

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PUESTA EN MARCHA PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ROPA PARA RESTAURANTES
Y BELLEZA**

PROYECTO DE GRADO

ARMANDO RAFAEL ARAGÓN SMITH

000128380

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE INGENIERÍA

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

FLORIDABLANCA

2015

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PUESTA EN MARCHA PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ROPA PARA RESTAURANTES
Y BELLEZA**

PROYECTO DE GRADO

ARMANDO RAFAEL ARAGÓN SMITH

000128380

DIRIGIDO POR

RUBEN DARIO JACOME CABRALES

INGENIERO INDUSTRIAL

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE INGENIERÍA

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

FLORIDABLANCA

2015

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bucaramanga, Abril de 2015

DEDICATORIA

Este libro esta dedicado a mis padres Armando Aragón y Liz Smith por el gran esfuerzo y apoyo que me han mostrado ha cada uno de los proyectos en los que estado, por la enseñanza y que a través de ellos es que he tenido la posibilidad de crecer como persona y profesionalmente.

A mis hermanos Darlen y Jorge que siempre han sido un motivador, por estar siempre atentos a cada situación y siempre estando alli como apoyo moral, por aguantarme y escucharme en el momento en que los necesito.

A Diana que gracias a ella tuve el apoyo emocional para ir cumpliendo mis metas y que siempre ha estado incondicionalmente conmigo, en las buenas y en las malas sin importar lo que ocurra.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que intervinieron en este trabajo, por su apoyo y comprensión por el tiempo dedicado a este proyecto.

A mi tutor Ruben Jacome, que me guio a través de este proyecto, dandome las indicaciones adecuadas para poderlo realizar.

A los docentes de ingeniería industrial de la Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga, por su ayuda y enseñanza en toda mi carrera.

Muchas gracias

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	14
1. ANTECEDENTES.....	15
2. JUSTIFICACIÓN.....	18
3. OBJETIVOS	19
3.1 Objetivo General	19
3.2 Objetivos Específicos	19
4. MARCO TEORICO.....	20
5. ESTUDIO DEL MERCADO	22
5.1 OBJETIVOS.....	22
5.1.1 Objetivo general	22
5.1.2 Objetivos específicos.....	22
5.2 DISEÑO DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	23
5.2.1 Ficha técnica.....	23
5.2.2 Muestra calculada.....	23
5.3 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	25
5.4 ANÁLISIS DEL MERCADO	35
5.4.1 Análisis de la demanda.....	35
5.4.2 Análisis de la demanda selectiva	35
5.4.3 Segmentación.....	36
5.5 MEDICIÓN DEL MERCADO.....	36
5.5.1 Estimación del potencial del mercado.....	36
5.5.2 Pronostico de ventas.....	36
5.6 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	37
6 ESTUDIO TÉCNICO.....	38
6.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	38
6.1.1 Limitante de la demanda para determinar el tamaño del proyecto.....	38
6.1.2 Limitante de la oferta de insumos y mano de obra en el proyecto.....	39
6.1.3 Limitante del proyecto sobre el factor tecnológico.....	39
6.1.4 Limitante de financiación.....	40
6.1.5 Organización	40
6.2 LOCALIZACIÓN	41
6.2.1 Micro localización	41

6.3	ANÁLISIS DEL PROCESO DE FLUJO	44
6.4	DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	46
6.5	CONCLUSIÓN SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	49
7	PLAN DE MARKETING	50
7.1	OBJETIVO GENERAL	50
7.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	50
7.3	ANÁLISIS DEL MERCADO.	50
7.4	ANÁLISIS DOFA	52
7.5	PRODUCTOS	53
7.5.1	Uniforme de chef.	53
7.5.2	Uniforme de mayo.	54
7.5.3	Calzado en Eva.	54
7.6	COMPETENCIA.....	55
7.7	MARCA DE LA EMPRESA.....	56
7.8	FIJACIÓN DE PRECIO.....	56
7.9	LOGOTIPO.....	57
7.10	PROGRAMA DE SERVICIO AL CLIENTE	57
7.11	CONCLUSIONES DEL PLAN DE MARKETING	58
8	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	59
8.1	FORMA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	59
8.1.1	Nombre o razón social de la empresa.	59
8.1.2	Requisitos de trámite y constitución	59
8.2	MISIÓN	61
8.3	VISIÓN	61
8.4	FORMULACIÓN DE OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS:	61
8.4.1	Objetivo general.	61
8.4.01	Objetivos específicos.	61
8.5	ESTRATEGIAS.	62
8.6	VALORES EMPRESARIALES	62
8.7	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.	63
8.8	REMUNERACIÓN SALARIAL	63
8.9	MANUAL DE CARGOS	64
8.10	CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	64

9	ESTUDIO FINANCIERO	65
9.1	INVERSIÓN	65
9.1.1	Inversión fija.....	65
9.1.2	Inversión diferida.....	65
9.1.3	Inversión de capital de trabajo.	66
9.1.4	Inversión total.....	66
9.2	COSTOS	66
9.3	PRECIO DE VENTA	67
9.4	PRESUPUESTO DE INGRESOS Y DE EGRESOS.....	67
9.4.1	Presupuesto de egresos	67
9.4.02	Presupuesto de ingresos.....	68
9.5	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	68
9.6	PROYECCIÓN FLUJO DE CAJA.....	68
9.7	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	69
9.8	BALANCE GENERAL PROYECTADO	70
9.9	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO	71
10	EVALUACIÓN FINANCIERA	72
10.1	VALOR PRESENTE NETO	72
10.2	TASA DE DESCUENTO WACC.....	72
10.3	TASA INTERNA DE RETORNO	73
10.4	PERIODO DE RECUPERACIÓN	73
10.5	RAZONES E INDICADORES FINANCIEROS	73
10.6	CONCLUSIÓN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA	74
11	IMPACTO SOCIAL.....	75
12	IMPACTO AMBIENTAL.....	75
13	PLAN DE PUESTA EN MARCHA.....	76
13.1	ACTIVIDADES A DESARROLLAR.....	76
13.1.1	Constitución de la empresa.	76
13.1.2	Adecuación de instalaciones.....	77
13.1.3	Selección de talento humano.	77
13.1.4	Contratación de talento humano.	77
13.1.5	Capacitación e inducción.....	77
12.	CONCLUSIONES	79

BIBLIOGRAFÍA.....	81
WEBGRAFÍA.....	82
ANEXOS	83

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Restaurante	23
Tabla 2. Belleza	24
Tabla 3. Micro localización.....	42
Tabla 4. Servicio al cliente	57
Tabla 5. Inversión fija	65
Tabla 6. Inversión diferida	65
Tabla 7. Inversión de capital de trabajo	66
Tabla 8. Inversión total.....	66
Tabla 9. Costos.....	66
Tabla 10. Egresos	67
Tabla 11. Punto de equilibrio	68
Tabla 12. Flujo de caja	68
Tabla 13. Estado de resultados	69
Tabla 14. Balance general	70
Tabla 15. Valor presente neto.....	72
Tabla 16. Tasa de descuento.....	72
Tabla 17. Tasa interna de retorno	73
Tabla 18. Recuperación de la inversión.....	73
Tabla 19. Diagrama de Gantt	78

