos debe saber a ciencia cierta que usando un calzado adecuado se pueden mitigar o evitar muchos de los problemas de postura, pisada y movimiento que pueden surgir por una mala elección en sus pies. Los beneficios de utilizar un zapato cómodo son muchos y abarcan tanto el plano físico como el psicológico, además de influir en nuestra capacidad para socializar adecuadamente y movernos en nuestra vida diaria.

El producto debe satisfacer la necesidad de la mujer moderna de tener un calzado único, que muestre lo importante y especiales que son cuando dan un paso adelante, además de brindar comodidad y elegancia por donde quiera que vayan. La facilidad de acceso al producto ya sea por costo o entrega de este es la mejor manera de complacer a nuestras clientes finales. También se obtendrá información sobre los gustos en cuanto a formas, diseños y colores; estos aspectos definirán lo más factible para ofrecer.

Abstract

"COMFORT FOR YOUR STEPS" seeks to establish a relationship with its clients, based on trust and the best service, each client will be sure that they are acquiring a high-quality product, meeting their requirements, and being treated at home. Looking for loyalty and one more advertising channel. We will achieve the above within the organization and with each of the team members, creating commitment and belonging in each one, with respect and valuing their work, so that it is reflected in the attention to each person who comes to the company.

Nowadays, the consumer of comfortable shoes must know for sure that by using suitable footwear, many of the posture, footprint and movement problems that can arise from poor foot choice can be mitigated or avoided. The benefits of wearing a comfortable shoe are many and cover both the physical and psychological levels, in addition to influencing our ability to properly socialize and move in our daily lives.

The product must satisfy the modern woman's need for unique footwear, showing how important and special they are when they step forward, as well as providing comfort and elegance wherever they go. The ease of access to the product either by cost or delivery is the best way to please our end customers. You will also get information on tastes in terms of shapes, designs and colors; These aspects will define the most feasible to offer.

1 Contenido

1.	INTRODUCCIÓN.....	9
2	OBJETIVOS	9
2.1	GENERAL.....	9
2.2	ESPECÍFICOS.....	9
3	JUSTIFICACIÓN	10
4	DELIMITACIÓN Y ALCANCE	10
4.1	ESTRUCTURA DEL PROYECTO	11
4.2	REVISIÓN DE LA LITERATURA	12
4.2.1	HISTORIA DEL ZAPATO: ORIGEN Y EVOLUCIÓN	12
4.2.2	EVOLUCIÓN DEL CALZADO	13
4.2.3	PROCESO DE FABRICACIÓN DE ZAPATOS	14
4.2.4	PASOS PARA LA ELABORACIÓN DE LOS ZAPATOS	15
4.2.6	UNA VEZ QUE LAS PIEZAS ESTÁN CORTADAS, SE PREPARAN PARA EL PROCESO DE COSIDO.....	16
5	CONCLUSIONES PRELIMINARES.....	19
6	METODOLOGÍA	19
6.1	DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA	19
6.2	IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES DE PROCESO Y DATOS	23
	• COSTOS DE PRODUCCIÓN, EN LOS QUE SE INCLUYE LOS COSTOS DE MATERIALES Y LOS COSTOS DE FABRICACIÓN.....	26
	• LOS GASTOS FIJOS DADOS POR ARRIENDO, SERVICIOS Y LOS COSTOS DE ADMINISTRACIÓN, EN DONDE SE INCLUYE EL SALARIO DE LOS SOCIOS QUE LABORAN EN EL NEGOCIO, LOS OTROS SALARIOS SE CONTEMPLAN DENTRO DE LOS COSTOS DE FABRICACIÓN.....	26
	• LOS COSTOS FINANCIEROS GENERADOS POR LOS PRÉSTAMOS ADQUIRIDOS PARA EL FUNCIONAMIENTO.	26
7	RESULTADOS.....	27
8	CONCLUSION GENERAL	29
9	REFERENCIAS	30

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1: Estructura del proyecto.....	11
Figura 2: Calzado en la historia	14
Figura 3: Metodología – Proceso de producción.....	22
Figura 4. Estrategia.....	25
Figura 5. Enfoque	26

Lista de tablas

	<u>Pág.</u>
Tabla 1: Productos	23
Tabla 2: Exportación.....	24

1. Introducción

Colombia cuenta con fuertes vocaciones regionales para el desarrollo del sector calzado que facilitan la generación de procesos de alto valor agregado, innovación y diseño, para lo cual avanza en fortalecer el tejido empresarial, incrementar su participación en el mercado interno, luchar contra el comercio desleal, consolidar un crecimiento estable de su producción y lograr que su “marca país” penetre principalmente con productos manufacturados a los mercados vecinos.

En el presente proyecto, se encontrará una nueva faceta sobre la comercialización de calzado en un modelo de negocio, aplicado por medio de la participación de las clientes buscando la comodidad por medio de un diseño propio.

