



**plan de negocios para la empresa dedicada a la fabricación y distribución de  
zapatos ortopédicos**

**Gisell Sarith Aroca Medina**

**Código: 20312016663**

**Universidad Antonio Nariño**

Programa admiración de empresas

Facultad de ciencias económicas y administrativas

Santa Marta (Magdalena), Colombia

Año



Plan De Negocios Para la Empresa Dedicada a La Fabricación y Distribución De  
Zapatos ortopédicos

Gisell Sarith Aroca Medina

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

Administrador De Empresas

Director (a):

Doctor. Edgar Agudelo López

Codirector (a):

Lic. Blanca Lucia Lobo Álvarez

Línea de Investigación:

Gestión de la innovación

**Universidad Antonio Nariño**

Programa Administración de empresas

Facultad De Ciencias Económicas y Administrativas

Santa Marta (Magdalena), Colombia

2021



## NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado  
Plan De Negocios Para la Empresa Dedicada a La Fabricación y Distribución De  
Zapatos Ortopédicos, Cumple con los requisitos para optar

Al título de Administrador De Empresas.

---

Firma del Tutor

---

Firma Jurado

---

Firma Jurado

## Contenido

Pág.

Paginas

<b>1. INTRODUCCION</b>	
.....	<b>5</b>
<b>2. JUSTIFICACION</b> .....	
.....	<b>6-9</b>
<b>3. ANTECEDENTES</b> .....	
.....	<b>10-11</b>
<b>4. OBJETIVOS</b> .....	
.....	<b>12</b>
<b>4.1 OBJETIVOS</b>	
<b>GENERALES</b> .....	<b>12</b>
<b>4.2 OBJETIVOS</b>	
<b>ESPECIFICOS</b> .....	<b>12</b>
<b>5. DESCRIPCION DEL PLAN DE</b>	
<b>EMPRESA</b> .....	<b>13-16</b>
<b>6. ANALISIS DEL</b>	
<b>MERCADO</b> .....	<b>17</b>
<b>6.1 ANALISIS DE LA</b>	
<b>COMPETENCIA</b> .....	<b>18</b>
<b>6.2 INVESTIGACION DE</b>	
<b>MERCADO</b> .....	<b>19-26</b>
<b>6.3 PLAN DE</b>	
<b>MARKETING</b> .....	<b>27</b>
<b>6.3.1. ESTRATEGIA DE</b>	
<b>PRODUCTO</b> .....	<b>27</b>
<b>6.3.2. PRODUCTO MÍNIMO VIABLE – PROTOTIPO</b> .....	<b>28</b>

6.3.3. DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	29
6.3.4. ESTRATEGIA DE PROMOCION.....	29
6.3.5. ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD.....	29
6.3.6. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION.....	29
6.3.7. ESTRATEGIA DE PRECIO.....	29
7. PLAN DE OPERACIÓN.....	30-31
8. PLAN FINANCIERO.....	32-
38	
9. CONCLUSIONES Y LOGRO.....	39
10. BIBLIOGRAFIAS CITADAS.....	41

**Lista de Figuras**

	<b>Pág.</b>
<b>Figura 1:</b> .....	
6	

**No table of figures entries found.**





*(Dedicatoria)*

A mi tutor Edgar Agudelo López, le quiero agradecer que sin usted y sus virtudes no hubiese podido lograr este trabajo, sus consejos y correcciones fueron de mucha utilidad en especial cuando de mis pensamientos no salían palabras para escribir, fue una parte muy importante en este proceso con sus características de profesional, muchísimas gracias por sus palabras de aliento y por sus orientaciones.

A mis profesores, en especial a mi Coordinadora Blanca Lobo, sus palabras fueron sabias, sus conocimientos rigurosos y preciosos. A ustedes les debo mis conocimientos los llevare siempre a donde vaya conmigo por su transmitir profesional, gracias por su paciencia, por compartir sus conocimientos de forma profesional e invaluable, por sobre todo la perseverancia y tolerancia que tuvieron conmigo.

A mis padres ya que siempre fueron siempre el motor de cumplir mis sueños y metas, estuvieron a mi lado en los días y noches más difíciles de estudio, les dedico a ustedes este logro amados padres, como una meta más conquistada. A mi abuelo Alcides Aroca que a pesar de que ya no está con nosotros siempre me impulso e inculco el sentido del estudiar.

A mis compañeros en especial a Valeria Montero, hoy culmina esta maravillosa aventura, cuantas tardes y horas de trabajo para llegar hasta aquí, hoy cerramos un capítulo maravilloso en nuestras vidas gracias por su apoyo y por estar allí siempre.



## **Agradecimientos**

Principalmente a Dios por haberme dado la vida y permitirme culminar este logro tan importante para mi formación profesional. A mi madre por su apoyo incondicional y darme su cariño más sincero, sin importar nuestras diferencias, por formarme con buenos valores, modales y sentimientos los cuales me han ayudado mucho en este proceso. A mi padre por brindarme su cariño y su apoyo, a pesar de sus días duros de trabajo siempre estuvo conmigo dándome la mano sin importar las circunstancias, A mi abuela Sara por darme aliento cada día al despertar y elevar sus oraciones al cielo para que cuidara siempre de mí.

A mis compañeros por estar conmigo dándome aliento, en los días difíciles y gracias por sus lindos y buenos consejos.



## **Resumen**

El calzado ortopédico es de gran utilidad para los niños o niñas que tienen problemas podológicos, así como también algunos buscan mayor confort con sus zapatos, actualmente en Colombia existen pocas empresas posicionadas en el mercado, por lo que se genera una oportunidad de mercado para ingresar a la industria.

El siguiente plan de empresa tiene como objetivo realizar un plan de negocios de una empresa que fabrica y comercializa zapatos ortopédicos para niños, en la ciudad de Santa Marta y realizar el estudio de mercado para la creación de una empresa de calzado ortopédico en la ciudad antes mencionada y identificar el plan operativo para la empresa, de esta manera definir la oportunidad del plan de empresas, permitiendo determinar con certeza la metodología utilizada que tuvo un diseño no experimental con alcance descriptivo y cuantitativo; la muestra se realizara en la ciudad de Santa Marta en la zona céntrica donde estará ubicado el negocio.

Los resultados demostraron que existe un mercado atractivo que considera muy relevante el mercado ortopédico, el mayor motivador fue el color diferente de blanco o negro con un “si” del 74%. La demanda se estableció en 99 pares de zapatos.

### **PALABRAS CLAVES**

Niños, Diseños, Innovación, Ortopedia, Globalización, Exportación, Creatividad.

## **Abstract**

Orthopedic footwear is very useful for children who have podiatric problems, as well as some seek greater comfort with their shoes, currently in Colombia there are few companies positioned in the market, so it generates a market opportunity to enter the industry.

The following business plan aims to carry out a business plan of a company that manufactures and markets orthopedic shoes for children, in the city of Santa Marta and to carry out the market study for the creation of an orthopedic footwear company in the aforementioned city and identify the operational plan for the company, in this way define the timeliness of the business plan, allowing to determine with certainty the methodology used that had a non-experimental design with descriptive and quantitative scope; the exhibition will be held in the city of Santa Marta in the central area where the business will be located.

The results showed that there is an attractive market that considers the orthopedic market very relevant, the biggest motivator was the different color of black or white with a "if" of 74%. The demand was set at 99 pairs of shoes.

## **KEY WORDS**

Children, Designs, Innovation, Orthopedics, Globalization, Export, Creativity  
Intención

## **1. INTRODUCCION**

El siguiente plan de negocio para la empresa Ortokids, en administración de empresas trata de realizar una línea de zapatos ortopédicos para niños, dirigida hacia la sociedad, dándose a conocer a cada padre de familia como una marca y una empresa esforzándose con las ideas y dedicaciones a cumplir todos los deseos de los niños de 4 a 12 años que serían nuestros clientes directos. Se detecta una problemática social y médica que puede ser resuelta a través del diseño de zapatos ortopédicos.

Se considera, en primer lugar, una alta calidad de producción, utilizando materiales adecuados para la obtención de beneficios. La realización de unos zapatos ortopédicos suele constituir un reto, ya que se precisa unir las necesidades terapéuticas de corrección o protección del pie a las exigencias estéticas y de la moda actual. Se ve, con demasiada frecuencia, que terminan quedando en el fondo del guardarropa, incluso, a veces, sin haber

sido usados, rechazados por un paciente que generalmente no ha sido bien informado. Sin embargo, es un medio terapéutico eficaz que, como cualquier otro proceso médico, se basa en un seguimiento regular.

El tratamiento mediante zapatos ortopédicos está dirigido a aquellas personas cuyos pies presentan una deficiencia anatómica o funcional de origen óseo, articular, muscular o neurálgico, no pudiéndose compensar con los zapatos de serie regular. Como todo calzado, es producido en una horma. A diferencia del calzado de serie, los zapatos ortopédicos precisan de una forma individual realizada a medida para el pie del paciente. Cada horma debe encajar exactamente con las medidas del mismo, y se realizan respondiendo al diagnóstico médico dado por un especialista en podología. La función del encargado de diseñar la plantilla ortopédica es la de crear una prótesis correctiva que sostenga al pie y al tobillo.

Esta función primordial se aplica al diseño estético, tratándose, en el caso del presente plan de empresas, de zapatos para niños. Las deformidades en el pie para las cuales son confeccionados los zapatos a medida son defectos congénitos en posición, dolor, defectos generados por accidentes u operaciones, y deformaciones causadas por enfermedades, entre otros. Así mismo, pueden ser elaborados para pies sanos, pero se destinan a aquellas personas con un tamaño especial, como un pie muy grande, ancho, estrecho o pequeño. Por estos motivos, y de acuerdo con la tipología del problema, se llegará a la producción de un calzado que no será distribuido en tiendas comerciales, sino que se entregará de forma personalizada por el fabricante ortopédico, puesto que posee diferentes exigencias que lo hacen único. En la actualidad, para una mayor aceptación social del calzado, es conveniente considerar las tendencias de la moda cuando se comienza el proceso de creación de una línea de zapatos ortopédicos infantiles. Esto debe sumarse a la necesidad de comodidad del producto, y a su capacidad de sostener el pie y el tobillo del menor.

Las posibilidades de corrección ortopédicas actuales son altas y variadas, pero el momento de elegir un zapato de este tipo puede resultar una experiencia difícil y traumática para el paciente. Es por esto que, aportando un diseño elegido por él, con cuidado estético, a la moda y bien elaborado, la experiencia de elección puede cambiar, generando una satisfacción en la compra futura. Se recuerda que esto puede ser, a su vez, promotor del uso frecuente del elemento terapéutico. En lo que respecta a la moda en calzados de niños actual,

lejos queda aquella época en la que sólo se usaban los zapatos con pulsera, los cuales siguen en el mercado, pero ya no se utilizan con frecuencia. Las zapatillas son hoy una de las prendas más completas para el niño, por ser cómodas, flexibles y placenteras para el andar diario.

## 2. ANTECEDENTES

En Colombia las empresas dedicadas a la fabricación de zapatos ortopédicos toman mayor fuerza a partir de los años ochenta, aunque se incursiono en este mercado hacer más de 20 años, hoy en día, es una tecnología impulsada por potencias mundiales tales como Alemania y Japón.

A continuación, se hace referencia a algunas de las empresas pioneras en la fabricación de zapatos ortopédicos en Colombia junto con algunas fundaciones que actualmente trabajan en el contenido, para así poder conocer los referentes previos de los que se tienen registro.

- **Laboratorio Gilete:**

Inicia sus actividades en octubre de 1989 con el fin de dar una solución alternativa a una discapacidad presentada en la familia de un fundador y actual director de este, el Doctor José Manuel Gómez Torres. Esta empresa se encuentra en la línea de prótesis que incluye los miembros superiores e inferiores.

- **Otto bock Colombia:**

A principios del siglo xx Otto bock, creador de esta empresa transformo la forma en que se realizan estos aparatos, en lugar de tallar la madera para adaptarse a un paciente, aplico técnicas de fabricación y creo componentes separados que podrían ser combinados, alterados o modificados para diferentes requisitos.

- **ACICAM:**

Para el segundo semestre de este año, tiene la proyección de crecimiento más de 3.5% en su industria. Según la Hermandad, esta calificación se hizo considerando la lenta



recuperación que el sector tenía. Sin embargo, se encuentra en los primeros meses del semestre, en el que se sabrá que se conocerá la tendencia regulada por el período final del año. "Creo que hay un cambio de expectativas que ahora son positivas en la economía en general. Especialmente, porque ya no hay incertidumbre para el tema electoral".

En este sentido, es importante conocer que estudios previos se pueden encontrar para tomarlos como referentes a nuestro proyecto, resaltando los objetivos de cada uno de estos, la metodología y la descripción del proceso y así poder tener un modelo a seguir, son estudios parecidos y que toman las mismas bases investigativas.