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Aspecto restaurante	25
Ilustración 2. Aspecto belleza	25
Ilustración 3. Frecuencia de compra restaurante	26
Ilustración 4. Frecuencia compra belleza	26
Ilustración 5. Gasto en dotación restaurante	27
Ilustración 6. Gasto dotación belleza	27
Ilustración 7. Número de empleados	28
Ilustración 8. Número de empleados belleza	28
Ilustración 9. Disposición a esperar restaurante	29
Ilustración 10. Disposición a esperar belleza	29
Ilustración 11. Facilidad de conseguir dotación	30
Ilustración 12. Facilidad de conseguir dotación belleza	30
Ilustración 13. Interés de cambiar de proveedor restaurante	31
Ilustración 14. Interés de cambiar de proveedor belleza	31
Ilustración 15. Donde compra dotación restaurante	32
Ilustración 16. Donde compra dotación belleza	32
Ilustración 17. Interés almacén especializado restaurante	33
Ilustración 18. Interés almacén especializado belleza	33
Ilustración 19. Número de uniformes al año dotación	34
Ilustración 20. Número de uniformes al año belleza	34
Ilustración 21. Geolocalización	42
Ilustración 22. Barrio	43
Ilustración 23. Estado actual	43
Ilustración 24. Análisis del proceso de flujo	44
Ilustración 25. Proceso de bordado	45
Ilustración 26. Piso 1	46
Ilustración 27. Piso 2	47
Ilustración 28. Piso 3	48
Ilustración 29. Fachado	49
Ilustración 30. DOFA	52
Ilustración 31. Uniforme chef	53
Ilustración 32. Traje anti fluido	54
Ilustración 33. Suecos	54
Ilustración 34. Logo Dotaherlogo	55
Ilustración 35. Logo almacenes veracruz	55
Ilustración 36. Logo dotaciones y seguridad	57
Ilustración 37. Homonimia	59
Ilustración 38. Estructura organizacional	63
Ilustración 39. Tabla salarial	63
Ilustración 40. Estado de resultados porcentual	69

RESUMEN GENERAL DEL TRABAJO DE GRADO

TITULO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PUESTA EN MARCHA PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ROPA
PARA RESTAURANTES Y BELLEZA

AUTOR: ARMANDO RAFAEL ARAGÓN SMITH.

FACULTAD: INGENIERIA INDUSTRIAL.

DIRECTOR: RUBEN DARIO JACOME CABRALES.

RESUMEN

La idea de crear la empresa Dotaciones y Seguridad es dar a la ciudad un producto de dotación y calzado para el sector gastronómico y de belleza, el cual actualmente es de difícil acceso debido a gran cantidad de factores y los cuales muchas veces no cumplen con sus expectativas o no se acomodan a sus necesidades y se debe comprar productos sustitutos que son de otros sectores.

Con el desarrollo que están teniendo estos dos sectores y el crecimiento del comercio formal en Bucaramanga se expresa a través del texto como diferentes factores ayudan a la creación de esta empresa y observar su viabilidad para realizar su ejecución.

El proyecto es soportado en diferentes áreas pasando por varios estudios para observar la factibilidad, buscando a través de un estudio de mercado, la opinión de los posibles clientes y determinar la demanda, un estudio técnico que permite establecer cuales son los limitantes de la ejecución, un estudio financiero que permita ver si económicamente se puede

ejecutar y una evaluación final el cual concluye que el proyecto es viable y que será ejecutable.

PALABRAS CLAVES: Factibilidad, dotación y evaluación financiera.

GENERAL SUMMARY ABOUT WORK OF DEGREE

TITULO: FEASIBILITY STUDY AND IMPLEMENTATION FOR THE
CREATION OF A DISTRIBUTOR OF CLOTHING COMPANY FOR
RESTAURANTS AND BEAUTY

AUTOR: ARMANDO RAFAEL ARAGÓN SMITH.

FACULTAD: INDUSTRIAL ENGINEERING.

DIRECTOR: RUBEN DARIO JACOME CABRALES.

ABSTRACT

The idea for the company Endowments and Security is giving the city a product of endowment and footwear for the restaurant industry and beauty, which is currently difficult to access due to many factors and which often do not meet their expectations or do not fit their necessities and must be purchased substitute products that are in other sectors.

With the development that are taking these two sectors and the growth of formal trade in Bucaramanga is expressed through the text as different factors help the company create and observe their feasibility for implementation.

The project is supported in different areas through various studies to observe the feasibility, looking through market research, feedback from potential customers and determine demand, a technical study that allows to establish which are the limiting of

execution, one Loans study to see if you can run economically and a final assessment which concludes that the project is viable and will be executable.

KEYWORDS: Feasibility, endowment and financial evaluation.

INTRODUCCIÓN

Dotaciones y seguridad industrial es una idea de negocio, la cual consiste en la creación de una empresa que busca satisfacer la necesidad de uniformar a empleados de los gremios de restaurante y belleza, proporcionando a sus empleados una uniformidad, una imagen e identidad que represente a sus empresas y negocios.

Realizando diferentes evaluaciones se buscó si el proyecto es factible; iniciando con el área de mercado para identificar cuáles son sus principales necesidades en los sectores y cuantificar un mercado potencial; en el área técnica se estudia las restricciones que podría presentar el iniciar el proyecto, en el plan de marketing se presenta la descripción de los productos a manejar, en el estudio organizacional se analiza la empresa desde su parte administrativa, cargos, misión y visión, el estudio financiero muestra la viabilidad y la proyección que puede tener el negocio en cinco años.

La idea de negocio surge a partir de ingresar a un mercado que actualmente se encuentra poco atendido, y que necesita dar una imagen a través de sus empleados de lo que quieren representar y que actualmente se encuentra trabajando con productos sustitutos los cuales no satisfacen a cabalidad lo que ellos requieren y se presenta como un negocio con facilidad de adquisición de los productos, con el fin únicamente de vender al consumidor final.

1. ANTECEDENTES

De acuerdo con el informe sobre el sector textil y confecciones colombiano presentado (Crediseguros, 2010) en Marzo de 2010, se observó que Colombia es reconocida internacionalmente como un país que presenta grandes fortalezas en el negocio de los textiles y las confecciones, representando un 3% del PIB Nacional en dicho periodo.

Varios autores han tratado el estudio de proyectos y el estudio de factibilidad planteando pasos y procedimientos para un estudio óptimo del mismo, ejemplo el libro *formulación y evaluación de proyectos, enfoque para emprendedores*, escrito por el ingeniero Rafael Méndez, donde buscó crear un libro que supla la necesidad para estudiantes de pregrado y posgrado el cual realizó una guía metodológica para formular estudios de pre factibilidad y factibilidad (Mendoza Lozano, 2004).

En el 2012, PROEXPORT (PROEXPORT, 2012) dio a conocer un listado de datos con los cuales quiere motivar a los diferentes empresarios a invertir en este sector en Colombia, pues mostró que existe la disponibilidad de la mano de obra especializada, así como programas gubernamentales de capacitación textil y confecciones. También reveló que la economía Colombiana está abierta al mundo con 11 tratados de Libre Comercio con preferencias arancelarias para este sector e igualmente se posee una ubicación geográfica estratégica.

Un análisis realizado por la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín estudió el sector confección de Colombia y encontró “*Entre las fortalezas del sector está el*

conocimiento técnico en destrezas y habilidades de potencial humano, el hecho de ser una industria con casi cien años de tradición y el tener entre sus oportunidades el desarrollo de procesos de especialización de productos, con unidades estratégicas de negocios y empresas generadoras de servicios, para resolver así el problema de estructura de costos. Esto va de la mano con las debilidades de los confeccionistas, que aún tienen altos costos laborales por superar. De todas maneras, entre sus fortalezas más importantes están el alto reconocimiento internacional en calidad, precio y servicio” (Molina Guzman & Munera Barrera, 2012).

A nivel nacional se encontraron dos estudios de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora, en la ciudad de Bogotá, más específicamente de la Universidad EAN, a continuación se hablará de cada uno de dichos estudios y los resultados arrojados por ellos.

El primer estudio consiste en la factibilidad de la creación de una comercializadora de ropa interior femenina ADRYMORE (Moreno Vargas, 2012), la cual fue desarrollada por Adriana Beatriz Moreno Vanegas, estudiante que participó en la especialización de gerencia de proyectos. Actualmente no existen indicios de que la empresa se encuentre en funcionamiento real.

El segundo estudio consiste en la creación de una comercializadora de insumos de ropa deportiva (Miranda Salcedo, 2012), realizado por Carlos Arturo Miranda Salcedo estudiante a optar por el título de administrador de empresas en el año 2012, pero al igual que el anterior esta empresa parece no llevarse a cabo hasta el momento.

En la Universidad Pontificia Bolivariana, se ha realizado gran cantidad de estudios de factibilidad y pre factibilidad, relacionado con diversas actividades económicas, en el sector confección se encontró que el sector infantil es uno de los más reconocidos y por eso estudiado como el presentado por las estudiantes aspirantes a administrador de empresas, Kelly Yaneth Arévalo Alvear, Diana Patricia Cepeda Uribe y Yeny Andrea Hernández Martínez, con su trabajo de grado *Factibilidad para la creación de una comercializadora de confección infantil en la ciudad de Bucaramanga* (Arevalo Alvear, Cepeda Uribe, & Hernandez Martinez, 2005).