El que un zapato guste o no, depende de: el diseño, el material empleado, la elaboración y el acabado final. En vista de que el calzado se compra con frecuencia por su presentación desde el punto de vista estético, por su comodidad, duración y bajo costo, el diseño será el factor determinante del éxito de ventas.

2 Objetivos

2.1 General

- Desarrollar un plan de negocio para una empresa comercializadora de calzado femenino, donde el cliente tenga la oportunidad de proponer sus ideas para diseñar su propio calzado cómodo.

2.2 Específicos

- Analizar técnica y financieramente el negocio con el fin de considerar cuantitativamente la viabilidad de este.
- Gestionar la mejor manera posible los insumos obtenidos, de forma que no afecte al medio ambiente, y clasificar los residuos tóxicos que el proceso de calzado genere, reduciendo el impacto sobre los recursos naturales.
- Hacer énfasis en la aplicación de valores que nos caracterizan como empresa, para fomentar mediante el comercio directo, la cultura de nuestro país.

3 Justificación

Se ha venido observando que, pese a que la industria del calzado presenta un desarrollo permanente y sostenido en el país, se evidencia y se observan oportunidades frente a los malos manejos administrativos, a los retos que impone el futuro y principalmente ante la falta de visión y proyección en todos los ámbitos.

Ser empresarios exige tomar riesgos y enfrentar las ventajas y desventajas que estos proyectos traen, oportunidades y las amenazas del entorno, generar rentabilidad y cumplir con las metas que se han planteado desde un principio.

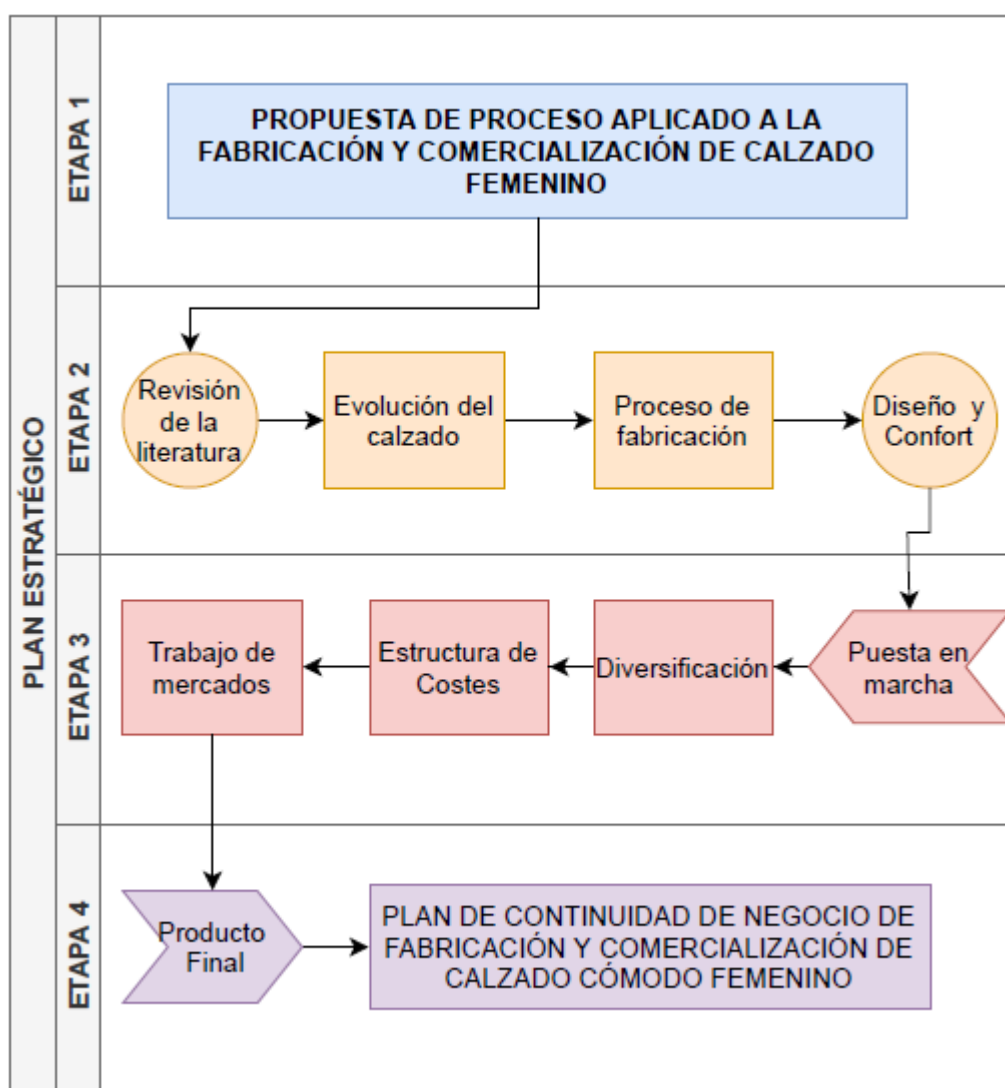
4 Delimitación y alcance

Este proyecto se basa en medir y conocer cuáles son los puntos en la que las mujeres necesitan comodidad para sus diferentes labores y/o actividades de su día a día, desarrollando de una manera más eficiente el calzado que más se ajuste a ellas. Sin embargo, uno de los grandes retos que tenemos es encontrar el material que mejor se ajuste, que sea práctico y fácil de manipular y cargar.