- **El proyecto de Piloso y Plaza (2016) titulado “Estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de calzado ortopédico”**

Tiene como objetivo determinar la factibilidad financiera para la creación de una fábrica de calzado ortopédico, la metodología de la investigación es desarrollada a través de un trabajo de campo, el tipo de investigación es descriptivo, el enfoque que se utiliza es cuantitativo porque se requiere de la utilización de encuestas, el target de investigación son las mujeres mayores de 18 años de la ciudad de Guayaquil que sufren de malformada o deficiencia en sus dos pies. En conclusión, es factible la creación de una fábrica de calzado ortopédico por los beneficios para la salud que generan estos productos y lo incluyentes que son con un grupo determinado, por ello se ha tomado como referente.

- **El proyecto de Barahona y Llerena (2016) titulado “Estudio de factibilidad para la introducción de las botas ortopédicas Ergobaum dirigido al área de rehabilitación en el mercado guayaquileño a través de la empresa Ecuadorian Medical Fly”**

Tiene como objetivo realizar un estudio de factibilidad para la introducción de las botas ortopédicas Walker Shoebaum dirigido a pacientes con problemas al caminar, que estén en el área de rehabilitación en el mercado guayaquileño, se conoce que la mayoría de las personas (98%) no saben que las botas son beneficiosas para la recuperación de extremidades inferiores del ser humano, sólo el 2% conoce de esta información, a través de los resultados de la encuesta se concluye que es factible introducir las botas ortopédicas Ergobaum en el mercado guayaquileño, este estudio es pertinente porque permite

comprender el problema del desconocimiento de la comunidad en general sobre temas que afectan a un grupo poblacional.

- **Silva (2015) en su proyecto titulado “Propuesta para la creación de una empresa diseñadora y fabricante de zapatos ortopédicos para niños en la ciudad de Guayaquil”**

Tiene como objetivo general determinar la aceptación del calzado ortopédico con diseños infantiles en la ciudad de Guayaquil, la encuesta está dirigida a 218 personas, se concluye que el precio es un factor importante para que se realice la compra de los zapatos ortopédicos. La investigación aporta con el conocimiento necesario acerca de la aceptación de los zapatos ortopédicos en la ciudad de Guayaquil, este proyecto tiene varios puntos que se asemejan a la presente investigación, debido a que toma como potenciales clientes a niños de la ciudad de Guayaquil y nuestro proyecto toma niños de la ciudad de Santa Marta.

Por lo anterior, se ha formulado la siguiente pregunta problema

¿Qué elementos deben considerarse para la preparación de un plan de negocios, para una empresa que produce y comercializa zapatos ortopédicos para niños en la ciudad de Santa Marta.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. OBJETIVO GENERAL**

Formular el plan de negocios para una empresa que fabrique y comercialice zapatos ortopédicos enfocados en niños de 4 a 12 años en la ciudad de Santa Marta.

#### **3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un estudio de mercado para la creación de la empresa de calzado ortopédico infantil en la ciudad de santa marta.

- Estructurar el plan operativo de la empresa en el cual se muestren los objetivos y pasos a seguir para el beneficio de esta.
- llevar a cabo el plan financiero y económico para determinar los gastos y la rentabilidad del plan de empresas.

#### 4. JUSTIFICACION

Se ha realizado de manera creativa dando solución a la crítica en lo referente a la disponibilidad de dispositivos ortopédicos para las personas con discapacidad. El artículo 62 de la resolución N° 5521 del 27 de diciembre de 2013 del Ministerio de Salud y Protección Social, establece la accesibilidad a prótesis ortopédicas internas (endoprótesis ortopédicas) para los procedimientos quirúrgicos incluidos en el POS. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos por parte del gobierno nacional y diferentes fundaciones, las leyes que cobijan a esta población no han generado un impacto social notable en ella, pues siguen sin recibir atención a la apropiada atención, ya que el entorno socioeconómico en el cual se desarrollan no les permite acceder a tecnología adecuada para su integración tanto a la sociedad como a la vida laboral.

Este trabajo se soporta en Línea de Investigación, Gestión de la innovación.

Una de las características más importante de los tiempos modernos es la experimentación de cambios permanentes, provocados por los procesos de innovación, que se originan en todas las organizaciones que mutan constantemente sus formas de funcionar. No podría escapar a esta característica el mismo concepto de innovación, precisamente por la infinidad de contextos en los cuales se presenta, ante esta situación y con la necesidad de compartir perspectivas similares, y ante la necesidad de generalizar sus particularidades para que todos los pueblos y organizaciones acojan un significado común, la OCDE en 1992 publicó el *Manual de Oslo* y ha logrado estandarizar conceptos, definiciones y metodologías encaminados a orientar las incidencias de la innovación de las empresas en el mundo productivo, cada vez más globalizado.

Y evidentemente, en épocas en que las circunstancias se transforman cada vez con mayor rapidez, en 1997, en 2005 y ahora en 2018 se hizo necesaria la actualización del Manual, que también actualiza el concepto de innovación, hoy lo podemos compartir de la siguiente manera:

*Una Innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores. (OCDE, 2006)*

Las empresas se ven abocadas a permanecer en un estado de innovación constante si quieren permanecer en el mercado, estas actividades, que parten de comprender los incentivos y obstáculos de las actividades innovadoras, permiten a las organizaciones establecer políticas en este ámbito, lo cual conlleva a mejorar su eficiencia, productividad y cuota del mercado. Generar las innovaciones realizadas por las empresas es lo que se estudia como Gestión de la Innovación que no solo permite el favorecimiento en el ámbito industrial, empresarial y comercial de las organizaciones, sino un aumento en el volumen de conocimiento lo que permite un campo de estudio muy pertinente.

Se puede concebir entonces la gestión de la innovación como un objeto de estudio que permite conocer el procedimiento de la innovación en las empresas y así impulsar la cultura de la innovación al interior de las organizaciones. Esta incluye la organización de los recursos técnicos, humanos y de capital, y se enfoca hacia:

- Creación de nuevos conocimientos.
- Generación de ideas técnicas destinadas a su aplicación de productos nuevos o mejorados, procesos de fabricación y servicios.

El desarrollo de esas ideas en prototipos de trabajo y, finalmente la transferencia de estos a la manufactura, distribución y uso en el mercado. (Aponte Figueroa, 2015. p.63)

Es clave anotar que la innovación es un proceso que se da al interior de las organizaciones, sean industriales, comerciales, públicas o de carácter no lucrativo, que impactan su entorno general, contextos sectoriales, mercados y segmentos sociales específicos.

Las estructuras sociales también refuerzan esta situación de transformación, en ellas se desborda el concepto de innovación, que deja de pertenecer solamente al ámbito de los beneficios económicos y se desarrollan para mejorar especialmente las circunstancias urbanas que se van tornando cada vez más difíciles y complejas, la introducción de las mejoras en procesos o servicios para las comunidades redundan en un mejoramiento del nivel de vida de la sociedad, y en este sentido tiene mayor relevancia la innovación.

En esta época se presentan con especial preeminencia los fenómenos que atentan contra el bienestar social, entre otros la problemática nacional en nuestras ciudades agravadas por la migración provocada por desplazamientos masivos de las comunidades rurales, por otro lado, la caracterización de los modos de producción que transgreden el

entorno ambiental y nos arrojan a un mundo en el cual los temas del calentamiento global o la polución creada por los residuos de empresas industriales y de transporte masivo deterioran la calidad de los recursos vitales y, finalmente los movimientos sociales que reclaman mejores condiciones de vida. Estos acontecimientos deben centrar el interés investigativo a pesar de que aún no hay consenso en la comunidad científica de la acepción social que se le imputa a la innovación.

Sin embargo, es muy común hoy en día ligar la innovación con el bienestar social que a pesar de ser una manifestación de la creatividad y la invención está atada al mercado y al mejoramiento de las posiciones económicas de las empresas, estas impactan el tejido social y se logran satisfacer las necesidades de las comunidades que sería imposible desagregar la innovación del bienestar social. Al final se puede aceptar que la innovación social ha llegado al campo científico para quedarse, y se puede definir como:

El conjunto de planes, políticas, acuerdos, mecanismos sociales, formas de organización de la sociedad civil, que crea nuevos y exitosos servicios con procesos destinados a la solución de problemas sociales específicos, en la organización política y social, en la justicia, la salud, el trabajo, la participación ciudadana, el acceso a servicios públicos, la educación, el acceso a la cultura, al descanso, a la recreación y a un medio ambiente sano, en los ámbitos locales, regionales, nacionales o globales. Todo ello con indicadores y metas verificables respecto a su impacto y a la transformación social por la aplicación de la innovación, y que cumpla los límites de consenso, es decir, que respete, como mínimo, los acuerdos de la ONU en los campos de aplicación, o a menos, que no sean incompatibles con estos. (Estrada citado por Hernández-Ascanio y otros, 2016. p. 178)

A mediados del siglo pasado la innovación se fundamentó sobre la característica de novedad, en varios ámbitos, pero hoy en día esta acepción se otorga en el ámbito del mercado y en las relaciones del conocimiento que facilita el aprendizaje de las organizaciones, por otra parte, la cultura es el conjunto de hábitos, costumbres y comportamientos que son aceptados como vinculantes a una organización que define la conducta de sus miembros.

Entonces se tiene que, la *cultura de la innovación* ha sido conceptualizada de la siguiente manera: "(...) Definimos la cultura de innovación (CI) como: todos los principios en la manera en que una organización opera que aumentará las oportunidades en la creación de rentable novedad o diferencia en los negocios" (Ulijn y Weggeman, 2001, p.492); y

también como: (...) una cultura de innovación de firmas es una variable interna que facilita o impide las actividades de colaboración en el contexto del NPD "(desarrollo de nuevos productos) (Brettel y Cleven, 2011; 254). El primer enfoque, enfatiza los principios que ofrecen la posibilidad de aumentar las oportunidades y beneficios, y en el segundo, la cultura de la innovación se toma como una variable interna que puede facilitar o impedir el desarrollo de actividades de colaboración para que efectivamente se dé.

Por otra parte, existe un conjunto de elementos que pueden modificarse para incidir en la transferencia e instauración de una cultura de la innovación en las empresas; entre estos se encuentran el liderazgo, las capacitaciones, los símbolos de poder, los criterios de ascensos, las recompensas, los castigos y las maneras de eludir reglas de auditoria (Drucker, 1992, 1993; Hellriegel & Slocum, 2009; Hellriegel, Slocum, & Woodman, 2008; Peters & Waterman Jr, 1984). Aunque bajo estos enfoques se reconocen las dificultades para construir una cultura de la innovación, la multiplicidad de variables involucradas y la necesidad de otorgar algún grado de libertad a los trabajadores para innovar.

De las afirmaciones anteriores se infiere que existe un gran campo de estudio, que no ha sido aún cubierto, que deja abierta la posibilidad de generar conocimiento y, por otro lado, apoyar su aplicabilidad en las unidades de negocio de las empresas que quieren generar una cultura de la innovación en aras de encontrar oportunidades de competitividad.

El campo de la gestión de las organizaciones es aplicado y estudiado desde la utilización de modelos, los "... más representativos en la actualidad son la gestión estratégica y prospectiva, la gestión por procesos, la gestión del talento, la gestión del conocimiento y la gestión por competencias." (Tejada Zabaleta, 2003, pág. 116) en ellos se hace evidente una visión sistémica para su desarrollo y el de las organizaciones. Tradicionalmente esta visión se ha vinculado con las ciencias biológicas y básicas, desde su aparición con Bertalanffy y a lo largo de la segunda mitad del siglo XX se amplió el entorno disciplinar abarcando las ciencias de la conducta y la estadística, y ahora las organizaciones adquieren un entorno virtual digitalizado, que amplía su mercado y radio de influencia. La Gestión, hacer para obtener el logro, tiene una postura multidisciplinar, por ende, el administrador debe tener múltiples lecturas del fenómeno, en particular para ser asertivo en la toma de decisiones.

La gestión organizacional es el estudio del funcionamiento sistémico de las actividades de las personas al interior de las organizaciones, en un ambiente de procesos y estructuras, para la consecución de los objetivos, de la persona y de la organización. Ahora bien, ¿desde dónde se aborda la gestión? Podemos citar a Aktouf “management evoca la conducción o dirección de una empresa y *mánager* el sentido de manejar o dirigir. Mientras que *gerer* y gestión (que provienen del latín: *gerére*) significan conducir, dirigir o gobernar; por su parte, *administrere* y *administration* (del latín *administratio-onis, administrare*) aluden a la administración de un bien en defensa de quien le confía su patrimonio”. (Aktouf citado por (Sanabria R., 2007).

La gestión, por lo tanto, apunta a la conducción hacia el logro de los objetivos comunes, aunque se presenten diferentes abordajes en los cuales se ponen estas palabras en sentidos cambiados, analicemos lo que afirma Guerrero, “Dirección es equivalente de gerencia [...] en tanto que administración lo es de gestión; por tanto, cuando se emplean los vocablos dirección y gerencia se hace referencia al mando, a la capacidad de ordenar, en tanto que cuando se emplean los de gestión y administración se hace alusión, como su nombre lo indica, al manejo, a la acción de realizar algo.” (1995, pág. 166)

Se puede estar de acuerdo con esta última afirmación o con la inicial, pero en aras de claridad y de contextualizar la función de gestión, la ubicamos en la realización de la actividad, mientras que, la de gerencia, más hacia el mando, conducción o dirección de esta. De ahí que la gestión de las organizaciones se centra en la productividad de la actividad, la analiza y optimiza el uso de sus

recursos, en función de la relación entre producción de la actividad y los insumos consumidos para su realización. La productividad debe ser eficaz, eficiente y efectiva en el logro de los objetivos organizacionales, este debe ser el objeto de la gestión organizacional.