En la ciudad de Bucaramanga no se encontró un establecimiento dedicado exclusivamente a la confección o comercialización de este tipo de ropa, siendo sustituidas por productos con características similares o confeccionadas por sastres o modistas, algunos de los sitios que prestan este servicio son Confecciones Veracruz ubicado en Bucaramanga, en la carrera 33 n° 52 – 45 o DotaHerlogo ubicado en Bucaramanga, en la carrera 14 n° 37 – 69, la cual presenta una línea de vestidos anti fluidos utilizado por este mercado (Dotaherlogo, 2012).

Hoy en día existe una empresa llamada Aytex dotaciones (Aytex dotaciones, 2012), la cual se encuentra ubicada en Bogotá y tiene entre sus productos la ropa para restaurantes, pizzerías y cafeterías; a diferencia del proyecto en cuestión, éste también quiere incursionar en las dotaciones de ropa para lugares de salud y belleza.

2. JUSTIFICACIÓN

En año 2014 Colombia presenta un crecimiento en su economía, como lo muestran las cifras presentadas por la ANDI en el diario la republica con un aumento sostenido del 4% (ANDI, 2012) con lo cual se crea una oportunidad de realizar negocios y realizar inversiones, es por ello que surge la idea de crear un proyecto de creación de una empresa, por los beneficios que actualmente presenta el país.

Se presenta una idea de negocio en la creación de una marca y comercialización para ropa para servicio debido a que actualmente no existe en Bucaramanga una empresa dedicada a la elaboración en línea de ropa para restaurante y bares; Para el año 2014 los bares y restaurantes para ofrecer la dotación exigida por el gobierno nacional cada 4 meses presentados en código sustantivo del trabajo en el artículo 250 el cual dice : *“Todo empleador que habitualmente ocupe uno (1) o más trabajadores permanentes deberá suministrar cada cuatro (4) meses, en forma gratuita, un (1) par de zapatos y un (1) vestido de labora/ trabajador cuya remuneración mensual sea hasta dos (2) veces el salario mínimo más alto vigente. Tiene derecho a esta prestación el trabajador que en las fechas de entrega de calzado y vestido haya cumplido más de tres (3) meses al servicio del empleador”*, requieren ir a sastres y modistas o comprar la ropa en otras ciudades, con lo cual surge una necesidad a satisfacer y una oportunidad de negocio.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad y la puesta en marcha de un proyecto para la creación de una empresa comercializadora de ropa para servicio, enfocado al mercado de restaurante y belleza en Bucaramanga y su área metropolitana.

3.2 Objetivos Específicos

- Investigar el estado del arte en el cual se encuentra este sector y sus antecedentes en Bucaramanga y su área metropolitana.
- Realizar una investigación de mercado para determinar la demanda potencial en Bucaramanga y su área metropolitana.
- Desarrollar un estudio técnico para determinar tamaño y complejidad del proyecto.
- Desarrollar un plan de marketing con el fin de determinar estrategias y tácticas de ventas.
- Realizar un estudio administrativo y organizacional.
- Elaborar un estudio financiero para determinar la viabilidad del proyecto.
- Realizar una evaluación económica del proyecto.
- Desarrollar un plan de puesta en marcha para el proyecto.
- Presentar proyecto a una entidad promotora de creación y fomento empresarial.

4. MARCO TEORICO

La Ingeniería Industrial, es definida por la Universidad Pontificia Javeriana como *“El campo de la ingeniería, que se ocupa del diseño y optimización de los procesos de manufactura o servicios dentro de cualquier tipo de organización, a través de la utilización eficiente de todos los recursos humanos y técnicos”* (Universidad Pontificia Javeriana, 2013). Lo cual la ha convertido en una de las carreras más completas y profundas dentro del área de la educación profesional, incluyendo administración, producción, optimización, mercadeo y finanzas como algunas de las temáticas presentes dentro de la guía de estudio de cualquier universidad, aunque con gran énfasis en la Universidad Pontificia Bolivariana, donde cada una de las temáticas es trabajada por líneas.

La metodología utilizada por la Universidad Pontificia Bolivariana y la combinación de diferentes áreas, ayudan a la formulación y resolución de problemáticas industriales y sociales, donde la aplicación de conocimientos adquiridos a través de la carrera.

En el título se plantea, la búsqueda de un estudio de factibilidad para el proyecto, el cual es definido Según Varela, *“se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”*, donde a través de los diferentes métodos conocidos, se busca determinar si el proyecto tiene la posibilidad de transformarse en una empresa que sea viable en el mercado y rentable para posibles inversores.

La creación de una marca es determinante para buscar un diferenciador con los productos actuales en el mercado, y Marisol Vázquez en su libro Marketing Corporativo Social dice que una marca *“es garantía de calidad, un símbolo, las características que distinguen a un producto, servicio u organización de otros más allá de lo físico, un término,*

un diseño, o una combinación que identifican un bien, un servicio o una organización, estando conscientes de que psicológicamente nos dan seguridad y confianza en un mundo cambiante, debido a que contiene un conjunto de atributos funcionales y valores emocionales”, por lo cual la creación de un símbolo de producto es de vital importancia para dar reconocimiento a la calidad e imagen de los elementos.

La comercialización es uno de los factores claves de plan emprendedor definido por El Diccionario de Marketing, define la comercialización como: *"Proceso por el cual los productos pasan de los centros de producción a sus destinos de consumo, a través de diferentes fases u operaciones de compraventa de mayoristas o minoristas"* (Gestiopolis, 2012).

La investigación de mercado es un punto clave dentro del contexto del proyecto y es definida como una herramienta que sirve para orientar al emprendedor e el conocimiento del mercado al cual se va a dirigir, en la proyección de ventas de un producto o servicio, el cual es presentado en libro el emprendedor y su empresa y también es expresado por Philip Kotler como *“El diseño, obtención, análisis y síntesis, sistemáticos de datos pertinentes a una situación de mercado específica que una organización enfrenta”*.

5. ESTUDIO DEL MERCADO

Con la idea de identificar la realidad de una demanda potencial, se realiza un estudio de mercado el cual busca dar certeza y ratificar la idea inicial de negocio, determinando el número real de clientes potenciales a percibir, conocer cuáles son las necesidades de los potenciales clientes y observar si la idea de negocio realmente es viable a través de la aceptación del encuestado.

Al realizar el estudio de mercado se espera como principal objetivo cuantificar el número de clientes a satisfacer, para determinar el nivel económico del mercado, si el producto a vender ya está siendo ofrecido por alguna empresa y el nivel de satisfacción que tiene con el producto.

Esto brindará al proyecto solidez y objetividad real, para determinar la continuación del proyecto o la cancelación por falta de mercado.

5.1 OBJETIVOS

5.1.1 Objetivo general

Identificar el mercado potencial para la venta de dotación para restaurantes y el sector belleza en Bucaramanga y su área metropolitana.

5.1.2 Objetivos específicos.

- Indagar cuales son las necesidades del mercado de dotación para el restaurantes y belleza.
- Observar el nivel de satisfacción del mercado en relación a los uniformes.

- Analizar la frecuencia de compra de uniformes por parte del sector restaurante y belleza.
- Examinar cuales son los principales aspectos que influyen al momento de comprar dotación.

5.2 DISEÑO DEL ESTUDIO DE MERCADO

5.2.1 Ficha técnica.

FICHA TÉCNICA

AUTOR	Armando Rafael Aragón Smith
TIPO DE INVESTIGACIÓN	Exploratorio descriptivo
POBLACIÓN	Restaurantes y salones de belleza
MARCO POBLACIONAL	Base de datos suministrada por la cámara de comercio
TIPO DE MUESTREO	Muestreo aleatorio simple
TÉCNICA	Encuesta
INSTRUMENTO	Cuestionario (anexo a)
ÁREA DE ESTUDIO	Restaurantes y salones de belleza de Bucaramanga y su área metropolitana.
POBLACIÓN	Jefes recursos humanos y/o dueños de restaurante
TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	2.408 (Infocomercio, 2011).