4.1 Estructura del proyecto

La problemática que se evidencia en la actualidad es la falta de practicidad, al momento de lucir elegante y cómoda a la vez, ya que las mujeres deben llevar zapatos de cambio los cuales son incomodos e impiden sentirse libres y se convierte en un dolor de cabeza llevar una maleta muy pesada.

Figura 1: Estructura del proyecto



Fuente: Elaboración propia

4.2 REVISIÓN DE LA LITERATURA

4.2.1 Historia del zapato: origen y evolución

La documentación más antigua conocida alusiva al calzado tiene más de 15.000 años. Se trata de unas pinturas rupestres halladas en una primitiva cueva. De forma esquemática aparecen hombres con una especie de botines y una mujer que calza algo parecido a unas botas de piel.

Por tanto, se puede afirmar que quién inventó el calzado fue el hombre prehistórico. Y respecto a cuándo se inventó el zapato es imposible saber con exactitud, pero como mínimo hace 15.000 años.

Podríamos afirmar que el origen del calzado comenzó con la sandalia. En el Antiguo Egipto se confeccionaban con paja trenzada o láminas de hoja de palmera. Era de uso masculino del que estaban excluidas mujeres y esclavos.

Se cree que el calzado existe desde aproximadamente el fin del paleolítico (10.000 AC.) debido a que existen pinturas donde se muestra cómo se trabajaba el cuero (y más específicamente el calzado). Era muy común caminar descalzo y utilizar los zapatos únicamente en caso extremo (al salir de casa).

Ya entonces, el zapato no sólo se utilizaba para proteger los pies, sino que era un símbolo que marcaba diferencias entre los seres humanos.

En la Edad Media se produce un cambio en el uso que se le da al calzado. Una vez generalizado su uso por parte del pueblo, el significado simbólico desaparece y comienza a cobrar fuerza el gusto por lo estético. Dicho de otra forma, el zapato empieza a ser un elemento fundamental para ensalzar las virtudes o tapar los posibles defectos en los pies.

Pero si en el Medievo eran los monarcas los que marcaban el ritmo de la moda, en el siglo XVIII un acontecimiento será el referente para el zapato: la Revolución Francesa.

Se busca un zapato cómodo. De esta forma el tacón cede su paso al zapato plano, a los escaarpines estrechos y a las sandalias de tiras enlazadas (reminiscencias de la Roma antigua).

Gracias al desarrollo industrial imperante en el siglo XIX aparecen nuevos modelos y formas de fabricar calzado. Ya a finales de los años 30 comienza a adquirir fuerza el botín, al igual que se crea el cubre zapatos o polaina.

Es en esta época cuando aparece un modelo que dejará una huella imborrable: el calzado Oxford. Se trata de una época importante para el zapato: gracias a la maquinaria utilizada empieza a hablarse de una industria del calzado y a finales del siglo XIX se comienza a producir en **serie**.

En esta época, encargar un par de zapatos a un artesano era un signo de distinción social.

El siglo XX será el siglo del zapato femenino. Las mujeres se incorporan paulatinamente a la esfera pública debido, en parte, a que tienen que sustituir en el trabajo a los hombres que han marchado a la guerra. Se pone de moda un estilo andrógino y práctico: vuelve el calzado bajo. Las guerras proliferantes en este siglo hacen que surja escasez en los materiales, así el cuero es sustituido por otros materiales menos nobles, pero más sencillos de obtener.

Con los años 50 llega el tacón de aguja o stiletto, que vuelve a ser de nuevo alto y sutil, mientras que el zapato bajo llamado «bailarina» se difunde a través de medios masivos como el cine (Audrey Hepburn los calzaba en «Sabrina»). Será una década más tarde cuando regresen los zapatos altos: mocasines, altas plataformas... y, poco a poco, se va mostrando una tendencia que es la que marca las últimas décadas del siglo XX y el propio presente: variedad. Un zapato para cada momento y para cada persona.

4.2.2 Evolución del calzado

Entre líneas dentro del origen del zapato, se ha podido visualizar, algunos de los cambios experimentados en cuanto a la confección de este importante complemento de la vestimenta.

Uno de los indicios de la evolución de la Historia del zapato, la encontramos dentro de los relatos realizados por el conocido escritor de la antigua Grecia, identificado como Homero; el cual relata con lujo de detalles a los héroes de sus poemas épicos, calzados con lujosas sandalias.



De esta manera se va visualizando con el zapato va formando parte de la vida de los seres humanos, sin importar el nivel social al cual pertenezcan, pues el zapato podía ser realizado de manera sencilla o humilde, pero también provisto de piedras preciosas e incluso oro.