Este trabajo tiene como fin partir de un plan de empresas y llevarla a cabo en busca de comprender y vivenciar lo que significa emprender un plan de negocio para la empresa ortokids que se dedique a la fabricación y distribución de zapatos ortopédicos, con el fin de aprovechar al máximo lo que se aprende dentro del aula de clases se aplica en la evolución del desarrollo de la práctica aporte innumerables experiencias tanto positivas como negativas.



Este plan de negocios se desarrolla con el fin de identificar si es viable y factible la creación de la empresa que se dedique a la fabricación y distribución de zapatos ortopédicas que ayuden a los niños a corregir sus dificultades en los pies (planos o torcidos hacia dentro, piernas arqueadas, caminando sobre los talones etc.) durante su crecimiento, desarrollando la brecha socioeconómica que deja fuera de su alcance estos elementos. Se propondría una administración sólida que sirva de base para los desarrollos tecnológicos de la biomecánica para ser implementado en la ciudad de santa marta.

## **5. DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE EMPRESA**

Elaborar un calzado innovador para niños con problemas ortopédicos, que se convierta en atractivo para su uso y llame la atención del pequeño logrando funcionalidad, estética y gusto. Dado que los niños en su dinámica infantil ven el juego en el lenguaje de la vida, se pretende invitar a los padres de los niños a la hora una interacción divertida y bajo control para fomentar el uso del calzado por parte de este favoreciendo la solución al problema ya sea aun correcto desarrollo de las extremidades.

Este negocio se enfocará en el público infantil ya sea con problemas ortopédicos o en proceso de crecimiento que necesitan en su momento una protección adecuada en la correcta formación de las piernas y curvaturas de los pies.

Ahora bien, los pequeños que presenten problemas ortopédicos tendrán concepto de Ortopedia o el especialista encargado con descripción de los tratamientos y/o adecuaciones pertinentes para su tratamiento. Tenemos claro que para muchos de los pequeños resulta realmente incomodo el uso de estos, la intención es adicionar algo que resulte motivante para los niños, en algunos casos bajo consejo médico, las ruedas auxiliares ayudaran al padre en el proceso de acoplamiento del pequeño y en el goce de esta etapa de corrección.

Este producto tiene como finalidad ayudar a los niños con problemas ortopédicos y a padres que buscan hacer de un tratamiento algo más agradable para su pronta recuperación, la disposición de compra del producto se dará al notar la utilidad e innovación en características también externas.

El enfoque del mercado está dispuesto en la rama del calzado de tipo correctivo y preventivo además de esto con la capacidad de acoplar plantillas y que su vez pueda resultar muy divertido.

En la búsqueda por adquirir experiencia en la dirección del proyecto, la parte administrativa será direccionada con tal compromiso y responsabilidad en mira de la factibilidad y sostenimiento del Zapato. Este tipo de zapato ayudara a corregir o prevenir problemas en las extremidades de los pequeños ayudando a reducir el estrés por el uso de este, la intención es que el pequeño tenga alivio y distracción necesaria para que el tratamiento sea llevadero y efectivo.

Una estrategia a usar para la consecución de información será por medio de la recolección de datos de tipo cualitativo con esto se busca primero comprobar si este producto sería innovador resulta atractivo para el posible cliente y segundo quienes están dispuestos a comprarlo para de este modo fijarse en la población que potenciaría la venta del producto.

Para conseguir un proceso de diseño exitoso es importante establecer cuáles serán sus características es decir, partir de unos diseños establecidos y adquirir insumos se requiere para la elaboración del zapato.

## **CARACTERISTICAS**

- La principal característica del calzado ortopédico infantil es la horma, siendo la horma en recta forma. Esto significa que, si vemos el zapato desde abajo, no encontramos diferencia del pie derecho al pie izquierdo, ni forma del arco en la planta.
- La capacidad interior del calzado ortopédico infantil es mucho mayor que la de un zapato normal, ya que estos zapatos están pensados para acoplar plantillas, cazoletas o alzas, por lo que deben tener mayor amplitud y profundidad.
- El calzado ortopédico infantil tiene el contrafuerte rígido, pero en este caso será mucho más confortable, cómodo y armado, al igual que el cambrillón, para evitar que el zapato se deforme por el uso de las plantillas.

- Las pieles, tanto interior como exterior, con las que están fabricados estos zapatos son de gran calidad, tanto para ayudar a transpirar los pies en verano y abrigar en invierno, como para la durabilidad del zapato. Ya que unos zapatos no aptos para plantillas se deformarían enseguida.
- Las suelas de los zapatos ortopédicos serían de goma para no sean tan testaduras, y con diferencia en la parte del tacón del resto de la suela, con posibilidad de hacer modificaciones en el tacón si fuera necesario.
- Los cierres en este tipo de zapatos, deben ser de gran sujeción, como pueden ser cordones, hebillas, velcros y broches ya que el pie no debe moverse en su interior y quedar acoplado a la plantilla, para que haga su efecto.
- Los diseños de este tipo se acoplarán con combinaciones y decoraciones brillantes, para que los usen con un look deportivo.
- Zapatos sin cordones en color azul y amarillo para niños y en rosado y morado para niñas son una tendencia actual en zapatos para niñas. En lo casual mocasines de cuero en azul, marrón, mostaza y negros para niños, en sandalias elaboradas también en cuero ajustadas para niñas en combinaciones de colores llamativos y diseños para ellas.

Para la posterior venta del producto se planea realizar por medio de una plataforma online, donde el cliente podrá elegir un diseño predeterminado o con un valor se le podrá brindar un simulador de elección de colores, formas y demás esto será de gran ventaja ya que no hará competitivos y brindaremos al mercado innovación sin dejar de un lado el objetivo principal que es brindar una opción de tratamiento efectivo para la recuperación del pequeño.

Lo ideal es buscar personal idóneo para que esto se pueda ejecutar con éxito ya que se planea usar una variedad de diseños innovadores y materias primas incluyendo diferentes materiales de colores, texturas, formas. El dinero será aportado a la empresa de recursos propios, estos se conseguirán con la realización de eventos y de ahorros los cuales ya los

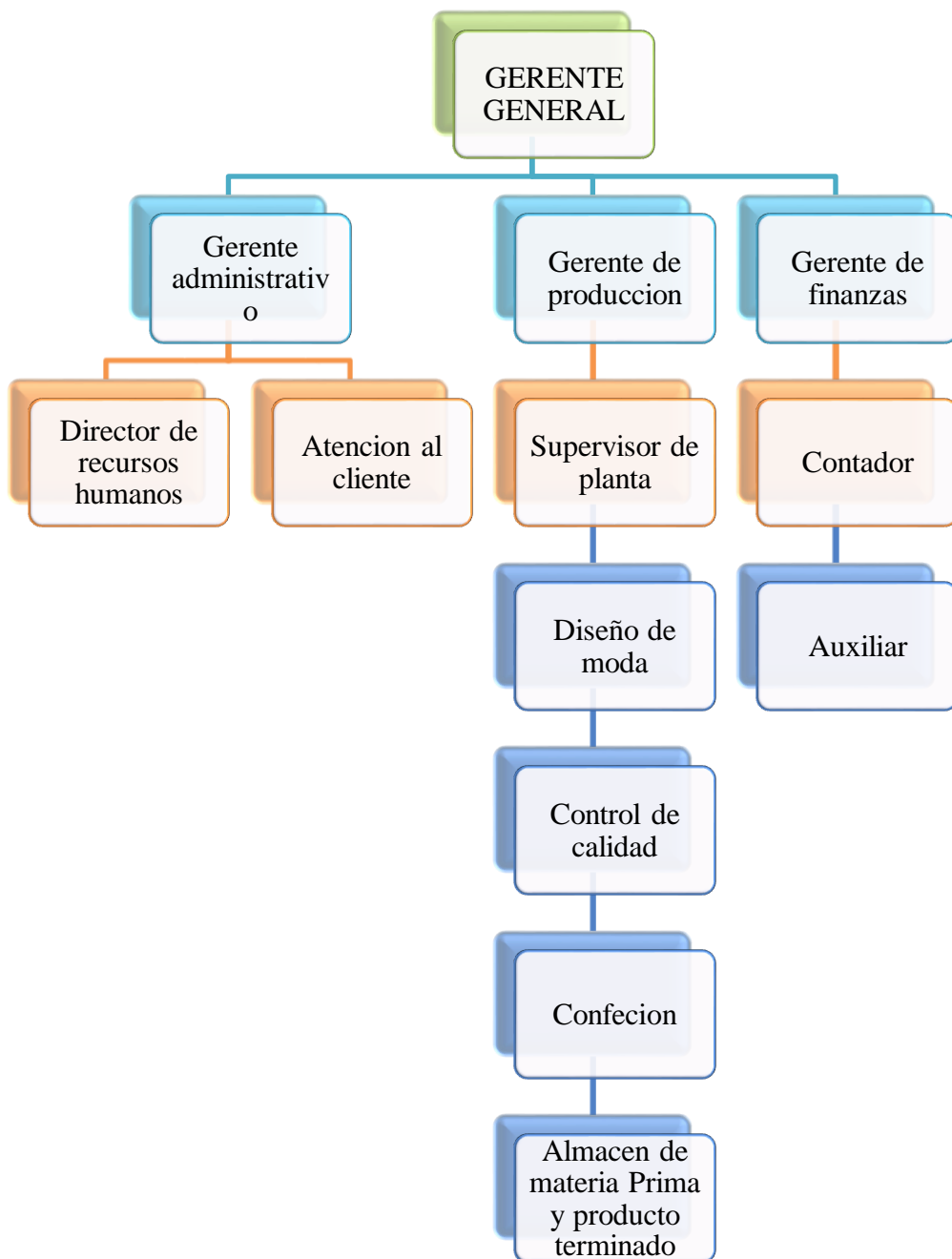
socios poseían, con mirar a un futuro poder conseguir una empresa que patrocine el emprendimiento por un programa de padrinos o ya sea ayuda gubernamental.

Es decir, programas que fomente la exportación, la búsqueda de nuevo mercado y la consecución de identidad ante el mundo. Lo que se busca con la propuesta de innovación del calzado es asegurar el uso del niño convirtiéndolo en su zapato favorito favoreciendo la corrección de sus problemas ortopédicos.

### **CUALIDADES DEL PERSONAL IDONEO**

- Confianza en sí mismo.
- Confianza, independencia, personalidad, optimismo, liderazgo y dinamismo y Originalidad
- Innovador, creativo, tomador de iniciativas, adaptable y bien informativo.
- Orientado al resultado
- Necesidad de triunfar, buscador de beneficios, persistencia, perseverante, determinado, trabajador y enérgico.
- Orientado hacia las personas.
- Sociable, reflexivo de espíritu, abierto a sugerencias y críticas.
- Orientado hacia el futuro.
- Previsor, perceptivo, proactivo y asertivo.
- Capacidad para asumir riesgo.
- Capacidad para toma de riesgos y amante de desafíos.

### **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**



Fuente: Elaboración propia.