5.2.2 Muestra calculada

A través de la ecuación se determina cual es el número de encuestas por sector a realizar.

$$n = \frac{NP\sigma Z^2}{e^2(N-1) + Z^2P\sigma}$$

Los resultados obtenidos se presentan en las tablas a continuación.

Restaurantes

Tabla 1. Restaurante

n	142
N	831
σ	0,5
Z	1,95996398
e	0,075

Fuente: Autor

Belleza

Tabla 2. Belleza

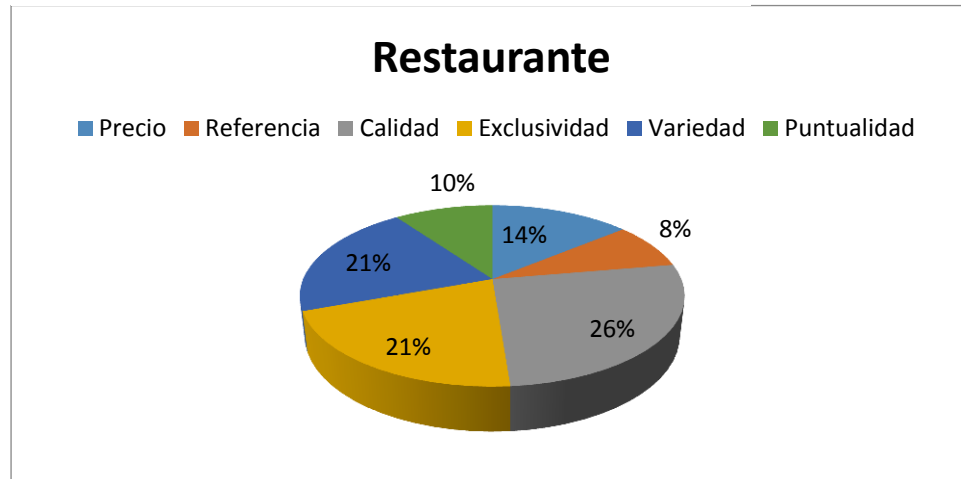
n	154
N	1577
σ	0,5
Z	1,95996398
e	0,075

Fuente: Autor

5.3 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

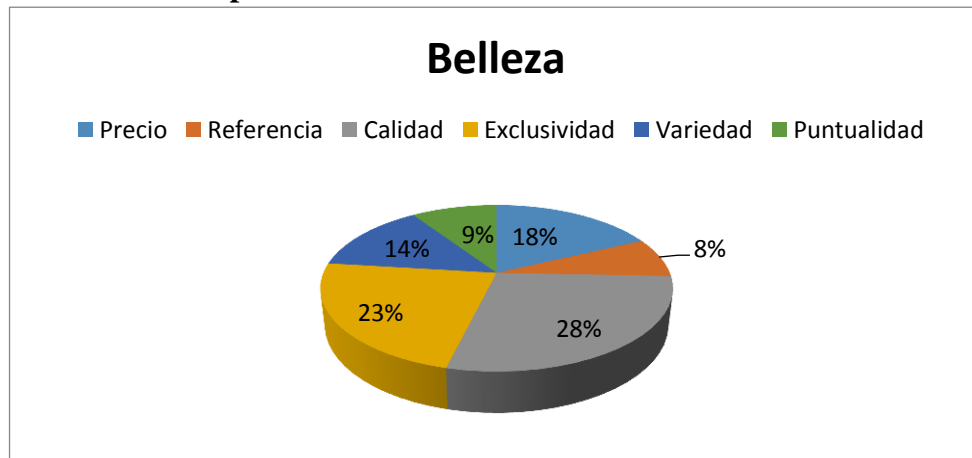
1. ¿Cuál es el principal aspecto que influye a la hora de comprar la dotación a sus empleados?

Ilustración 1. Aspecto restaurante



Fuente: Autor

Ilustración 2. Aspecto belleza



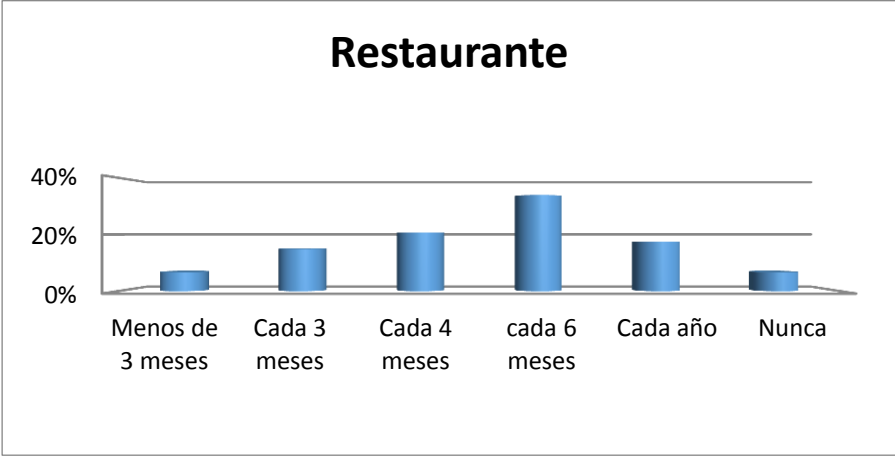
Fuente: Autor.

Se observa que la principal característica presentada por los dos sectores es la calidad, con un 26% en el sector de restaurantes y un 28% en el de belleza; y el segundo aspecto más importante es la exclusividad con un 21% restaurante y un 23% para belleza buscan

productos que sean poco comerciales en sus telas el cual no encuentren los mismos diseños en otros restaurantes o salones de belleza.

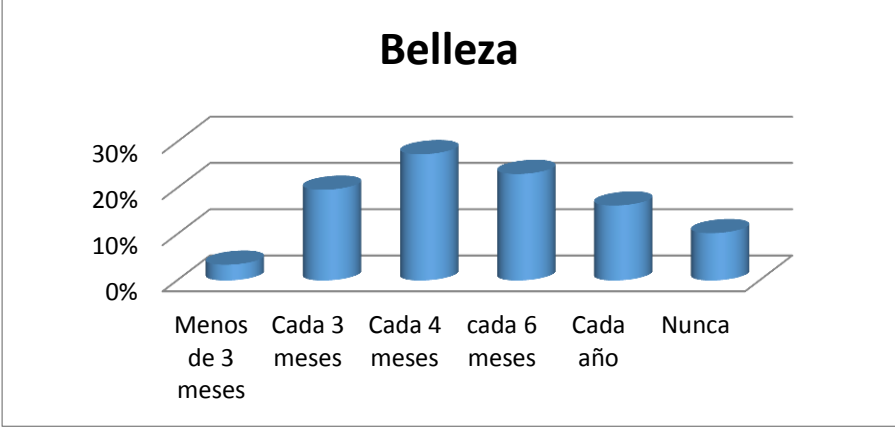
2. ¿Con qué frecuencia compra usted dotación?

Ilustración 3. Frecuencia de compra restaurante



Fuente: Autor

Ilustración 4. Frecuencia compra belleza

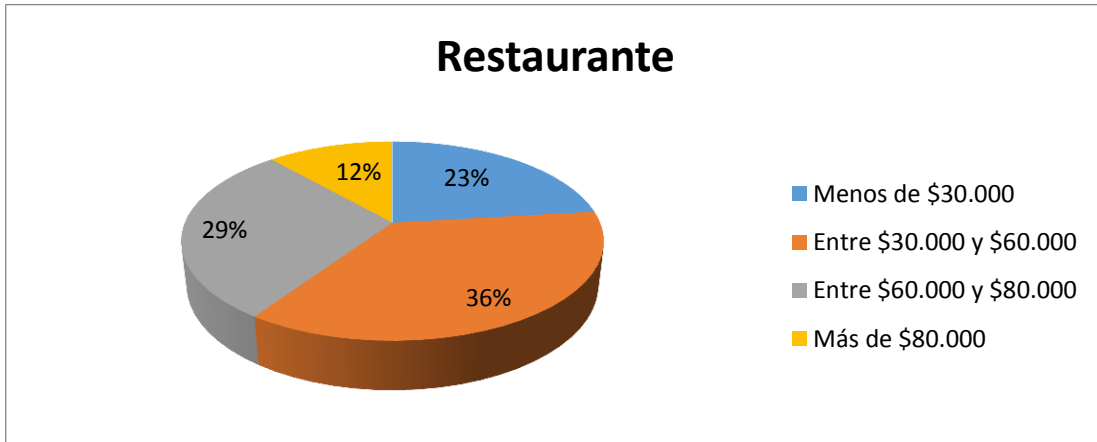


Fuente: Autor.