La Historia del Zapato, continúa cambiando y entre los siglos del VII al X, inicia su aparición los elegantes calzados lucidos por Carlomagno, con una punta curva, aunque nada cómoda, que terminó por ser exagerada en algunos diseños.

4.2.3 Proceso de fabricación de zapatos

Los zapatos desde tiempos muy remotos han formado parte de la vestimenta de los seres humanos. Por su parte el zapato una palabra que proviene del turco zabata, es una parte sumamente importante para el cuidado del pie, el cual tiene propiedades que le permiten cubrir menos que una bota, pero más que una sandalia, y los mismos sirven básicamente para brindarnos resistencia y estabilidad en diferentes terrenos.

Para calzar al pie, el zapato cuenta con una parte superior que es flexible que puede estar elaborado con cuero, plástico, fieltro, tela, entre otros diversos tejidos, los mismos vienen más o menos abiertos por la zona del empeine, acompañados por una suela que consta de un material más pesado, de igual forma, los zapatos de marca, son elaborados mediante un proceso de alta producción, donde la calidad sin duda alguna, es un factor muy tomado en cuenta al momento de su fabricación, vale acotar, que las marcas de zapatos que cuentan con mayor renombre, son las de origen europeo, italianos, españoles o ingleses, ya que el proceso, para su elaboración, se hace en su totalidad de forma manual, además de que la manera en la que eligen su material, se hace de una forma muy selectiva.

4.2.4 Pasos para la elaboración de los zapatos

Antes de comenzar con el proceso de fabricación hay que decir que se hace indispensable un proceso anterior, el de diseño y patronaje del zapato, que a su vez consta de varios pasos. Lo primero que se hace, es un molde de hierro, plástico u otro material para cada pieza del zapato. Antiguamente esto se hacía a mano, de forma artesanal y siguiendo patrones que la experiencia iba aportando al fabricante, a base de prueba error se conseguían moldes para la horma interior del zapato que aportaban más o menos comodidad. Hoy día en la fabricación de zapatos gracias en parte al avance tecnológico y científico y con herramientas de diseño como los programas CAD/CAM se consiguen prototipos de horma que se pueden probar con ingeniería inversa, apartándolos a la ergonomía del movimiento del pie, estudiando en profundidad las formas y materiales más adecuados para cada componente del revestimiento del calzado.

4.2.5 Una vez se tenga el molde, se procede a cortar el material con el que se confeccionaran las piezas, estos pueden ser, lona, cuero, entre otros.

Antiguamente, el artesano zapatero cortaba manualmente cada pieza que componía el zapato, escogiendo con minuciosidad la parte de la hoja de piel que convenía más para cada pieza, incluso la piel mejor curtida tiene zonas mejores y peores, así este proceso tenía una gran importancia y era

el que mayor valor podía aportar al zapato una vez terminado. La dirección en que se extiende la piel también es otro factor para tener en cuenta, por su patrón debería cortarse longitudinal o transversalmente, de lo contrario el zapato podría perder su solidez. Los cortadores de piezas son los que muchas veces consiguen la verdadera magia del calzado artesanal contribuyendo de forma sustancial a la belleza y solidez del zapato, ya que su trabajo es el de elegir y cortar los trozos de piel, siendo este puesto solo apto para manos expertas en lo referente a tonalidades, peso, humedad y flexibilidad de la piel.

4.2.6 Una vez que las piezas están cortadas, se preparan para el proceso de cosido.

Las piezas que conformarán el zapato deben prepararse antes del cosido, una vez cortadas todas las piezas que deben estar agrupadas por tamaños, no nos olvidemos de las tallas, se pintan unas guías que indican donde se deben realizar las costuras. El cuero es un material más duro que la tela por ello el cosido si es realizado a mano es mucho más laborioso, al coser la piel de las piezas que conformaran el empeine suelen utilizarse dos agujas para que el proceso sea un poco más fácil. A veces las piezas ya están precocidas a máquina para que luego el patrón del cosido a mano sea más fluido dando como resultado un acabado perfecto.

4.2.7 ¡Ha llegado la hora de unir las piezas del zapato, todo un arte!

Las piezas de cuero más comunes en todos los zapatos suelen ser el empeine, la lengüeta, el talón, las palas y el forro interior, estas partes deben ir cosidas firmemente para aportar durabilidad y debe hacerse de forma refinada para aportar belleza al conjunto. Existe una gran variedad de construcción del calzado: el montado convencional, el cosido Blake, el san crispino, el cosido guante, el strober, el Goodyear, el kiowa, el vulcanizado y el de inyección directa al corte. El proceso de unión de las piezas suele hacerse con máquinas especiales de coser piel que pueden ofrecer diferentes patrones de cosido dejando un acabado uniforme.

4.2.8 Ya en este nivel, se procede a colocar los ojales, realizar costuras de embellecido, montar forros y aparado del calzado.