## NOMBRE DEL CARGO

Gerente general

## OBJETIVOS

Es la máxima autoridad ejecutiva de la empresa encargada de administrar, coordinar, controlar y supervisar el accionar de la empresa en si ver las políticas de producción

## FUNCIONES

1. Representar a la empresa ante toda clase de autoridades nacionales y/o extranjeras, personas jurídicas y naturales, nacionales y/o extranjeras.
2. Ejecutar las resoluciones y otras determinaciones de Directorio.
3. Organizar y dirigir las actividades administrativas, técnicas, operativas y económicas de la empresa
4. Dirigir las operaciones de la empresa en conformidad a las disposiciones legales, reglamentos y resoluciones dispuestas.
5. Realizar todo género de operaciones mercantiles, bancarias y otras de interés económico, negociando la suscripción de los instrumentos pertinentes en las condiciones que sean más favorables a la empresa.
6. Realizar operaciones sobre títulos valores.
7. Firmar cheques, órdenes de pago.
8. Someter a consideración del Directorio la contratación o retiro de personal jerárquico de la empresa.
9. Dispone la organización de sumarios internos por infracciones en que incurriera el personal subalterno.
10. Proponer al Directorio la aprobación de los precios

11. Disponer el entrenamiento técnico y especialización del personal, previa autorización del Directorio.

#### PERFIL DEL CARGO:

El gerente es el gran ejecutivo, el ejecutivo que, estando por encima de toda la empresa, manda y está al frente de la gestión de la empresa. El gerente, con independencia de las otras personas que le ayuden en sus tareas o en quien tenga delegadas determinadas funciones, es el que dirige la empresa

#### REQUISITOS

Ser titulado de alguna universidad o instituto Libreta de servicio militar  
Experiencia de 3 años más en dirección de empresas

#### NOMBRE DEL CARGO:

Gerente administrativo

#### OBJETIVO:

Administrar los archivos de la empresa

#### FUNCIONES

1. Su función es la atender y realizar el trámite administrativo interno y externo de la empresa, llevando para ello el control de la documentación recibida, emitida y velar de los archivos administrativos.
2. Disponer el sistema de tramite documentario, así como el registro respectivo efectuando posteriormente su seguimiento
3. mantiene informado a la empresa del estudio y del seguimiento de los expedientes en proceso
4. Recomendar las acciones legales a tomar, respecto de expedientes administrativos que tenga a su cargo.
5. Otras funciones que le sean asignadas
6. Cautelar la integridad del patrimonio

#### PERFIL DEL CARGO

Planear, ejecutar y dirigir la gestión administrativa y operativa de la empresa, del manejo de la relación con los diferentes proveedores departamental y nacional. Desarrolla las estrategias de compras anuales y las proyecciones de la organización

**NOMBRE DEL CARGO:**

Gerente de producción

**OBJETIVO:**

Planificar, organizar, dirigir coordinar, controlar y evaluar las operaciones de su departamento

**FUNCIONES**

1. Supervisar el proceso de producción, en todas las fases.
2. Vigilar que el proceso en la elaboración del calzado cumpla con la planificación prevista.
3. Establecer el control de calidad de cada lote de producción
4. Verificar que el embalaje se realice en las mejores condiciones.
5. Y las demás funciones que sean causa y /o efecto de las misma

**PERFIL DEL CARGO:**

Empresa del sector industrial, dedicada al ala fabricación de calzados, fabricación, comercialización y postventa

**REQUISITOS**

Titulado universitario, preferiblemente de ramas técnicas Otros conocimientos profesionales imprescindibles: conocimientos en las áreas de Aprovisionamiento, logística y fábrica, preferentemente de la rama del cuero.

**EXPERIENCIA:** Al menos 3 años en puesto similar y en un sector industrial.

**COMPETENCIAS:** Dirección y desarrollo de personas Iniciativa e innovación. Habilidad de comunicación (negociación, persuasión y empatía). Capacidad de análisis y toma de decisión.

Nombre del cargo

Gerente financiero

Objetivos

1. Planear y analizar los estados financieros con el fin de mejorar los activos, pasivos y capital social de la empresa.



2. Funciones
3. Analizar los datos financieros
4. Determinar la estructura de activos de la empresa
5. Fija la estructura de capital
6. Y demás funciones que sean causa y/o efecto de la misma

### **Planificación de recursos humanos**

La personalidad jurídica que represente cada uno de elementos que laboran en el taller donde se realizara el producto ortopédico. Determina la actividad económica a realizar, donde haya especificado las horas a trabajar, perfil de la persona, el puesto a desempeñar y por último el sueldo a recibir por conceto de trabajo.

### **PROPUESTA VALOR**

Este plan de empresa se diferencia de otros centros ortopédicos porque cuentan con nuevos modelos, colores, diseños de un zapato normal a los que ellos están acostumbrados a usar ya que son unos zapatos más llamativos y cómodos que llaman la atención de los niños, también cuenta con los siguientes beneficios:

- Charla de los beneficios de nuestros productos
- Zapatos personalizados según el problema que presente el pequeño
- 24 horas al día de atención atreves de una APP

### **VALOR AGREGADO**

Nuestro valor agregado se basará en varios ítems para que nuestro cliente se siente en casa y vuelva a nosotros.

- Servicio al cliente: Vamos a implementar la atención por teléfono o en un *chatbot*, redes sociales o incluso vía email. Si el problema del cliente se resuelve rápidamente.
- Sistemas de pago: El cual será por medios electrónicos, efectivo y nos aliaremos con entidades como Addi y Sistecredito para ofrecer estas opciones a crédito con muy bajo interés.
- Empaque: Este será personalizado y adecuado de material rígido, para poder guardar los zapatos una vez sean usados con el fin de conservar su forma y no afecte el proceso del niño.

## **DESCRIPCION DEL MERCADO OBJETIVO**

Este quiere captar como clientes potenciales a niños de 4 a 12 años de edad, teniendo en cuenta que hay casos severos que se pueden corregir a temprana edad y se requiere una revisión por un especialista ortopedista, dentro de las complicaciones más populares encontramos las que se desarrollan en la temprana edad como lo es el pie plano, pies cavos, pie hacia adentro, pie hacia afuera, pie hacia arriba y marcha en puntillas.

La intención inicial está en que el desarrollo del tratamiento sea placentero ayudando al cliente a llevar una vida plena y un uso de sus zapatos de origen ortopédico divertido.

## **SEGMENTACION DEL MERCADO**

El desarrollo de este plan de empresas brinda una idea clara con la que se debe llevar un proyecto pues en cada paso que se da en la elaboración se evidencia la necesidad de aclarar ideas, proponer etapas lógicas e idear como lógralas.

Este parte de una problemática que es la dificultad del niño para soportar su tratamiento con gusto, y el peso que lleva consigo sus padres para que el pequeño se adapte, por tanto, el proyecto es demasiado ambicioso, por una parte propone fusionar el diseño con la rama de la ortopedia, con el fin de ayudar a los pequeños en su proceso y según busca reducir la parte traumática que este diagnóstico puede ejercer en la familia del pequeño.

Esperamos el fusionar estas dos ramas y que sea efectivo tanto en el gusto como en la funcionalidad para que el tratamiento sea oportuno, agradable y efectivo.

- **Identificación de Soluciones actuales**

Los niños de hoy en día son activos y dinámicos es decir se quieren mover y explorar, y el tener algún impedimento en su movilidad resulta frustrante tanto para el padre como para el niño por tanto la propuesta busca resolver de una manera profesional pero creativa el problema ortopédico del pequeño y ofrecerle una distracción para que su tratamiento sea lo más llevadero y reconfortante posible.

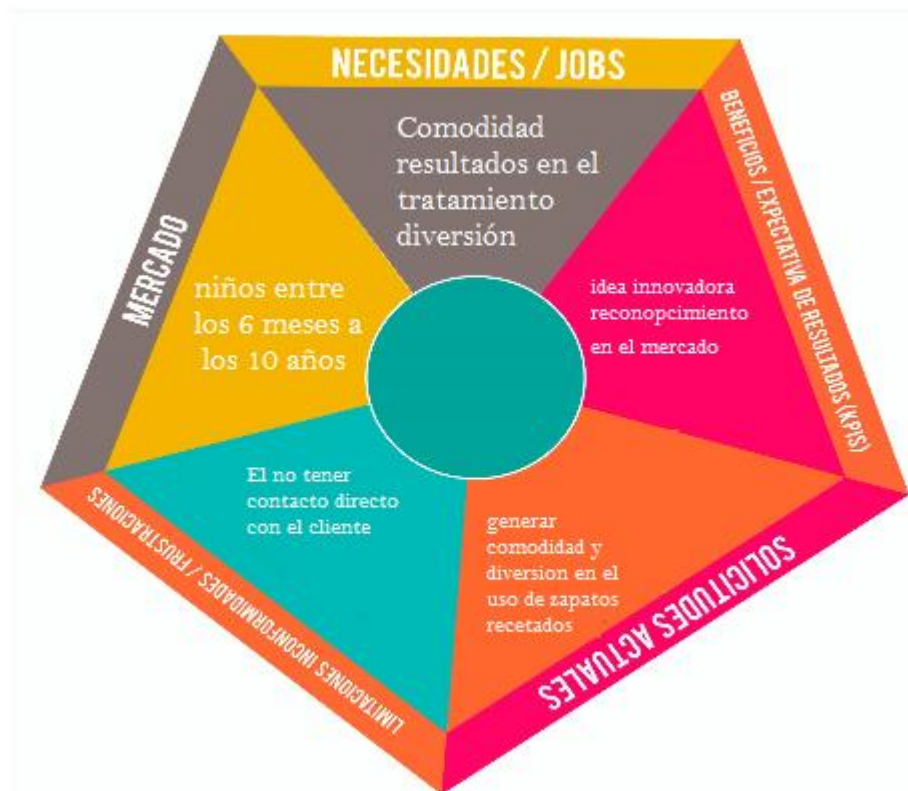
El precio del producto será brindado después de que el cliente suministre las especificaciones técnicas del producto y las características que desea que lleve o decoren el zapato.

El canal de distribución más próximo será internet, una tienda online que permite visualizar un emulador de diseño con formas predispuestas brindado de inmediato una cotización a medida que se añaden características teniendo como etapa final del cierre de la negociación una atención personalizada por medio de chat que aclara las dudas ya sea del cliente o del fabricante.

- **Análisis de inconformidades, frustraciones y limitaciones**

Cuando el cliente se conecte a la plataforma se hará un seguimiento de la orden ya que al ser un canal de venta impersonal puede dar a mal interpretaciones por parte del cliente por tanto se aclara que el pedido se despacha 15 días después de generado el pago en la plataforma, y se le harán tres comunicados con el fin de durante el proceso contar con la aprobación en el producto por tanto cada vez que el cliente presente una inconsistencia en su orden y esto genere un cambio se hará cobro por este.

Esta venta solo se hará si el cliente ya ha visitado un ortopeda y que le halla autorizados uno de estos productos y que tenga una formula médica.



Fuente: elaboración propia.

## 6. ANALISI DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA

En Colombia, el mercado de herramientas ortopédicas es prácticamente nulo, puesto a que se encuentran pocas empresas que trabajan en esta rama, actualmente las ciudades de Santa Marta existen tres, teniendo en cuenta que una de ellas está ofreciendo lo que son normalmente los zapatos ortopédicos y las otras dos se dedican a brindar el producto de lo que son los zapatos, prótesis y aparatos ortopédicos.

### 6.1. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Después de una amplia investigación comercial para identificar a la competencia debido al fácil acceso a buenos catálogos y software inteligente en el desarrollo de prototipos para la fabricación de calzado, la empresa se ha proyectado con un óptimo visual y esto es un marco de competencia significativo, por tanto, la estrategia de la empresa está en el cumplimiento de las ordenes en los diferentes mercados que lo soliciten.

<b>Ortomed S.A.S</b>	<b>Centro Ortopédico Alex Barraza SAS</b>	<b>Traumatólogos Ortopedistas Asociados SAS</b>
<p>MANEJAN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Línea de blanda</li> <li>• Línea de locación</li> <li>• Línea de silicona</li> <li>• Línea de ortesis y prótesis</li> </ul> <p>(www.ortomedsas.com)</p>	<p>MANEJAN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración y distribución de aparatos ortopédicos.</li> </ul> <p>(ortpedico)</p>	<p>Manejan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Torpedistas peditras</li> <li>• Elaboración de zapatos ortopédicos personalizados.</li> </ul> <p>(Ortopedistas)</p>

- **Ortomed S.A.S:** Tienen una duración de 5 años en el mercado, están ubicados en la Cra.12 26B-43 Santa Marta Colombia. Esta empresa ofrece productos tales como: artrosis, prótesis, calzado ortopédico, fabricación de línea ortopédica blanda, distribución de líneas de silicona y líneas ortopédica quirúrgica. Cuentan con personal altamente para el área en el cual se desempeñan, en el área de fabricación de calzado, en el personal quirúrgica, de cirugías y reemplazos de articulares. Tienen como política de calidad el mejoramiento de la calidad de vida del usuario, su rehabilitación integral, la satisfacción del cliente y de sus aliados estratégicos son su principal compromiso. ([www.ortomedsas.com](http://www.ortomedsas.com))

- **Centro Ortopédico Alex Barraza SAS:** Tiene aproximadme 8 años en el mercado ubicada en la Cra. 15 ##25-45, Santa Marta Colombia. Ofrecen una alta gama en productos como elaboración y distribución de aparatos ortopédicos entre ellos zapatos, prótesis, muletas, línea de siliconas blanda, línea quirúrgica en las áreas maxilofaciales y reemplazan articulares tales como cadera, columna, rodilla y tutores extremos de fabricación propia. La aptitud central de esta compañía ha sido modificada a través de la evolución y las decisiones estratégicas los han llevado a ganar y posicionar aptitud con el fin de ser competitivos y mejorar la calidad de vida de los clientes y pacientes. (ortpedico)

- **Traumatólogos Ortopedistas Asociados SAS:** La empresa Traumatólogos Ortopedistas Asociados S A S tiene como domicilio principal de su actividad la dirección, AVENIDA LIBERTADOR 14 20 en la ciudad de SANTA MARTA, MAGDALENA. El teléfono de Traumatólogos Ortopedistas Asociados S A S es el (5)4318835. Esta empresa fue constituida como SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA y se dedica a Actividades de la practica medica sin internación. Manejan: Torpedistas pediatras, Elaboración de zapatos ortopédicos personalizados.

## 6.2. INVESTIGACION DE MERCADO

Muchas veces hemos escuchado que, para determinados problemas podológicos, como el pie plano o los problemas en la pisada, es necesario el uso de zapatos ortopédicos, una indicación que seguimos al pie de la letra si viene de la mano de un especialista. Sin embargo, muchas personas desconocen cuál es la función de este tipo de calzado y puede resultar tan beneficioso para nuestros pies.