Se presenta una diferencia de dos meses entre los dos sectores con relación al tiempo de cambio de uniforme, mientras en el sector restaurante los principales cambios se hacen cada seis meses en el sector belleza es cada cuatro meses, pero la compra se mueve principalmente entre estas dos frecuencias.

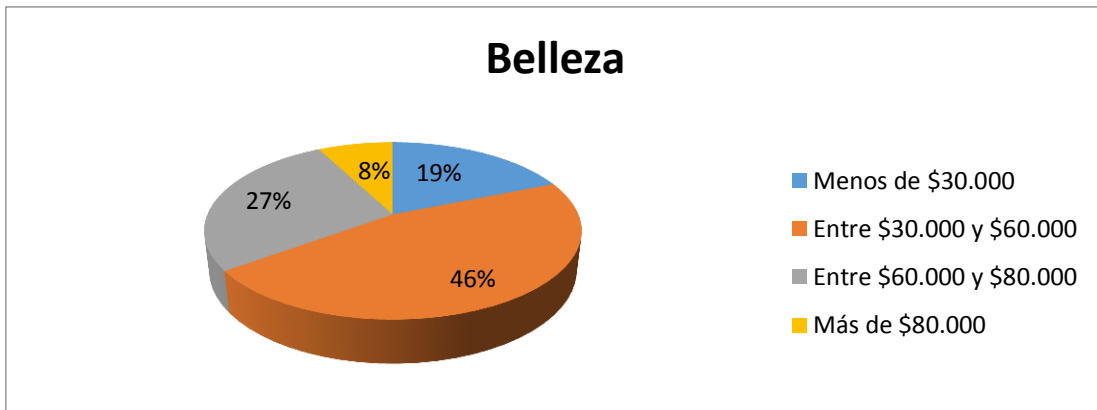
3 ¿Cuánto gasta usted en promedio por una dotación para empleados?

Ilustración 5. Gasto en dotación restaurante



Fuente: Autor

Ilustración 6. Gasto dotación belleza

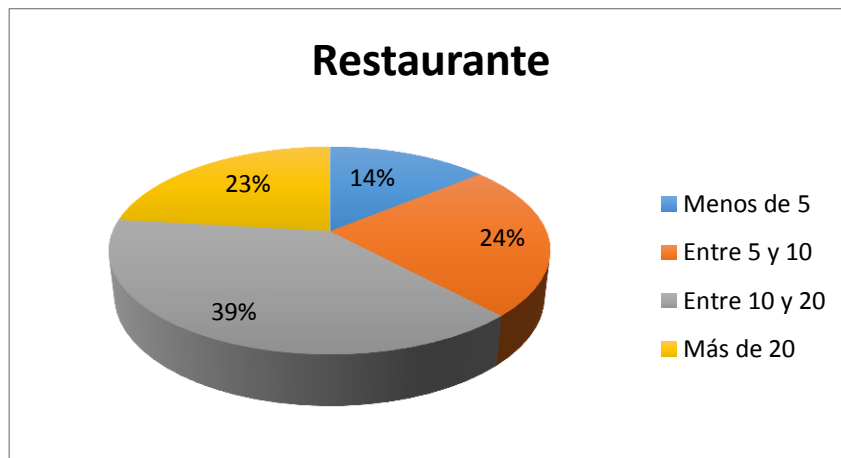


Fuente: Autor

Se encontró que el promedio de gasto de dotación por empleado oscila entre 30.000 mil pesos y 60.000 mil pesos con un 36% en el sector restaurante y un 46% en el de belleza, pero la tendencia muestra que algunos están dispuestos a pagar más por los productos con una barrera máxima de 80.000 por uniforme por empleado.

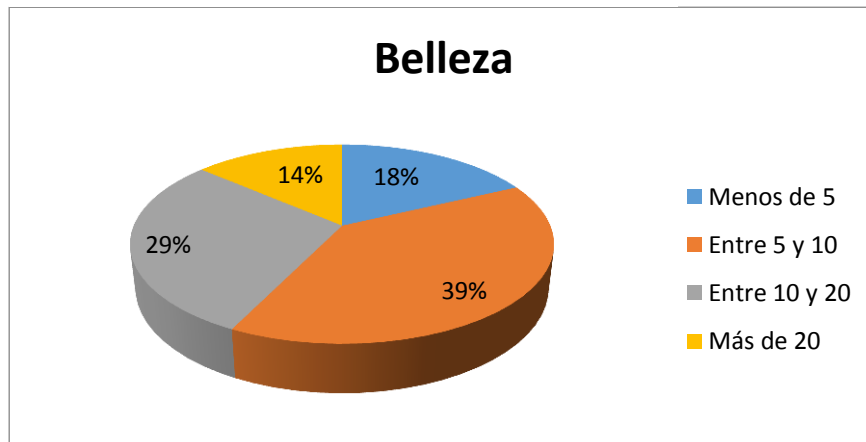
4 ¿Cuántos empleados les da dotación?

Ilustración 7. Número de empleados



Fuente: Autor.

Ilustración 8. Número de empleados belleza

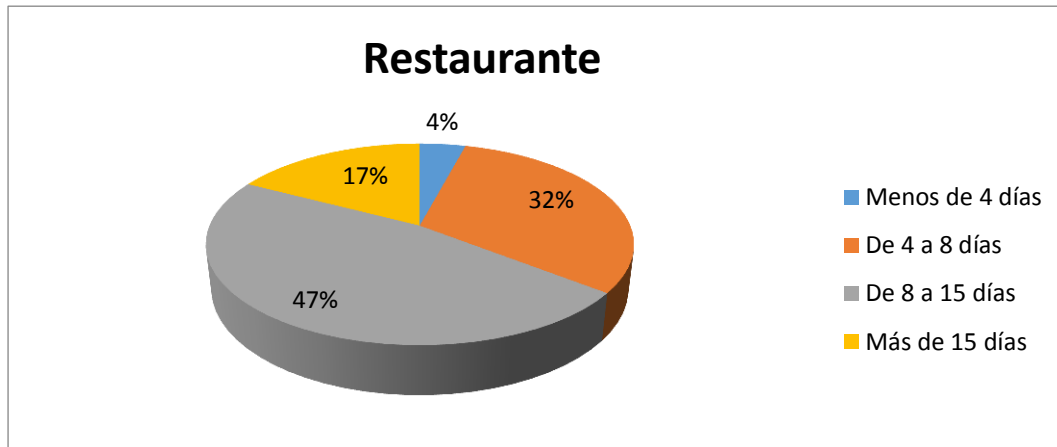


Fuente: Autor.

Se halló que en el sector de restaurantes con un 39% tiene empleados con dotación entre 10 y 20 personas en relación con el sector belleza el cual presenta un 29% para ese número de empleados, siendo mayor la proporción para trabajadores entre 5 y 10 con un 39%.