El aparado del calzado podríamos entenderlo como el montado de todas las piezas que conforman la parte superior del zapato, las aparadoras y aparadores dan forma al zapato al ir uniendo todas las piezas, cosiéndolas o pegándolas según se precise. Cuando nos preguntamos cómo se hacen los zapatos, posiblemente quien mejor nos lo podría responder sería un aparador o aparadora de calzado ya que son ellos quienes dan forma tridimensional al diseño, a los cortes de piel, mediante un proceso totalmente artesanal, muchas veces, y por la experiencia adquirida un buen aparador es capaz de realizar verdaderas obras de arte en cada zapato.

4.2.9 Preparación del zapato para unirlo a la suela

Aquí, se ensambla, se monta y se realiza el acabado del calzado, juntando las plantillas o avíos, una vez esto se realiza, se procede a colocar sobre la horma la punta del zapato, para coser los lados y montarle el talón. Una vez todo esto está listo siempre pueden quedar sobrantes de piel tras el proceso, por ello es importante realizar una revisión a fin del localizar estos fallos y subsanarlos bien rebajando con una cuchilla o lijando a fin de que ningún defecto pueda afectar a la comodidad del zapato.

4.2.10 Estabilizado del material mediante calor.

Se pasa por los hornos, que se encargan de estabilizar las hormas, luego se lija (carda), toda la piel que se debe adherir a la suela para aplicarle pegamento. Este proceso tiene su importancia ya que en gran medida es el responsable de que la unión entre dos piezas de distintos materiales permanezca unida a lo largo de la vida útil del calzado. Los adhesivos o colas para calzado tienen tres características diferenciadoras: la viscosidad, el tiempo en abierto (esto es, el tiempo máximo en el cual las dos piezas a pegar pueden Inter penetrarse correctamente) y por último la velocidad de evaporación del componente. Con los hornos se consigue manejar de una manera óptima las temperaturas que afectan a estas características de los adhesivos.

4.2.11 Proceso de pegado de la suela al cuerpo del zapato

En la fabricación de zapatos se utilizan distintos tipos de adhesivo, dependiendo fundamentalmente del material de la suela se utilizará uno u otro. Por lo general se aplica el adhesivo sobre las dos superficies a unir, se deja secar durante un tiempo estimado y después se realiza la unión de las dos piezas siempre dentro del tiempo en abierto de la cola, algunos adhesivos permiten la reactivación del adhesivo alcanzando una determinada temperatura. Se unen ambas superficies y se prensa.

4.2.12 La suela es prensada.

Normalmente después del proceso de pegado que suele realizarse en dos pasos, primero un pegado simple y luego uno con calor que provoca una reactivación del adhesivo, se procede al prensado con una máquina que prensa que con un mecanismo habitualmente hidráulico aplica presión en las zonas donde se ha realizado la unión para conseguir un resultado de pegado duradero.

4.2.13 Proceso de cosido de la suela.

En determinados zapatos con el proceso de pegado y prensado ya tendríamos el par listo, pero en este post estamos hablando de zapatos artesanales y el cosido final del cuerpo del zapato a la suela es fundamental en este tipo de calzado. Tenemos que decir que los tipos de cosido más habituales son el "Blake welt" y "Goodyear welt" por su terminología en inglés.

4.2.14 Revisión de los zapatos antes de su acabado final.

Se colocan las piezas por pares y tallas en filas o lotes, para revisarlas detalladamente, en este paso si se observa algún defecto en un zapato se desecha si el problema es grave o se repara si se

puede. Tenemos dos pies, por ello necesitamos dos zapatos que formen el par, por ello se deben emparejar, un zapato para un pie derecho y otro para el izquierdo, al ser un producto artesanal y elaborado zapato a zapato estos tienen que ser lo más parecidos posible, ya que como habíamos expuesto con anterioridad en una misma pieza de piel, puede variar la textura, el dibujo, o incluso la tonalidad de color de la piel.

5 Conclusiones preliminares

De acuerdo con la información encontrada la producción de calzado se ha incrementado, de acuerdo con las necesidades que han venido surgiendo a lo largo de la historia de la humanidad. La capacidad de producción de calzado para damas, y el margen de utilidad deseada son moderadas; sin embargo, el proyecto resultara rentable, debido a que las mujeres suelen buscar un accesorio que sea bonito, elegante, femenino, pero sobre todo cómodo. La creación de nuevos modelos permanentemente por las exigencias puede resultar rentable, mediante el acuerdo con los clientes potenciales buscando nuevos mercados para la colocación del producto.

6 METODOLOGÍA

6.1 Descripción de la Metodología

6.1.1 Identificación del Producto o Servicio:

Nuestro calzado es un bien tangible, económico, complementario, final y privado, es apropiado, cómodo, confortable y duradero, se adapta al pie fácilmente por calidad de los materiales, a su vez respeta la anatomía del pie, su longitud y anchura en todos los niveles (tobillo, empeine, dedos...). Tiene atributos diferenciales, así como materiales, diseños, colores, tallas. Es flexible, estables, durables y económicos.