En principio es bueno aclarar que atrás quedaron los días en los que el calzado ortopédico era estéticamente feo o servía únicamente para tratar problemas severos, en la actualidad los modelos son cada vez más variados y a la moda, ofreciendo la posibilidad de contar con un zapato a la medida que se adapta a las necesidades de nuestros pies o nuestra salud.

Cuando se acude a un podólogo con el fin de evaluar alguna lesión, molestia o condición, el mismo prescribirá un tratamiento, el uso de plantillas ortopédicas en unos buenos zapatos ortopédicos. El uso de las plantillas y el calzado servirá para mejorar, aliviar o corregir el problema del paciente con el fin de hacerlo sentir cómodo y eliminar las molestias. Si bien el calzado ortopédico por si solo es más cómodo que el habitual, es la unión de éste con las plantillas personalizadas lo que ayuda a mejorar la condición del usuario.

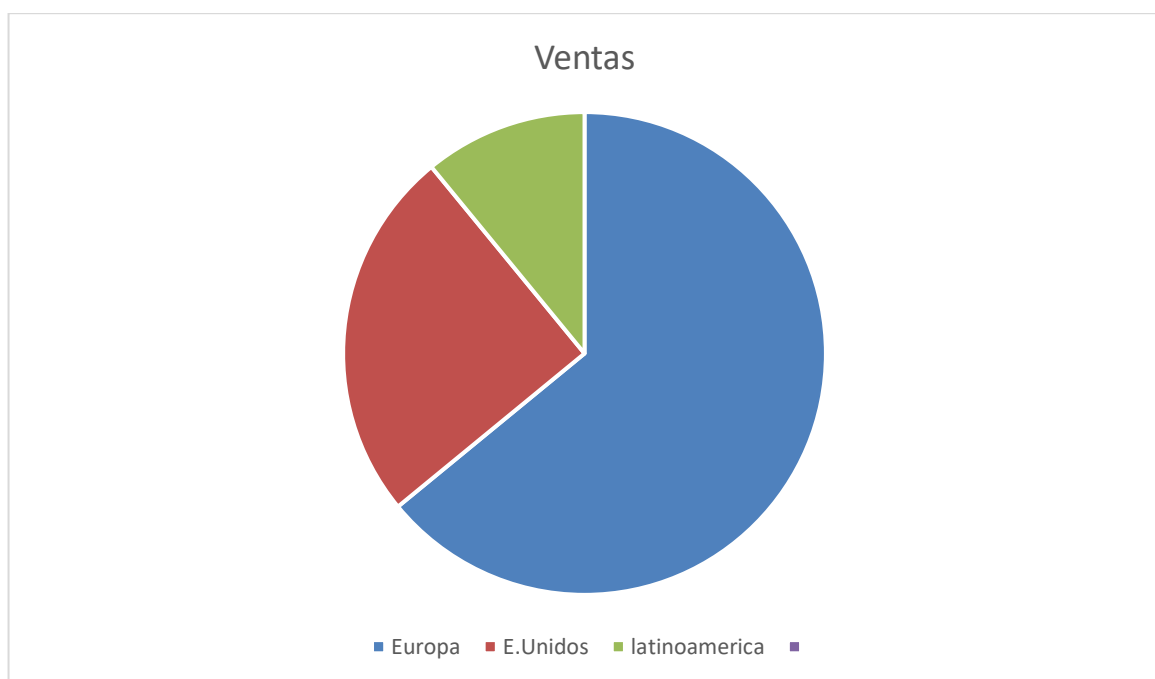
Un paciente que padece de pie plano cuenta con una necesidad diferente a la de uno que tiene problemas de pisada. Los zapatos ortopédicos permiten generar un equilibrio y aunque en muchas ocasiones el problema no puede ser corregido, el uso del calzado alivia las molestias causadas al momento de caminar o pasar mucho tiempo de pie, consiguiendo que la comodidad se instale nuevamente en la vida del paciente.

La elección del calzado ortopédico y las plantillas adecuadas al problema viene de la mano de la recomendación de un médico y las tiendas especializadas, quienes podrán determinar qué tipo se requiere para corregir la lesión, el problema funcional o simplemente aliviar las molestias.

Así, los zapatos ortopédicos se caracterizan por ser cómodos y la opción más acertada para mejorar la calidad de vida del paciente, ayudarlo a recorrer nuevamente

distancias prolongadas y realizar su vida normal sin sentir molestias en los pies, articulaciones o columna.

### INVESTIGACION DEL MERCADO - Mercado potencial en cifras



Fuente: Elaboración propia.

- **ESTUDIO DESCRIPTIVO**



Este estudio resulta conveniente a lo largo de este trabajo porque permite describir los diferentes elementos que integran esta idea empresarial y así poder formular conclusiones sobre la factibilidad de esta.

- **TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS**

La metodología utilizada en esta investigación, ayuda a comprender desde lo tangible el mercado al que nos vamos a enfrentar, gracias al dialogo y estudio con los clientes potenciales y la comunidad en general, podemos lanzar una propuesta que se ajuste a la demanda de las necesidades.

Para la recolección de datos a lo largo de este trabajo se usó una técnica en particular, la cual permite el acceso a fuentes de información primaria y secundaria y además provee de información veraz al momento de comprender las necesidades de los potenciales clientes.

- **ENCUESTA**

Para entrar en materia, es importante conocer acerca de esta herramienta de investigación, (Lopez y Fachelli, 2021) la definen de la siguiente manera.

Daremos cuenta de este instrumento fundamental del quehacer científico hablando de la encuesta como método de investigación donde se implican de forma coordinada múltiples técnicas específicas: el diseño de la muestra, la construcción del cuestionario, la medición y la construcción de índices y escalas, la entrevista, la codificación, la organización y seguimiento del trabajo de campo, la preparación de los datos para el análisis, las técnicas de análisis, el software de registro y de análisis, y la presentación de resultado. (p, 12)

En este sentido se realizará encuesta a 133 padres de familia de manera aleatoria, sin importar estrato o género, entres los padres de familia con niños de 4 a 12 años, donde se pueda determinar factores y/o características que prefieren para el calzado ortopédico, demanda de mercado, rango de precios que escoge la demanda y otros factores determinantes ayuden a visualizar la factibilidad y viabilidad del plan de empresas.

Imagen1. Muestra objeto de estudio.

### Calculadora de muestra

Nivel de  
Confianza : ?  95%  99%

Margen de Error: ?

Población: ?

Tamaño de  
Muestra:

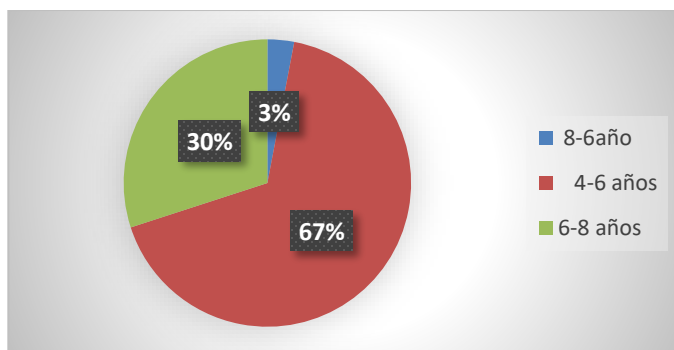
Fuente: Elaboración propia.

La encuesta es un método de la investigación de mercado que permite tener información de las personas encuestadas mediante el uso de un cuestionario diseñados en forma previa para la obtención de una información específica. La encuesta fue elaborada con 12 preguntas con respuesta cerradas, con un margen de 95% de nivel de confianza y 5% de error.

### **ANALISIS DEL RESULTADO**

A continuación, se presenta el análisis de los datos arrojados en la encuesta que se aplicó a 133 padres de familia de niños menores de 12 años.

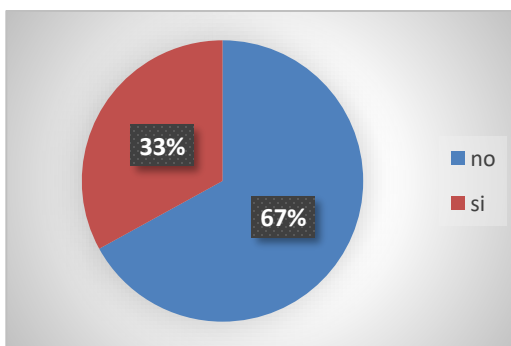
**Gráfico.** ¿Qué edad tiene su hijo?



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica anterior se identifica que la mayoría de los padres encuestados el 67% son niños entre 4-6 años, demostrándose que si es viable en el mercado objetivo.

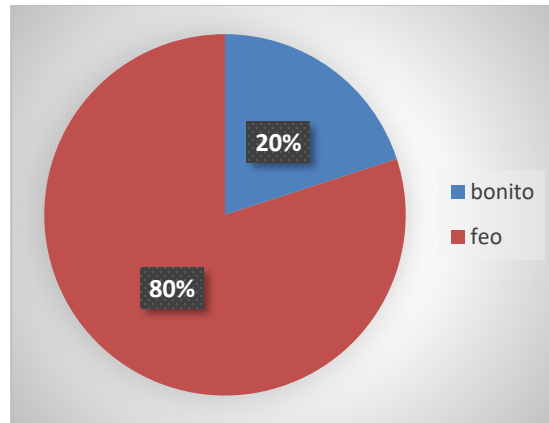
**Gráfico2.** ¿alguna vez ha usted comprado zapato ortopédico?



Fuente: Elaboración propia.

Con la gráfica anterior se evidencia que el 67% de los padres encuestados no han comprado estos zapatos y un 33% sí

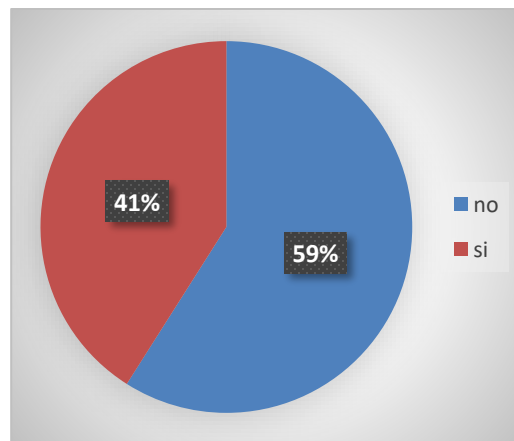
**Gráfico3.** ¿Qué le parece a usted el zapato ortopédico?



Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico anterior se observa que solo al 20% le parecen bonitos los zapatos ortopédicos y al 80% les parecen feos

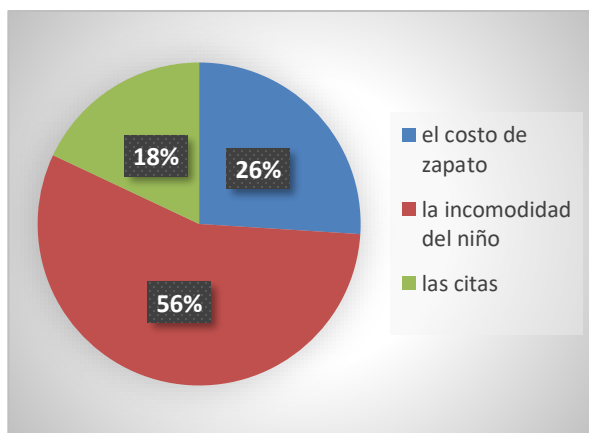
**Gráfico4.** ¿Le pondría usted zapato ortopédico a su hijo?



Fuente: Elaboración propia.

Con base a la información se puede determinar el 41% de los padres de familia encuestados si comprarían los zapatos ortopédicos y el resto que sería el 59% no lo comprarían.

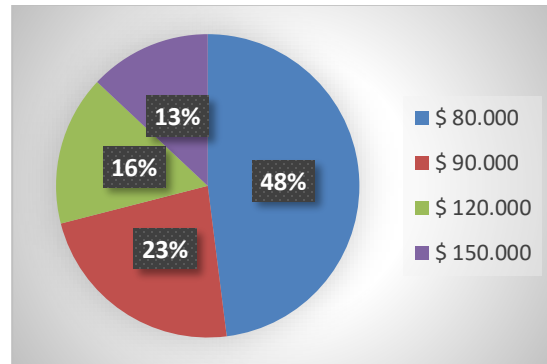
**Gráfico5** ¿Qué le parece más difícil durante el periodo de un tratamiento ortopédico?



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica anterior se identifica que el 56% es por la incomodidad de niño, el 26% el costo del zapato y el 18% las citas.

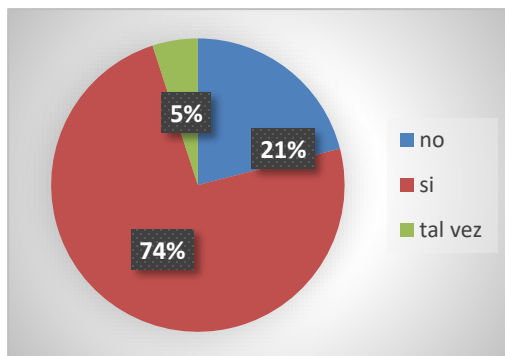
**Gráfico6.** ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un zapato ortopédico?