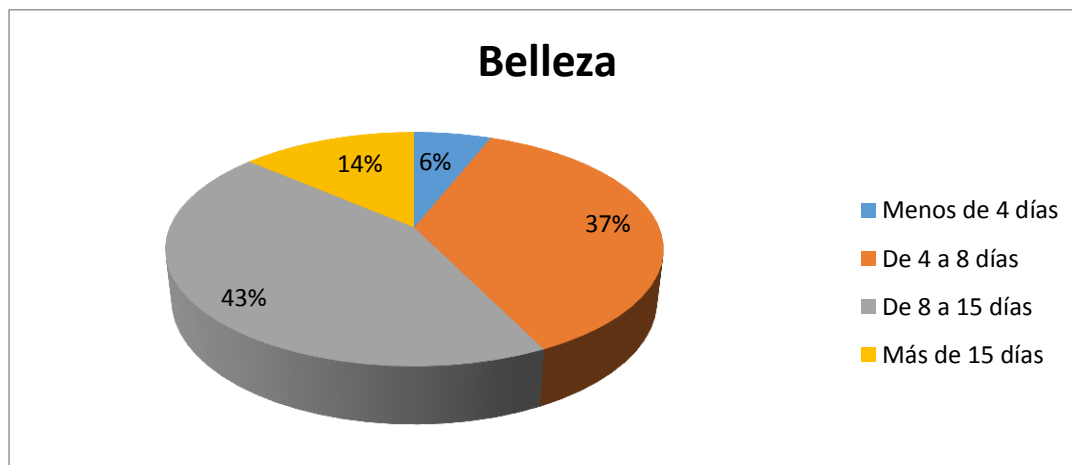
5 ¿Cuánto tiempo está dispuesto a esperar para la entrega de la dotación?

Ilustración 9. Disposición a esperar restaurante



Fuente: Autor

Ilustración 10. Disposición a esperar belleza

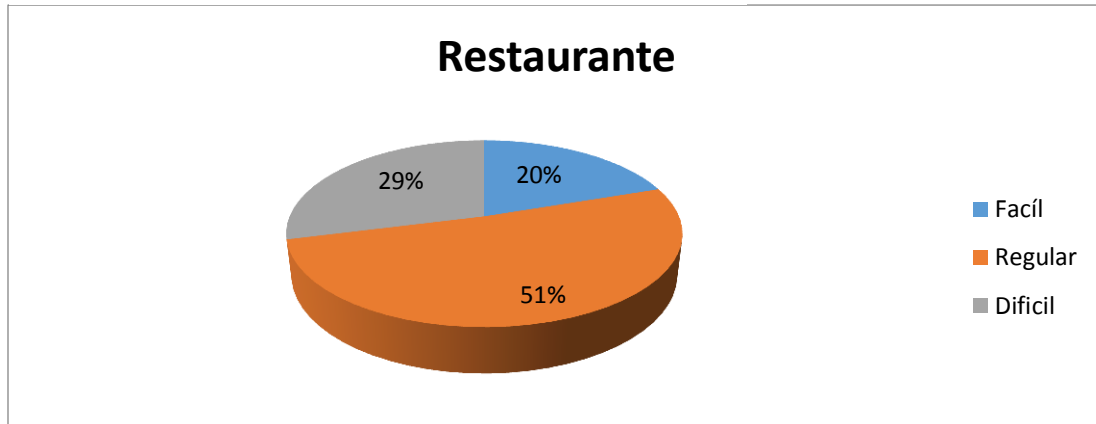


Fuente: Autor

Los restaurantes y salones de belleza presentan gran similitud a la hora de la fecha de entrega de sus dotaciones en un rango de 8 a 15 días, con un 43% para belleza y un 47% para restaurantes siendo esto de gran importancia para determinar una de las limitantes a la hora de ofrecer el producto.

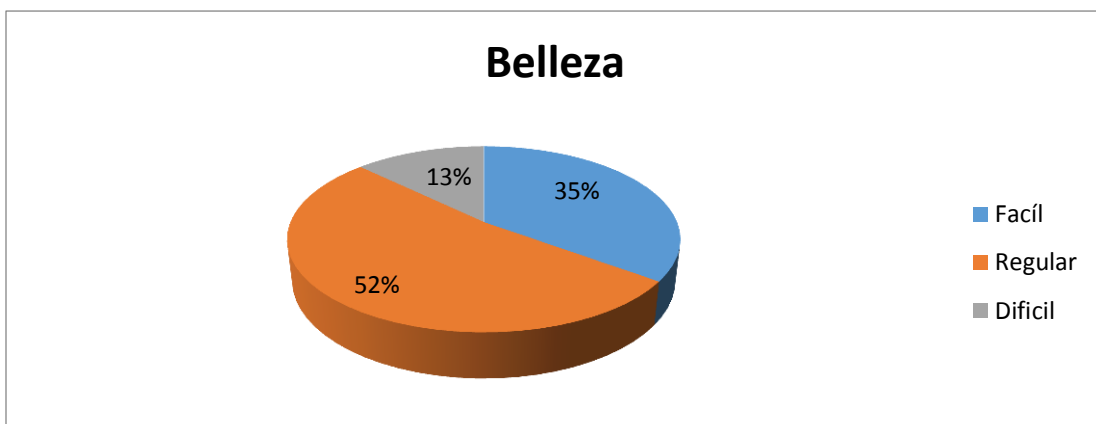
6 ¿Qué tan fácil es conseguir la dotación para sus empleados?

Ilustración 11. Facilidad de conseguir dotación



Fuente: Autor.

Ilustración 12. Facilidad de conseguir dotación belleza

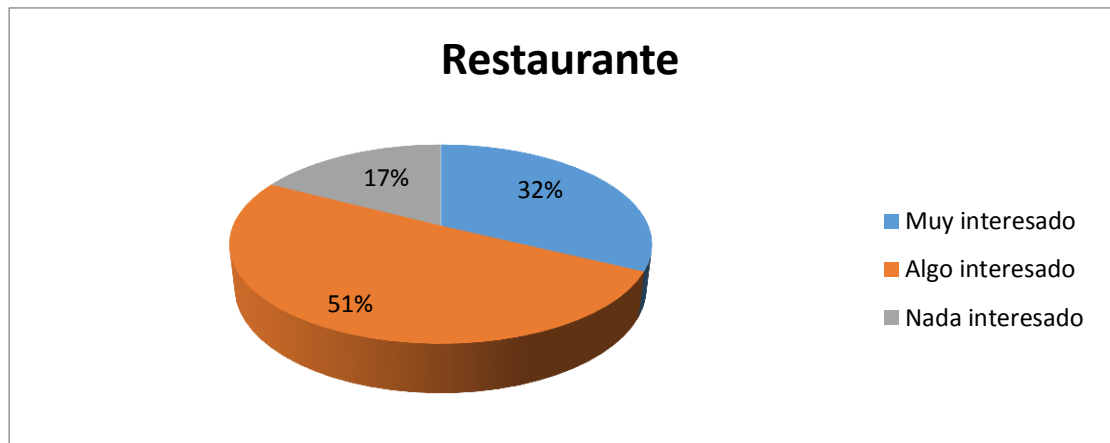


Fuente: Autor.

En relación a la facilidad de conseguir la dotación para sus empleados se presenta gran similitud en los dos mercados con un 51% el sector restaurante piensa que es regular conseguir la dotación adecuada para sus empleados y 52% en sector belleza piensa igual que el primer sector.

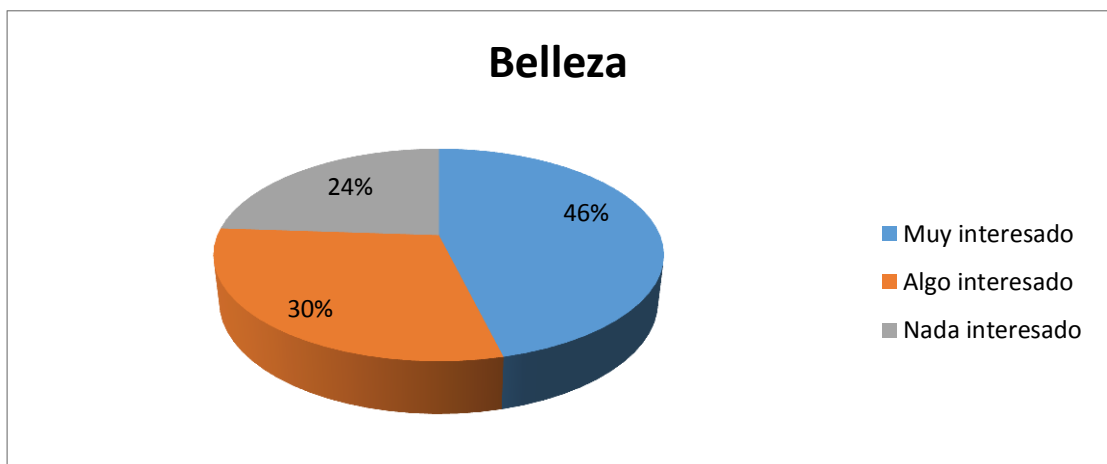
7 ¿Qué tan interesado estaría en cambiar a un nuevo proveedor?