6.1.2 Recursos clave para el proceso:

Requerimos de varios recursos para este modelo de negocio son físicos, humanos y financieros: los cuales nos permitirán ofrecer un servicio óptimo y producto de calidad para nuestros clientes

- El recurso humano con su conocimiento y compromiso.
- La producción
- El servicio
- El diseño
- Maquinaria
- Insumos
- Recurso humano: empleados
- Ingenio de diseño
- Tienda, local
- Servicios públicos

De los recursos anteriormente mencionados los primordiales son: el diseño del calzado pues se busca ofrecer comodidad y exclusividad, el servicio al cliente donde la óptima atención de nuestro personal pueda ofrecer asesoría de forma adecuada al cliente lo que garantiza una buena relación con ellos; y nuestra tienda por que a través de ella daremos a conocer nuestros productos.

6.1.3 Rango de edad e ingreso:

Nuestro segmento del mercado son las mujeres entre los 25 y 50 años de estrato tres, cuatro y cinco, en la ciudad de Bogotá que buscan adquirir un producto que les brinde comodidad y elegancia, con diseños exclusivos hechos a su medida. Colombia es un país reconocido a nivel mundial por ser una zona de moda, diseño e insumos de calidad en materia de calzado, el calzado y los artículos de cuero representan ventas superiores realizadas por los grandes formatos comerciales e hipermercados y la mayor producción y comercialización de calzado colombiano

se concentra en el segmento del calzado popular, caracterizado por una calidad media, en moda y bajos precios, además, las damas compran más que lo hombres.

6.1.4 Características:

Para nuestra tienda los clientes son la base de nuestro negocio, por lo mismo analizaremos sus gustos, el calzado de acuerdo con la necesidad diaria y a las actividades que estos realizan; para segmentar el mercado donde ofreceremos nuestros productos tendremos en cuenta los productos mostrados a través de nuestra página web y nuestros catálogos donde realizaremos encuestas para analizar los comportamientos de compras de nuestros clientes. Colombia es un país reconocido a nivel mundial por ser una zona de moda, diseño e insumos de calidad en materia de calzado. El calzado y los artículos de cuero representan ventas superiores realizadas por los grandes formatos comerciales e hipermercados. La mayor producción y comercialización de calzado colombiano se concentra en el segmento del calzado popular, caracterizado por una calidad media, en moda y bajos precios. Las damas compran más que lo hombres.

6.1.5 Descripción de que le aporta la empresa al mercado

“Comodidad para tus pasos” camina contigo, te entiende y sabe que estas cansada de lo tradicional por eso quiere brindarte exclusividad en cada paso que das para que te veas y te sientas bien. Ofreciéndote productos innovadores, diseñados por personas que cuidan cada detalle para que luzcas siempre perfecta de acuerdo con tus necesidades y preferencias sin que te cueste demasiado, en nuestra tienda también encontrarás el mejor acompañamiento al momento de elegir, tendrás una experiencia que querrás volver a vivir.

Además, lanzamos al mercado un nuevo producto pensando en la facilidad y comodidad de llevar unos tacones removibles, los cuales van a ser de tu agrado ya que tendrás dos tipos de zapato en uno solo.

6.1.6 Análisis DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacidad de producción. ▪ Capacidad del industrial para adaptarse. ▪ Uso de tecnología por parte de las grandes empresas. ▪ Buenos imitadores. ▪ Trayectoria exportadora en mercados naturales: Venezuela, Ecuador, Panamá, Costa Rica, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Concentración de mercados. ▪ No se estimula la innovación y la creación. ▪ Escaso nivel de tecnificación por parte de las pequeñas empresas ▪ Desconocimiento de canales de comercialización. ▪ El sector no tiene imagen a nivel internacional, el producto cuenta con pocas marcas reconocidas.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Colombia es una opción de compra para algunos países. ▪ Aprovechamiento de TLC's. ▪ Apertura comercial ▪ Adquisición tecnología. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contrabando. ▪ Baja disponibilidad de materia prima de alta calidad. ▪ Uso inadecuado de los centros tecnológicos.- Ceinnova.

Figura 2: Metodología – Proceso de producción

Diagrama Proceso de fabricación del calzado:



Fuente. Elaboración propia

6.2 Identificación de variables de proceso y datos

6.2.1 Fuentes de ingreso:

Inicialmente los ingresos provendrán de la venta directa de nuestro calzado en los puntos de venta, buscaremos desarrollar la página web para realizar una campaña de venta virtual del catálogo general y la venta del servicio del catálogo personalizado. Con los clientes potenciales del nicho de mercado al que nos enfocaremos buscamos encontrar la base de ingresos que nos brinde el equilibrio del negocio, los ingresos de ventas virtuales deben ser el soporte para el desarrollo y el crecimiento.

NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	CANTIDADES	PRECIO DE VENTA UNITARIO SIN IVA	INGRESOS TOTALES
Valeta	864	\$35.000,00	\$30.240.000
Tenis	720	\$50.000,00	\$36.000.000
Bota	228	\$80.000,00	\$18.240.000
Sandalia	432	\$30.000,00	\$12.960.000
Plataforma	204	\$65.000,00	\$13.260.000
Bolichero industrial	432	\$55.000,00	\$23.760.000

Esta tabla indica los precios de nuestros productos y los ingresos que adquirimos por la venta de ellos, el costo de nuestro producto es asequible para los clientes, por lo mismo ellos podrán llevar nuestro producto y están dispuestos a pagar un precio razonable.

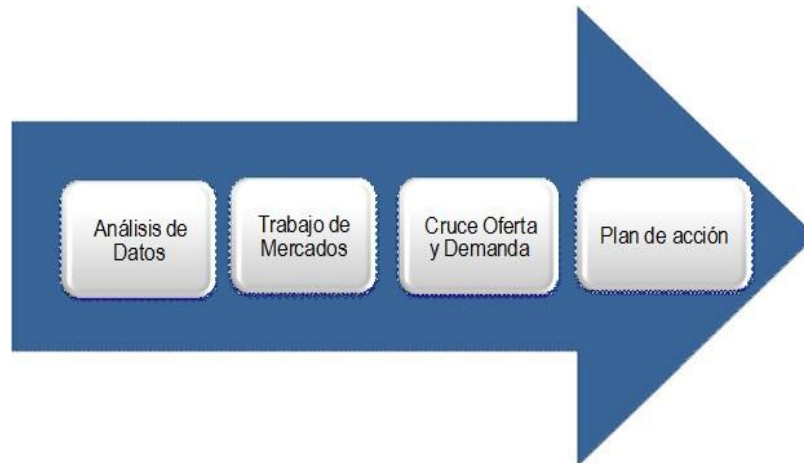
6.2.2 Exportaciones del sector

SECTOR	2010	2011	Variación %
Calzado	44.407.166,45	52,195.476,62	18%

6.2.3 Marco de referencia

- Colombia es un país reconocido a nivel mundial por ser una zona de moda, diseño e insumos de calidad en materia de calzado.
- El calzado y los artículos de cuero representan ventas superiores realizadas por los grandes formatos comerciales e hipermercados.
- La mayor producción y comercialización de calzado colombiano se concentra en el segmento del calzado popular, caracterizado por una calidad media, en moda y bajos precios.
- Las damas compran más que lo hombres

6.2.4 Estrategia – metodología



Diversificación	Incursionar en nuevos mercados, aprovechando los tratados de libre comercio.	50%
Nuevos Mercados e Innovación	Identificar nuevos nichos y/o segmentos de mercado para productos diferenciados.	10%
Consolidación mercados ya existentes	Mantener y profundizar los actuales destinos de las exportaciones en mercados naturales.	40%
	Continuar con el desarrollo de mercados ya explorados en los que tenemos presencia y posicionar los productos del sector.	

6.2.5 Enfoque de la estrategia

Marca y Diseñadores: Empresas que producen productos bajo su propia marca

Canales de comercialización identificados:

- ✓ Boutiques especializadas
- ✓ Tiendas por departamento
- ✓ Show Rooms
- ✓ Distribuidores
- ✓ Ventas Online



Sourcing – Paquete completo: Empresas que producen marcas para terceros

Canales de comercialización identificados:

- ✓ Marcas privadas
- ✓ Almacenes de grandes superficies
- ✓ Ventas online y catálogos

6.2.6 Estructura de costes

Los costos de negocio están dados por:

- Costos de producción, en los que se incluye los costos de materiales y los costos de fabricación.
- Los gastos fijos dados por arriendo, servicios y los costos de administración, en donde se incluye el salario de los socios que laboran en el negocio, los otros salarios se contemplan dentro de los costos de fabricación.
- Los costos financieros generados por los préstamos adquiridos para el funcionamiento.

6.3 Conclusión preliminar

El alto impacto que genera la necesidad de estar cómodos y llevar una vida llena de confort, no lleva a mostrar la importancia del sector del calzado colombiano que justifique llegar a emprender y fomentar un costo que permita llevar zapatos con una valor lógico y coherente que pueda competir con el calzado a nivel nacional.

7 RESULTADOS

7.1 Diseño básico para el modelo

Para el diseño básico del zapato se plantea un estándar donde los tacones se pueden remover e intercambiar en distintos escenarios tanto personales como laborales, para todo tipo de ocasión evidenciando la viabilidad técnica y financiera

7.2 Estrategias de mercado

7.2.1 Canales de comercialización y producción

Externalizar la distribución del calzado, manejado índices bajos de ventas podría ocasionar utilidades más bajas que si se realizará de manera propia.

- Comercialización a través de plataformas con un cobro de comisión para la publicación, soporte, venta y marketing del producto donde se destinará la información pertinente del registro y puesta en marcha de la propuesta.
- A través de una empresa dedicada al posicionamiento de marcas se buscará generar ventas vía web y redes sociales generando distribución desde un punto de fábrica.