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados muestran que el 48% de los padres encuestados están dispuestos a pagar \$80.000mil pesos por la adquisición de estos, deduciéndose que si es un precio accesible en el mercado.

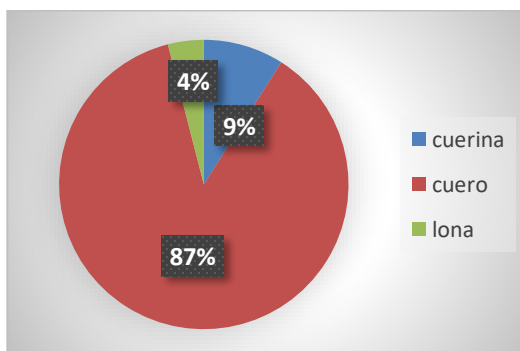
**Gráfico7.** ¿compraría usted un zapato ortopédico de un color diferente de blanco o negro?



Fuente: Elaboración propia.

En la siguiente grafica se observa que 74% de los encuestados si le comprarán zapatos ortopédicos a sus hijos, dando una viabilidad acertada al proyecto.

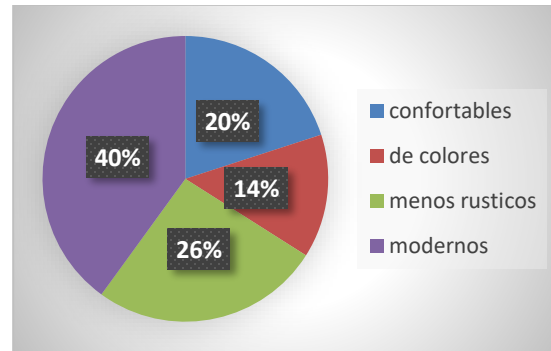
**Gráfico8.** ¿Qué material le gustaría que fuera el zapato ortopédico?



Fuente: Elaboración propia.

Se identifica que el 87% de los padres encuestados les gustaría que fueran elaborados en cuero.

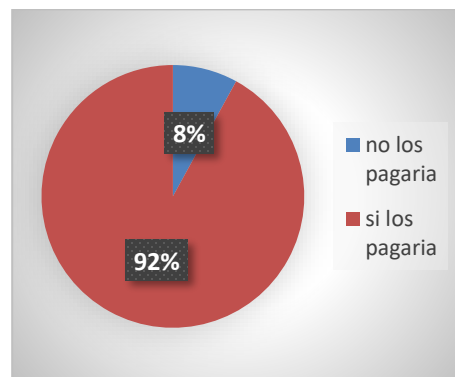
**Gráfico9.** ¿Cómo le gustaría a usted que fuera el zapato ortopédico?



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica anterior indica que al 40% de los padres les gustaría que este fuera moderno, el 26% menos rústicos, el 20% confortables y el 14% de colores.

**Gráfico10.** ¿pagaría usted \$60.000 por una consulta ortopédica?

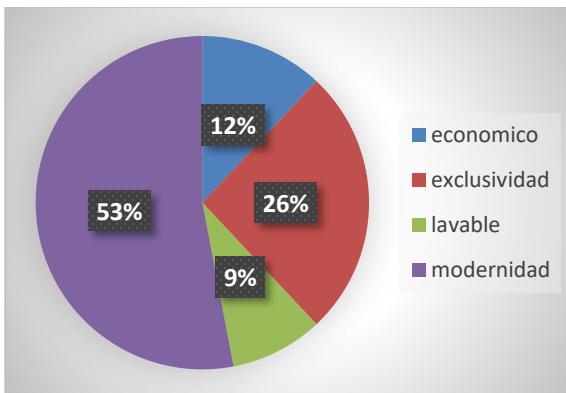


Fuente: Elaboración propia

El 92% de las personas encuestadas si los pagarían este valor, con un 8% que no los pagaría.

**Gráfico11.** ¿cuáles de estos atributos le da importancia a la hora de comprar un zapato ortopédico?

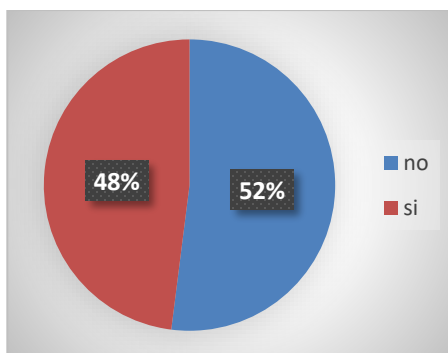




Fuente: elaboración propia.

El atributo que más le dan importancia con un 53% es a la modernidad, 26% exclusividad, 12% economía y el 9% lavables.

**Gráfico12.** ¿Asistiría todos los meses donde un ortopedista?



Fuente: Elaboración propia.

El 52% de los encuestados respondieron que les gustaría ir a las charlas con ortopedista, afirmándose que desconocen de esta en el mercado.

## **DISCUSION DE RESULTADOS**

Esta propuesta ha sido analizada por medio de encuestas e investigación, y según lo que ha sido encontrado, la modernidad es lo que los padres elegirán al momento de elegir zapato ortopédico para sus hijos, esto es muy importante, pues responde al objetivo general y visibiliza las preferencias de los padres con este tipo de calzado.

Por otro lado, la encuesta arroja un indicio a estudio de mercado que es nuestro segundo objetivo, en él se muestra la verdad acerca de las percepciones y preferencias de los padres de familia, y la herramienta utilizada es verídica y confiable, gracias a los resultados obtenidos, se puede partir de un punto específico con bases en lo que ya se ha indagado.

Por último, el plan operativo de la empresa, debe tener en cuenta lo que se ha visto previamente en el estudio de mercado, este incluye las preferencias y lo que tiene mayor beneficio, los resultados a su vez sirven para elaborar estrategias correctas al momento de planear y comercializar la venta de los productos.

## **7. PLAN DE OPERACIÓN**

Para el desarrollo del presente plan de operación, se debe organizar la cadena de valor de la empresa, en donde estableceremos prioridades o partes importantes en nuestro caso serían los proveedores y clientes; la actividad de gestión del negocio correspondiente a la administración; la producción; y los elementos de apoyo como lo son gestión de calidad y diseño del producto.



Fuente: Elaboración propia.

- Localización:** La fábrica estará ubicada en la ciudad de Santa Marta, preferiblemente en la zona céntrica de la ciudad, a su vez se prefiere con un local comercial para vender los productos. El costo de arrendamiento de este espacio será de \$850.000 COP. Para la comercialización, a fin de abarcar un mercado más amplio, se contará con redes sociales, página web, servicio a domicilio.
- Tamaño:** Por ser un plan de empresa nuevo no se cuenta con el suficiente capital, por lo que serán solo 4 empleados un operario: (cortador, guarnecedor, soldador y terminador) y tres personales administrativos (Administrador, auxiliar administrativo & contable y vendedor.

EQUIPO REQUERIDO OPERACIÓN			
CANTIDAD	EQUIPO	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
		\$	
COMPUTADOR	2	1.500.000	\$ 3.000.000
ESCRITORIO	2	\$ 600.000	\$ 1.200.000
SILLAS ESCRITORIO	2	\$ 120.000	\$ 240.000

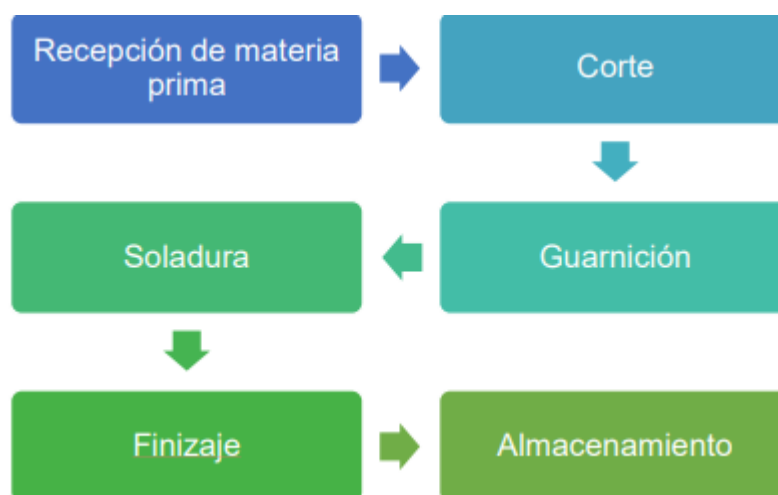
MESA SOLADURA	1	\$ 80.000	\$ 80.000
MESA DE EMPLATILLAR	1	\$ 100.000	\$ 100.000
MESA DE CORTE	1	\$ 60.000	\$ 60.000
TABLA DE CORTE	1	\$ 40.000	\$ 40.000
ESTANTE	2	\$ 200.000	\$ 400.000
SILLAS	4	\$ 25.000	\$ 100.000
LAMPARAS	4	\$ 65.000	\$ 260.000
			\$ 5.480.000

MAQUINARIA REQUERIDA PARA LA FABRICACIÓN			
MAQUINA DE COSER	1	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000
PULIDORA	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
DEVASTADORA	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
PEGADORA	1	\$ 800.000	\$ 800.000
			\$ 5.200.000

- **Procesos:**

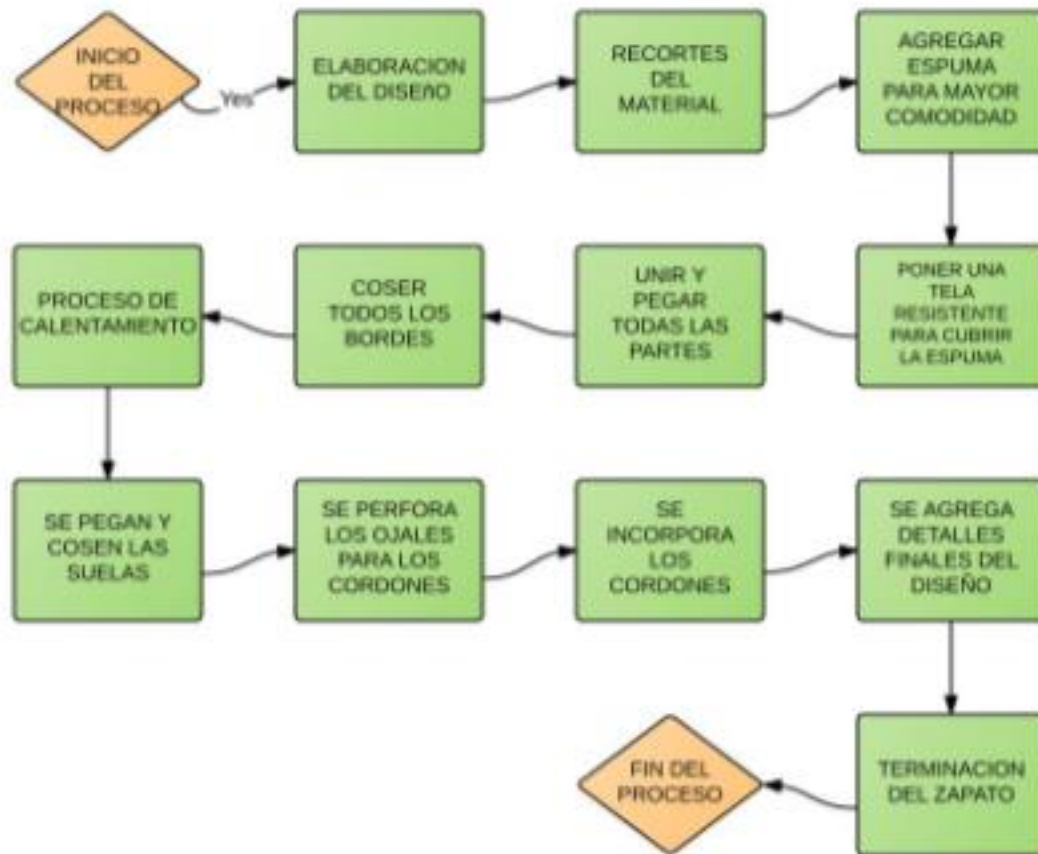
El proceso inicial será la adquisición y recepción de materia prima como cuero, suela, accesorios y demás insumos de acuerdo con el pedido del cliente. Se procede al corte de acuerdo al diseño; la guarnición donde se realizan las costuras de las piezas; la soladura, proceso en el cuál se hace la montura y, por último, el finalizaje en donde se hacen los acabados finales del calzado para posteriormente ser almacenado.

Figura 1. Proceso de recepción hasta almacenamiento.



Fuente: Elaboración propia, basado en información proceso de calzado en Google.

Flujograma 1. Elaboración zapatos.



Fuente: Tomada de la revista, elaboración de calzado para niños, 2018.