Ilustración 13. Interés de cambiar de proveedor restaurante



Fuente: Autor.

Ilustración 14. Interés de cambiar de proveedor

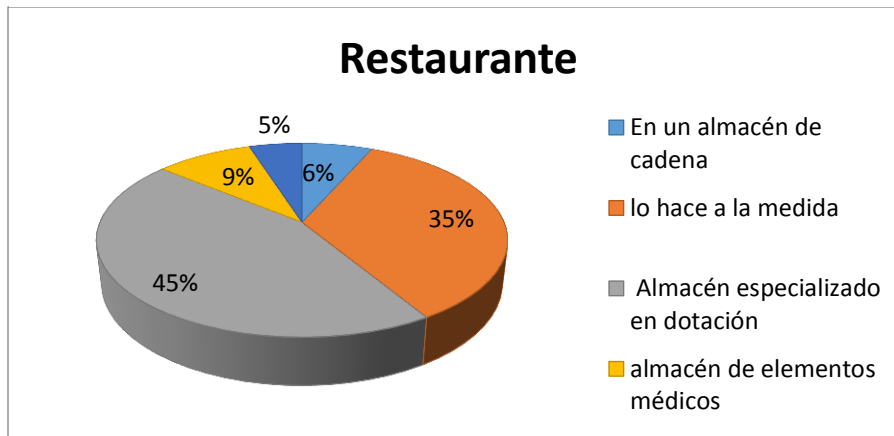


Fuente: Autor.

En la pregunta relacionada con el interés que tienen los sectores para cambiar de proveedor de dotaciones se muestra un interés de cambiar alto por parte del sector belleza con un 46% y en el sector restaurantes se presenta con un 51% algo de interés con lo cual se entiende que actualmente se encuentra un inconformismo con los productos compran.

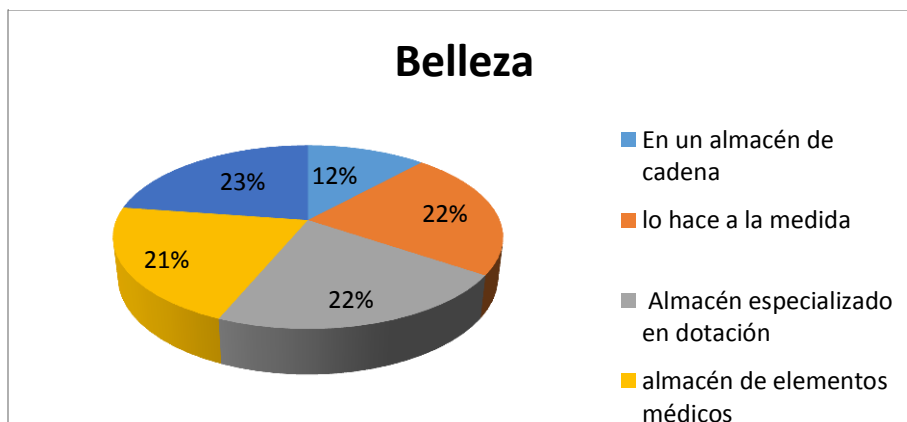
8 ¿Dónde compra usted la dotación?

Ilustración 15. Donde compra dotación restaurante



Fuente: Autor.

Ilustración 16. Donde compra dotación belleza

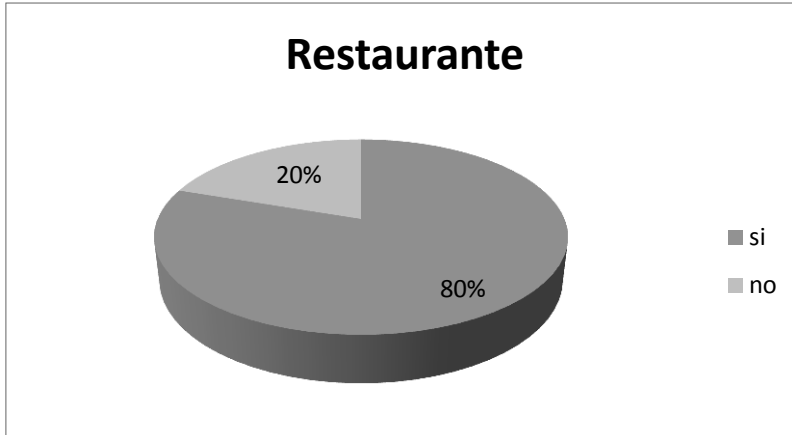


Fuente: Autor.

Se encuentra que el sector restaurante actualmente está comprando un poco menos del 50% de sus uniformes en almacenes de dotación haciendo referencia a productos genéricos y el sector de belleza lo hace con un 22% en almacenes de dotación, con el mismo porcentaje lo elabora a medida y con un 21% en almacenes de elementos médicos.

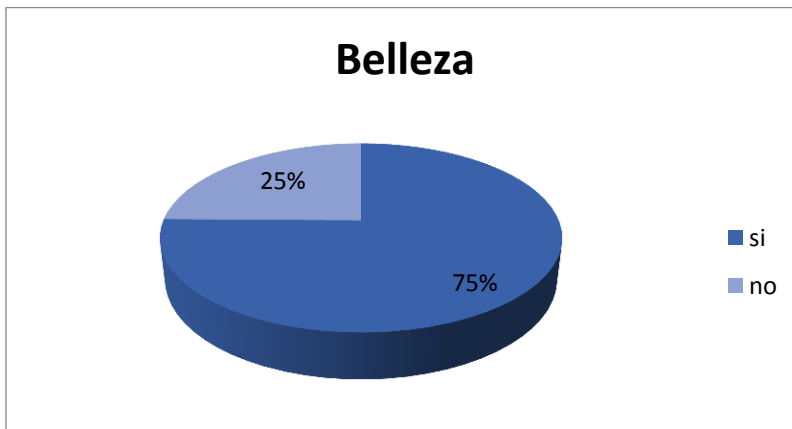
9 ¿Le gustaría tener un almacén especializado de dotación?

Ilustración 17. Interés almacén especializado restaurante



Fuente: Autor.

Ilustración 18. Interés almacén especializado belleza

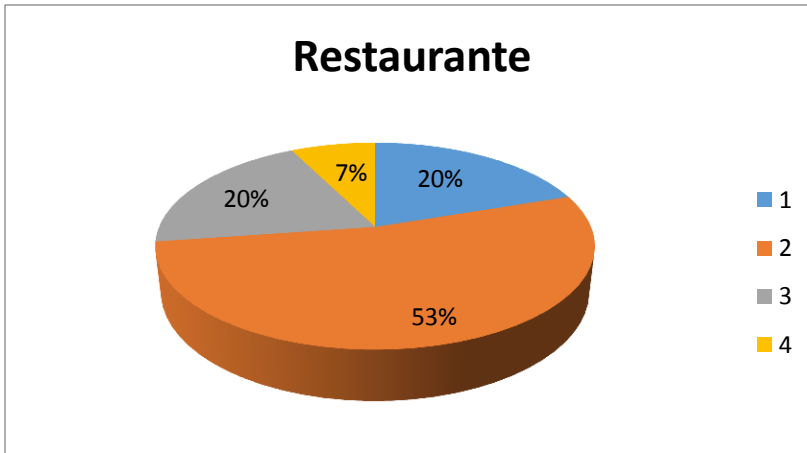


Fuente: Autor.

Se presenta gran aceptación por la creación de una empresa especializada en dotación y suministro de calzado para el sector belleza y restaurante con un 80% en el sector restaurante y 75% en el sector belleza con productos que cumplan sus necesidades y los cuales sean dirigidos específicamente a ellos.