7.3 Materia prima

Debido a que existe gran cantidad de proveedores, precios y calidad, se toma como referencia aquellos cuya calidad sea media-alta y precio sea menor dentro de ese rango. Por lo anterior se toma base la compra a diferentes proveedores según la necesidad, teniendo en cuenta qué proveedores son diferentes para cada uno de los requerimientos necesarios en el proceso de fabricación del calzado y se toma un precio promedio de materia prima para la elaboración de los costos mismos, por ende, los proveedores varían dependiendo de factores como: cambio en los precios y/o calidad de los productos.

7.4 Estrategias en precios

Se deberá indagar en almacenes y tiendas tanto presenciales como virtuales el valor promedio de los zapatos de tacón en el mercado. De lo anterior se promediará cada ítem con el precio mayor y menor de venta y luego se promediarán los resultados obtenidos para establecer un costo de

zapato cómo base, que igual en el análisis de costo se estimara un precio sobre los costos fijos y variables.

Para generar competencia el precio, se evaluó con las grandes marcas que publican sus productos en las plataformas digitales, obteniendo un promedio de precio estimado de COP\$ 120,000 para zapatos de tacón alto y COP\$ 105,000 para zapatos de tacón bajo, Por otro lado, observando los precios de almacenes ubicados en las calles o son las comerciales coma se evidencia el bajo costo y calidad de los zapatos llegando incluso a valer COP\$ 60,000 de tacón alto y COP\$ 50,000 de tacón bajo.

La fabricación y comercialización de zapatos con tacón removible, trabajando con materiales estándar a precios regulados y a sabiendas que se está manejando un producto dos (2) en uno, con diseño sofisticado, con detalles especiales que lucen bien, tanto para momentos formales como casuales, elaborados con materiales de primera calidad con resistencia y de gran durabilidad brindando comodidad que espera toda mujer en el uso de su calzado.

7.5 Ventajas competitivas y propuesta de valor

Es un producto revolucionario que logra es complicar el uso de tacón alto, permitiendo comodidad total al poder remover el tacón para realizar actividades cotidianas como el desplazamiento, la conducción o simplemente para descansar en diferentes ocasiones, sin necesidad de cambiar de calzado, ahorrando costos y maximizando el espacio de bolsos, eliminando la necesidad de cargar bolsas adicionales que son muy reconocidas y que requiere una mujer para estar bien presentada.

8 CONCLUSION GENERAL

En busca de practicidad cotidiana en las distintas actividades de las mujeres, teniendo en cuenta su comodidad, se busca resolver el planteamiento del problema que generan los zapatos con tacón. Se realizó un análisis de exploración de la viabilidad en el mercado, obteniendo resultados a la posibilidad de fabricar y comercializar zapatos con tacón removible, La importancia del sector del calzado en Colombia justifica cualquier investigación encaminada a cuantificar un costo del par de zapatos lógico y coherente que pueda competir. Es satisfactorio implementar ideas que vayan en beneficio de la creación o recuperación de plazas de empleo de una región, especialmente en el sector del calzado que en la última década ha visto disminuir sustancialmente su participación en el mercado debido a la comercialización desleal.

9 REFERENCIAS

CURIOSFERA. (2021). HISTORIA DEL CALZADO. 2021, de CURIOSFERA Sitio web:
<https://curiosfera-historia.com/historia-del-calzado/>

Podólogos. (2021). Historia del calzado. 2021, de Podólogos Sitio web:
<https://www.sarrocapedologos.es/historia-y-evolucion-del-calzado-podologo/>

UTB. (2020). Calzado. 2021, de UTB Sitio web:
<https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0061851.pdf>

Milpies. (2021). Tendencias de fabricación. 2021, de Milpies Sitio web:
<https://www.milpies.es/zapatos/blog/tendencias/fabricacion-de-calzado-artesanal/>

UCC. (2020). Plan de negocio. 2021, de UCC Sitio web:
https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/5437/1/2016_plan_negoneg_empresa.pdf

DSpace. (2021). Calzado. 2021, de DSpace Sitio web:
<http://dspace.espace.edu.ec/bitstream/123456789/914/1/27T056.pdf>

Lavanguardia. (2020). Zapatos. 10/02/2020, de Lavanguardia Sitio web:
<https://www.lavanguardia.com/vivo/lifestyle/20200210/473290719512/elegir-zapato-adecuado-salud-pies.html>.

Siempre Mujer. (2015). ¿Cuáles son los 9 problemas que generan loszapatos con tacón? 15/04/2015, de Siempre Mujer Sitio web:
<https://siempremujer.com/estilo/9-problemas-que-provocan-los-tacones/81642/>

Patricia Matey. (2016). La culpa es de los zapatos. 04/10/2016, de El país Sitio web:
https://elpais.com/elpais/2014/09/25/buenavida/1411650938_501950.html

Calzados Vesga. (2021). Importancia de los zapatos cómodos. 2021, de Calzados Vesga Sitio web: <https://www.calzadosvesga.com/blog/importancia-zapatos-comodos/>