## 1. PLAN FINANCIERO

PRECIOS	
Producto ó servicio	Precio unitario
Zapatos niño	\$ 60.000
Zapatos niña	\$ 60.000
Zapatos niños cordones, ebillas o velcros.	\$ 68.000

Zapatos niñas cordones, ebillas o velcros.	\$ 68.000
---	--------------

<b>PREVISION INCREMENTOS</b>	
<b>VENTAS</b>	
1	% Variación Ventas año 2/ Ventas año 5,0%
2	% Variación Ventas año 3/ Ventas año 4,2%

<b>VENTAS DE PRODUCTO O SERVICIO (en unidades)</b>					
	<b>Zapatos botas niño</b>	<b>Zapatos botas niña</b>	<b>Zapatos niños cordones</b>	<b>Zapatos niñas cordones</b>	<b>Total</b>
<b>Mes 1</b>	150	150	200	200	700
<b>Mes 2</b>	150	150	200	200	700
<b>Mes 3</b>	150	150	200	200	700
<b>Mes 4</b>	150	150	200	200	700
<b>Mes 5</b>	150	150	200	200	700
<b>Mes 6</b>	150	150	200	200	700
<b>Mes 7</b>	150	150	200	200	700
<b>Mes 8</b>	150	150	200	200	700
<b>Mes 9</b>	150	150	200	200	700
<b>Mes 10</b>	150	150	200	200	700
<b>Mes 11</b>	150	150	200	200	700
<b>Mes 12</b>	150	150	200	200	700
<b>Año 1</b>	<b>1.800</b>	<b>1.800</b>	<b>2.400</b>	<b>2.400</b>	<b>8.400</b>
<b>Año 2</b>	<b>2500</b>	<b>2.500</b>	<b>3.000</b>	<b>3.000</b>	<b>11.000</b>
<b>Año 3</b>	<b>3.500</b>	<b>3.800</b>	<b>4.000</b>	<b>4.100</b>	<b>15.400</b>
<b>Año 4</b>	<b>4.500</b>	<b>4.500</b>	<b>4.800</b>	<b>4.800</b>	<b>18.600</b>
<b>Año 5</b>	<b>5.500</b>	<b>5.800</b>	<b>6.200</b>	<b>6.800</b>	<b>24.300</b>

<b>VENTAS DE PRODUCTO O SERVICIO</b>					
	<b>Zapatos botas niño</b>	<b>Zapatos botas niña</b>	<b>Zapatos niños cordones</b>	<b>Zapatos niñas cordones</b>	<b>Total</b>
<b>Mes 1</b>	9.000.000,00	9.000.000,00	13.600.000,00	13.600.000,00	45.200.000,00
<b>Mes 2</b>	9.000.000,00	9.000.000,00	13.600.000,00	13.600.000,00	45.200.000,00
<b>Mes 3</b>	9.000.000,00	9.000.000,00	13.600.000,00	13.600.000,00	45.200.000,00
<b>Mes 4</b>	9.000.000,00	9.000.000,00	13.600.000,00	13.600.000,00	45.200.000,00
<b>Mes 5</b>	9.000.000,00	9.000.000,00	13.600.000,00	13.600.000,00	45.200.000,00
<b>Mes 6</b>	9.000.000,00	9.000.000,00	13.600.000,00	13.600.000,00	45.200.000,00
<b>Mes 7</b>	9.000.000,00	9.000.000,00	13.600.000,00	13.600.000,00	45.200.000,00
<b>Mes 8</b>	9.000.000,00	9.000.000,00	13.600.000,00	13.600.000,00	45.200.000,00
<b>Mes 9</b>	9.000.000,00	9.000.000,00	13.600.000,00	13.600.000,00	45.200.000,00
<b>Mes 10</b>	9.000.000,00	9.000.000,00	13.600.000,00	13.600.000,00	45.200.000,00
<b>Mes 11</b>	9.000.000,00	9.000.000,00	13.600.000,00	13.600.000,00	45.200.000,00
<b>Mes 12</b>	9.000.000,00	9.000.000,00	13.600.000,00	13.600.000,00	45.200.000,00
<b>Año 1</b>	<b>108.000.000,00</b>	<b>108.000.000,00</b>	<b>163.200.000,00</b>	<b>163.200.000,00</b>	<b>542.400.000,00</b>
<b>Año 2</b>	<b>113.400.000,00</b>	<b>113.400.000,00</b>	<b>171.360.000,00</b>	<b>171.360.000,00</b>	<b>569.520.000,00</b>
<b>Año 3</b>	<b>118.162.800,00</b>	<b>118.162.800,00</b>	<b>178.557.120,00</b>	<b>178.557.120,00</b>	<b>593.439.840,00</b>
<b>Año 4</b>	<b>123.125.637,60</b>	<b>123.125.637,60</b>	<b>186.056.519,04</b>	<b>186.056.519,04</b>	<b>618.364.313,28</b>
<b>Año 5</b>	<b>128.296.914,38</b>	<b>128.296.914,38</b>	<b>193.870.892,84</b>	<b>193.870.892,84</b>	<b>644.335.614,44</b>

<b>INVERSIONES</b>	Previo	AÑO	AÑO	AÑO
	inicio	1	2	3
Inmovilizado Material				
Terrenos y bienes naturales	\$ 20.000.000			
Construcciones (Oficina y bodega)	\$ 15.000.000			
Red de cableado Estructurado y Electrico	\$ 2.000.000			
Escritorios, sillas y estanteria	\$ 2.200.000			
Equipos para proceso de información	\$ 5.000.000			
Camioneta para transporte	\$ 0	\$ 0		\$ 0



Maquina para impresión de publicidad	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Propiedad industrial	\$ 350.000	\$ 380.000	\$ 420.000	\$ 460.000
Circulante				
Aporte de un socio en efectivo	\$ 20.000.000	\$ 2.000.000	\$ 3.000.000	\$ 5.000.000

Depreciacion n	Depreciacion n	Depreciacion n	Depreciacion n
anual (%)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
3,0%	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000
10,0%	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
10,0%	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
10,0%	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000
25,0%	\$ 1.250.000	\$ 1.250.000	\$ 1.250.000
14,3%	\$ -	\$ -	\$ -

33,3%	\$ -	\$ -	\$ -
20,0%	\$ 146.000	\$ 230.000	\$ 322.000
Total	\$ 3.916.000	\$ 4.000.000	\$ 4.092.000

COSTE VARIABLE DEL PRODUCTO O SERVICIO						
	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Total	% Ventas
Mes 1	630.000,00	630.000,00	952.000,00	952.000,00	3.164.000,00	7,0%
Mes 2	630.000,00	630.000,00	952.000,00	952.000,00	3.164.000,00	7,0%
Mes 3	630.000,00	630.000,00	952.000,00	952.000,00	3.164.000,00	7,0%
Mes 4	630.000,00	630.000,00	952.000,00	952.000,00	3.164.000,00	7,0%
Mes 5	630.000,00	630.000,00	952.000,00	952.000,00	3.164.000,00	7,0%
Mes 6	630.000,00	630.000,00	952.000,00	952.000,00	3.164.000,00	7,0%
Mes 7	630.000,00	630.000,00	952.000,00	952.000,00	3.164.000,00	7,0%
Mes 8	630.000,00	630.000,00	952.000,00	952.000,00	3.164.000,00	7,0%
Mes 9	630.000,00	630.000,00	952.000,00	952.000,00	3.164.000,00	7,0%
Mes 10	630.000,00	630.000,00	952.000,00	952.000,00	3.164.000,00	7,0%
Mes 11	630.000,00	630.000,00	952.000,00	952.000,00	3.164.000,00	7,0%
Mes 12	630.000,00	630.000,00	952.000,00	952.000,00	3.164.000,00	7,0%
Año 1	<b>7.560.000,00</b>	<b>7.560.000,00</b>	<b>11.424.000,00</b>	<b>11.424.000,00</b>	<b>37.968.000,00</b>	<b>7,0%</b>
Año 2	<b>7.938.000,00</b>	<b>7.938.000,00</b>	<b>11.995.200,00</b>	<b>11.995.200,00</b>	<b>39.866.400,00</b>	<b>7,0%</b>
Año 3	<b>8.271.396,00</b>	<b>8.271.396,00</b>	<b>12.498.998,40</b>	<b>12.498.998,40</b>	<b>41.540.788,80</b>	<b>7,0%</b>
Año 4	<b>8.618.794,63</b>	<b>8.618.794,63</b>	<b>13.023.956,33</b>	<b>13.023.956,33</b>	<b>43.285.501,93</b>	<b>7,0%</b>
Año 5	<b>8.980.784,01</b>	<b>8.980.784,01</b>	<b>13.570.962,50</b>	<b>13.570.962,50</b>	<b>45.103.493,01</b>	<b>7,0%</b>

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas	\$ 542.400.000	\$ 569.520.000	\$ 593.439.840	\$ 618.364.313	\$ 644.335.614
Costes Variables	\$ 37.968.000	\$ 39.866.400	\$ 41.540.789	\$ 43.285.502	\$ 39.866.400
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 504.432.000</b>	<b>\$ 529.653.600</b>	<b>\$ 551.899.051</b>	<b>\$ 575.078.811</b>	<b>\$ 604.469.214</b>
Asistencia Tecnica	\$ 5.400.000	\$ 5.581.980	\$ 5.770.093	\$ 5.964.545	\$ 6.165.550
Honorarios	\$ 10.200.000	\$ 10.543.740	\$ 10.899.064	\$ 11.266.362	\$ 11.646.039
Gastos de personal	\$ 78.473.482	\$ 83.103.417	\$ 88.006.519	\$ 93.198.903	\$ 98.697.639
Servicios publicos	\$ 5.160.000	\$ 5.333.892	\$ 5.513.644	\$ 5.699.454	\$ 5.891.526
Vigilancia y seguridad	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento de equipos	\$ 5.400.000	\$ 5.581.980	\$ 5.770.093	\$ 5.964.545	\$ 6.165.550
Suministros	\$ 300.000	\$ 310.110	\$ 320.561	\$ 331.364	\$ 342.531
Telefono e Internet	\$ 2.220.000	\$ 2.294.814	\$ 2.372.149	\$ 2.452.091	\$ 2.534.726
Depreciación	\$ 3.916.000	\$ 4.000.000	\$ 4.092.000	\$ 4.092.000	\$ 4.660.500
<b>TOTAL OPERACIONES DE ADMIN</b>	<b>\$ 111.069.482</b>	<b>\$ 116.749.933</b>	<b>\$ 122.744.122</b>	<b>\$ 128.969.264</b>	<b>\$ 136.104.060</b>
<b>UTILIDAD/PERDIDA OPERACIONAL</b>	<b>\$ 393.362.518</b>	<b>\$ 412.903.667</b>	<b>\$ 429.154.929</b>	<b>\$ 446.109.548</b>	<b>\$ 468.365.155</b>
Gastos financieros	\$ 2.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 390.862.518</b>	<b>\$ 409.403.667</b>	<b>\$ 425.654.929</b>	<b>\$ 442.609.548</b>	<b>\$ 464.865.155</b>
Impuesto Renta	\$ 128.984.631	\$ 135.103.210	\$ 140.466.127	\$ 146.061.151	\$ 153.405.501
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 261.877.887</b>	<b>\$ 274.300.457</b>	<b>\$ 285.188.802</b>	<b>\$ 296.548.397</b>	<b>\$ 311.459.654</b>

IPC	3,
IBS	5,

### ESTADO DE SITUACION FINANCIERA PROYECTADO A 3 AÑOS

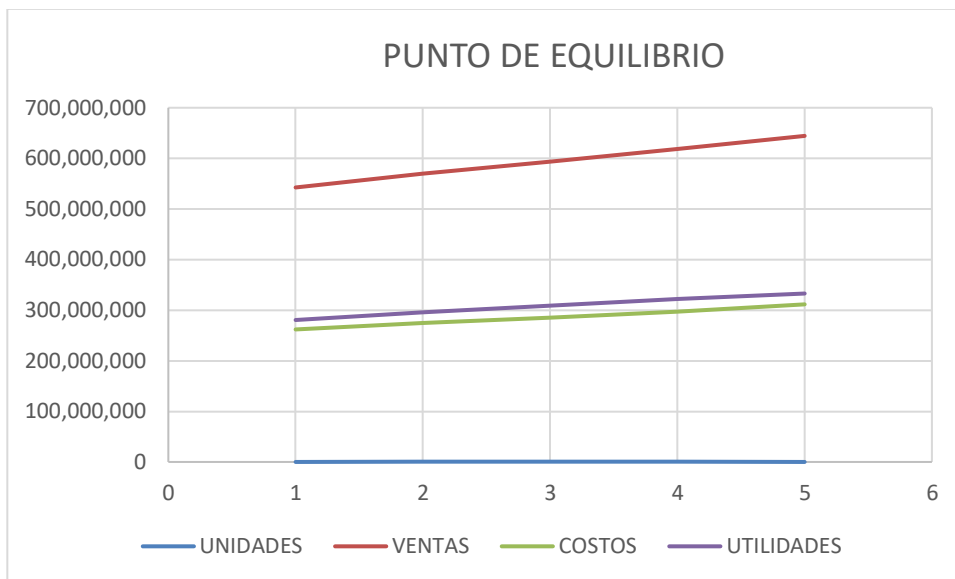
ACTIVO	SALDOS INICIALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Equivalentes del Efectivo	\$ 20.000.000	\$ 2.000.000	\$ 3.000.000	\$ 5.000.000
Cuentas comerciales por cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Activo corriente</b>	<b>\$ 20.000.000</b>	<b>\$ 2.000.000</b>	<b>\$ 3.000.000</b>	<b>\$ 5.000.000</b>
Construcciones	\$ 17.000.000	\$ 15.300.000	\$ 13.600.000	\$ 11.900.000
Muebles y enseres	\$ 2.200.000	\$ 1.780.000	\$ 1.360.000	\$ 940.000
Equipos para proceso de información	\$ 5.000.000	\$ 3.530.000	\$ 2.060.000	\$ 590.000
Camioneta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos Intangibles	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciacion	\$ -	\$ (333.333)	\$ (341.000)	\$ (341.000)
<b>Total activo no corriente</b>	<b>\$ 24.200.000</b>	<b>\$ 20.276.667</b>	<b>\$ 16.679.000</b>	<b>\$ 13.089.000</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 44.200.000</b>	<b>\$ 22.276.667</b>	<b>\$ 19.679.000</b>	<b>\$ 18.089.000</b>
<b>PASIVO</b>	<b>SALDOS INICIALES</b>	<b>año 1</b>	<b>año 2</b>	<b>año 3</b>
Pasivo Corriente	\$ -	\$ 850.000	\$ -	\$ 8.929.457
Deudas a largo plazo	\$ -	\$ (3.500.000)	\$ (4.500.000)	\$ (650.000)
Pasivo No corriente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ (2.650.000)	\$ (4.500.000)	\$ 8.279.457	
<b>PATRIMONIO</b>	<b>SALDOS INICIALES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Capital	\$ 20.000.000	\$ 2.000.000	\$ 3.000.000	\$ 5.000.000
Subvenciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Reservas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Resultados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Patrimonio Neto</b>	<b>\$ 20.000.000</b>	<b>\$ 2.000.000</b>	<b>\$ 3.000.000</b>	<b>\$ 5.000.000</b>
<b>Total pasivo mas patrimonio</b>	<b>\$ 20.000.000</b>	<b>\$ (650.000)</b>	<b>\$ (1.500.000)</b>	<b>\$ 13.279.457</b>

#		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
1	<b>INGRESOS</b>													
2	Ventas	\$ 11.025.000	\$ 16.770.000	\$ 20.020.000	\$ 19.910.000	\$ 23.245.000	\$ 25.425.000	\$ 26.049.000	\$ 28.087.000	\$ 30.581.000	\$ 33.905.000	\$ 36.622.000	\$ 39.830.000	\$ 311.469.000
3	Total ingresos	\$ 11.025.000	\$ 16.770.000	\$ 20.020.000	\$ 19.910.000	\$ 23.245.000	\$ 25.425.000	\$ 26.049.000	\$ 28.087.000	\$ 30.581.000	\$ 33.905.000	\$ 36.622.000	\$ 39.830.000	\$ 311.469.000
4	<b>EGRESOS</b>													
5	Materia prima	\$ 0	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 16.500.000
6	Mano de obra + Cargas sociales	\$ 5.043.191	\$ 5.043.191	\$ 5.043.191	\$ 5.043.191	\$ 5.043.191	\$ 5.043.191	\$ 5.043.191	\$ 5.043.191	\$ 5.043.191	\$ 5.043.191	\$ 5.043.191	\$ 5.043.191	\$ 60.518.292
10	Servicios de tv inte	\$ 98.500	\$ 98.500	\$ 98.500	\$ 98.500	\$ 98.500	\$ 98.500	\$ 98.500	\$ 98.500	\$ 98.500	\$ 98.500	\$ 98.500	\$ 98.500	\$ 1.182.000
11	Servicios publicos	\$ 455.000	\$ 455.000	\$ 455.000	\$ 455.000	\$ 455.000	\$ 455.000	\$ 455.000	\$ 455.000	\$ 455.000	\$ 455.000	\$ 455.000	\$ 455.000	\$ 5.460.000
12	Armotización	\$ 98.750	\$ 98.750	\$ 98.750	\$ 98.750	\$ 98.750	\$ 98.750	\$ 98.750	\$ 98.750	\$ 98.750	\$ 98.750	\$ 98.750	\$ 98.750	\$ 1.185.000
	Total egresos	\$ 5.695.441	\$ 7.195.441	\$ 7.195.441	\$ 7.195.441	\$ 7.195.441	\$ 7.195.441	\$ 7.195.441	\$ 7.195.441	\$ 7.195.441	\$ 7.195.441	\$ 7.195.441	\$ 7.195.441	\$ 84.845.292
	Flujo de Fondos	\$ 5.329.559	\$ 9.574.559	\$ 12.824.559	\$ 12.714.559	\$ 16.049.559	\$ 18.229.559	\$ 18.853.559	\$ 20.891.559	\$ 23.385.559	\$ 26.709.559	\$ 29.426.559	\$ 32.634.559	\$ 226.623.708

	2022	2023	2024	2025
<b>INGRESOS</b>				
Ventas	\$ 327.567.450	\$ 341.325.282	\$ 355.660.944	\$ 370.598.704
Total ingresos	\$ 327.567.450	\$ 341.325.282	\$ 355.660.944	\$ 370.598.704
<b>EGRESOS</b>				
Materia prima	\$ 20.500.000	\$ 22.500.000	\$ 25.500.000	\$ 27.500.000
Mano de obra + Cargas sociales	\$ 70.518.292	80.518.292	\$ 90.518.292	\$ 100.518.292
Servicios de tv inte	\$ 1.182.000	\$ 1.182.000	\$ 1.182.000	\$ 1.182.000
Servicios publicos	\$ 5.460.000	\$ 6.000.000	\$ 6.540.000	\$ 7.000.000
Armotización	\$ 1.185.000	\$ 1.185.000	\$ 1.185.000	\$ 1.185.000
Total egresos	\$ 98.845.292	\$ 111.385.292	\$ 124.925.292	\$ 137.385.292
Flujo de Fondos	\$ 228.722.158	\$ 229.939.990	\$ 230.735.652	\$ 233.213.412

Flujo de caja 2021 a 2025, la proyección nos indica que se va contar con un buen flujo de caja, los números a futuro nos dice que el proyecto va contar con el flujo suficiente y así anticiparse a algún déficit que pueda haber, o estimar una ganancia extra que puede ser planificada como inversión.

#	UNIDADES	VENTAS	COSTOS	UTILIDADES
AÑO 1	8.400	542.400.000,00	261.877.887,00	\$ 280.522.113
AÑO 2	11.000	569.520.000,00	274.300.457,00	\$ 295.219.543
AÑO 3	15.400	593.439.840,00	285.188.802,00	\$ 308.251.038
AÑO 4	18.600	618.364.312,00	296.548.397,00	\$ 321.815.915
AÑO 5	24.300	644.333.614,00	311.459.654,00	\$ 332.873.960



INDICADOR	VALOR OBTENIDO	INTERPRETACIÓN
<b>TIR</b>	<b>630%</b>	Si la <b>TIR</b> es muy <b>alta</b> , <b>significa</b> que estaremos ante un proyecto de inversión muy rentable. ... Sin embargo, la <b>TIR</b> no lo es todo a la hora de aceptar como buena una inversión. También debemos tener en cuenta otros aspectos, como el tiempo de retorno de la inversión, el riesgo del proyecto, o los costes que va a suponer.
<b>VPN (VAN)</b>	<b>103825198425%</b>	Al ser el VAN mayor que cero, quiere decir que el valor actualizado con la tasa de rentabilidad elegida (el 10% en el ejemplo) de los cobros y pagos que generará la inversión dará beneficios.
<b>PAYBACK</b>	<b>6</b>	La inversión inicial con el flujo de caja del año, si las ventas surgen según lo pronosticado se recuperaría la inversión en un promedio de 6 días.

## CONCLUSIONES Y LOGROS

Inicialmente durante el desarrollo del proyecto se adquirieron conocimientos en contabilidad, tales como indicadores financieros, flujo de caja, balance general y estado de resultados, lo anterior permitió crecer profesionalmente.

Adicionalmente se esforzaron conocimientos relacionados con la constitución de una empresa y estudios administrativos.

Se recomienda para proyectos posteriores analizar más a fondo el mercado y la localización, esto permitirá mayores ventas y por ende más utilidades.

Adicionalmente en aspectos a mejorar se puede manifestar mejor investigación en el campo al que pertenece el proyecto, con el fin de mejorar los servicios e incrementar utilidades.

Por otro lado, se conoció de manera un poco más profunda el mercado actual, y las preferencias y gustos de los clientes al momento de adquirir un nuevo producto, gracias a las herramientas metodologías y el acercamiento con los posibles clientes.

Entre los principales logros establecidos podemos encontrar el cumplimiento del día objetivo general, ya que se logró formular un plan de negocios adecuado que se adapte a nuestra empresa, esto te bendiga en cuenta lo previamente visto en teoría y práctica.

En este sentido, los objetivos específicos también fueron alcanzados, debido a que gracias a las encuestas pudimos realizar un estudio de mercado confiable y enfocado a las necesidades actuales de nuestros futuros clientes, también Elaborando un plan operativo que siguiera determinados pasos reglas que garanticen el crecimiento y la estabilidad del negocio.

En conclusión, abordar temas como el de nuestro trabajo, no solo es importante en el sentido emprendedor, sino que podemos conocer que tanto se sabe acerca de este tipo de elementos fundamentales en la vida de muchos niños y si las personas del común conocen la variedad que existe en el mercado y como está enfocada a cubrir la demanda necesaria.

### **Recomendaciones**

Por medio de la investigación se determinó la apertura de los zapatos ortopédicos, por lo cual se recomienda diseñar el zapato de manera moderna ya que a al 80% les parecen feo los actuales.

Realizar campañas de socialización para dar a conocer el zapato ortopédico y su función ya que el 67% no lo ha adquirido.

Se recomienda realizar unos zapatos más cómodos ya que esto influye mucho a la hora de adquirir estos, siendo este el motivo primordial por lo cual el cliente no los aprueba.





## 1. BIBLIOGRAFÍA CITADA Y REFERENCIAS

Aranda Pérez, D. L. (2017). *Análisis de la competitividad en la elaboración artesanal del calzado ortopédico infantil, en la ciudad de Guayaquil, y propuesta de mejora para su negocio* (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas).

Barahona, J., & Llerena, J. (2016). Estudio de factibilidad para la introducción de las botas ortopédicas Ergobaum dirigido al área de rehabilitación en el mercado 94 guayaquileño a través de la empresa Ecuadorian Medical Fly. Repositorio de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6802/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM323.pdf>

Brunon, A., Maitre, M., Petiot, S., Romain, M., & Pélissier, J. (2004). Zapatos ortopédicos. *EMC-Kinesiterapia-Medicina Física*, 25(4), 1-10.

Cruz Olivares, L. D. L. Á., Meléndez Vivas, S. W., & Quiroz Gómez, D. D. L. Á. (2020). *Elaboración de un plan de negocio de fabricación de zapatos ortopédicos con diseños y estilos personalizados CANICORTSA en el municipio de Jinotepe departamento de Carazo* (Doctoral dissertation, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

De la Cruz Mejía, J. L. (2017). Prevalencia de pie plano en niños de 6 a 7 años, en la Esc. Prim. Fray Matias de Córdova, Tuxtla Gutiérrez Chiapas, abril–julio 2017.

Fuentes, et al (2020) *evaluación comparativa del pie plano en preescolares*. Bol med, vol 77, no 06.

amarrillas, p. (s.f.). *ortosalud* . santa marta .

carrile, e. b. (29 noviembre 2015). *CALZADO ORTOPÉDICO INFANTIL*.

*Conoce las causas, síntomas y tratamiento.* (s.f.). Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=cA3gPHMAhNA>

García, L. (17 de 09 de 2020). *Los Antecedentes de Investigación.* Obtenido de Celee; Centro de lectura y escritura: <https://celee.uao.edu.co/antecedentes-de-investigacion/>

madrid, c. o. (2002). *calzado ortopedico Asesani* . madrid.

Mendivil. (2020). *la importancia del zapato ortopedico.* España.

ortopedicas, p. c. (2020). *zapatos ortopedicos: adaptacion a los tiempos* . madrid - españa .

Ortopedistas, T. (s.f.). *Traumatólogos Ortopedistas Asociados SAS.* Santa Marta .

ortopedico, c. (s.f.). *alex barraza SAS.* santa marta: <https://www.waze.com/es/live-map/directions/colombia/magdalena/santa-marta/centro-ortopedico-alex-barraza-sas?to=place.ChIJtf2DpHb19I4RPuJpzarXP08>.

SAS, T. O. (s.f.). *Traumatólogos Ortopedista.* santa marta : Traumatólogos Ortopedistas Asociados SAS.

*traumatologia infantil.* (s.f.). Obtenido de <https://www.traumatologiainfantil.com/es/pie/el-calzado>

[www.ortomedsas.com](http://www.ortomedsas.com). (s.f.). santa marta : Ortopédicos Muletas Calzados Ortopédicos.