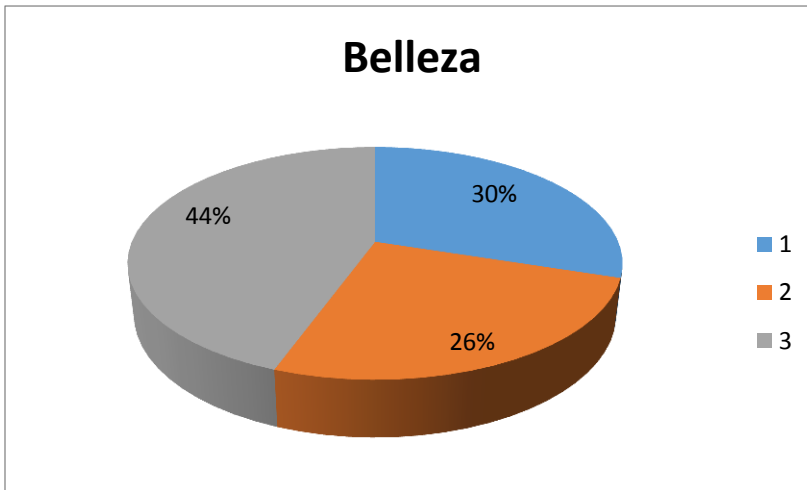
10 ¿Qué cantidad de uniformes compra al año por empleado?

Ilustración 19. Número de uniformes al año dotación



Fuente: Autor.

Ilustración 20. Número de uniformes al año belleza



Fuente: Autor.

Se encontró que el porcentaje de tres uniformes en el sector belleza al año es del 44% en relación con 20% del sector restaurante el cual el 53% de este mercado compra solo 2 uniformes al año por empleado.

5.4 ANÁLISIS DEL MERCADO

5.4.1 Análisis de la demanda.

La demanda para la empresa lo comprende el sector de restaurantes y el sector belleza, en el cual se centró el estudio de mercado, observando e identificando cuales son la principales necesidades al momento de comprar dotación, cuáles son sus dificultades, donde actualmente se encuentran comprando y si los productos que se encuentra comprando son acordes a sus necesidades, con el fin de presentar una alternativa a sus productos actuales.

5.4.2 Análisis de la demanda selectiva

La demanda selectiva hace referencia a los principales factores que está buscando la población; como principal factor se encuentra la calidad de los productos haciendo relación al tiempo de duración de una prenda, otros aspectos importante es la exclusividad que buscan los dos sectores, una diferenciación con relación a sus competidores, algo por lo cual los haga sentir únicos, es importante por eso dar a potenciales clientes estas opciones, pero con a un precio moderado que se ajuste a sus necesidades.

Es prioritario darles una opción de compra, debido a que actualmente se encuentran adquiriendo productos en mercados sustitutos, por lo cual es necesario presentar una alternativa a este nicho de mercado, ya que su potencial de crecimiento es grande y sus necesidades no están siendo satisfechas a cabalidad.

5.4.3 Segmentación.

El segmento al cual va dirigido este proyecto es específico de restaurantes y salones de belleza en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, no importa el estrato es masificar el consumo de dotaciones a nivel de estos sectores, ya que legalmente son requeridos y son un símbolo de unificación y diferenciación.

5.5 MEDICIÓN DEL MERCADO

5.5.1 Estimación del potencial del mercado.

El mercado potencial está dado por el número de restaurantes y salones de belleza en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana el cual actualmente es de 2.408 y está creciendo a una proporción anual del 5% según la investigación realizada por infocomercio. (Infocomercio, 2011)

5.5.2 Pronostico de ventas.

El mercado objetivo se determinó a través de la encuesta mirando la fidelización de los dos sectores con el mercado objetivo y se encontró que en una gran proporción está interesado en de cambiar de proveedor, esto nos presenta según cálculos (Anexo b), un 18% en el sector restaurante y un 15% en el sector belleza.

A nivel de uniformes vendidos anualmente es de 26.430 en el sector de restaurante y 35.628 en el sector belleza, realizando cálculos a través de las encuestas. (Anexo b).

Según los datos encontrados a través de las estimaciones realizadas, el pronóstico de ventas para el primer año es de 4.278 uniformes para restaurantes y 5.202 uniformes para belleza.

5.6 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Se identificó que el mercado potencial para la venta de dotación para restaurantes y el sector belleza en Bucaramanga es de 9.681 prendas en el año.
- Se encontró que las principales necesidades de los dos sectores evaluados es la calidad y la exclusividad en los productos a ofrecer y la oscilación del precio no puede superar la barrera de los \$80.000, debido a que el mercado no tiene tendencia a adquirir los productos sobre este nivel.
- Se observó que hay una gran participación del mercado que se encuentra muy interesado en cambiar a un proveedor nuevo en restaurantes con un 32% y en belleza un 46% comparado con los que no se encuentran interesados que son un 12% en restaurante y un 17% en belleza se identifica la poca satisfacción con los productos actuales.
- Se analizó que la frecuencia de compra del sector belleza es realizada cada cuatro meses, en relación al de restaurantes que es cada seis meses, con lo cual el nivel de compra de dotación es mayor en el primero que en el segundo sector.
- Se encontró que el proyecto es viable a nivel de mercado ya que los sectores encuestados actualmente se encuentran comprando en lugares que no satisfacen sus necesidades y desean un lugar que venda productos para el mercado, por lo cual se puede proceder con la continuidad del proyecto evaluándolo en sus demás etapas.

6 ESTUDIO TÉCNICO

6.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

6.1.1 Limitante de la demanda para determinar el tamaño del proyecto.

Conociendo el mercado de la confección y la dotación a través del estudio de mercado, se busca abrir nuevas oportunidades de negocio, intentado satisfacer necesidades que actualmente no se encuentran resueltas en la ciudad, apuntando a un sector con crecimiento y proyección; el sector restaurante y belleza son dos sectores con estructuras semejantes, pero que a nivel de uniformes laborales no tienen una diferencia significativa por el uso de telas y diseños.

En la actualidad el mercado se encuentra poco atendido y con una demanda que cada año crece, con un 4,3% (Procolombia, 2014) para el sector restaurante y para el sector belleza en el año 2014 como lo presenta Procolombia, cifras que permiten percibir el crecimiento que tienen los dos sectores y viendo el resultado de la investigación de mercados, los comerciantes de estos sectores están trabajando con productos sustitutos que muchas veces no cumplen con las expectativas requeridas y tienen que asumir grandes costos.

A través de la investigación realizada en el punto anterior se presentaron resultados que permiten determinar una demanda inicial de 9.681 prendas anuales y se espera un crecimiento anual de 2% con la consolidación en el mercado y el crecimiento de la demanda.

6.1.2 Limitante de la oferta de insumos y mano de obra en el proyecto.

La compra de insumos es solicitada con un solo proveedor, el cual se encarga de suministrar todos los productos, tanto dotación como calzado por lo cual la empresa no requiere de materias primas para la elaboración de los uniformes, solamente se requiere la compra de insumos referentes a la sección de bordados de la empresa, los cuales son de fácil ubicación debido ya que Santander y en especial Bucaramanga es un sitio donde la confección es uno de sus motores económicos y los recursos para elaboración son de cómodo acceso, como lo son hilos y telas, como principales insumos.

La mano de obra que requiere la empresa no necesita estar tecnicada, ya que con la poca complejidad de sus procesos no es necesario un personal altamente calificado, esto hace más fácil su búsqueda, requiriendo una persona para operar la maquinaria de bordados, una para la atención del almacén, la persona encargada de monitorear inventario, alistar pedidos y oficios varios y un administrador para manejar la parte financiera y de mercadeo del local.

6.1.3 Limitante del proyecto sobre el factor tecnológico.

A nivel tecnológico la empresa no requiere de inversión ya el negocio no tiene ningún enfoque en este sistema el cual esto no es una limitante para el proyecto debido a su no presenta incidencia en el mismo.

6.1.4 Limitante de financiación.

La financiación del negocio está dividida en recursos propios y en préstamo bancario para poder cubrir el total de la inversión y el arranque del negocio.

La inversión inicial será para adecuación del local, para funcionamiento, compra de activos fijos, como computadores, vitrinas, maniqués, máquinas de bordar y escritorios por valor de \$ 77.910.000 y en activos diferidos, relacionados al programa de Bordado Wilcom especializado y Corel draw, gastos de constitución y Página web lo cual representa \$15.500.000 y un capital de trabajo de \$ 47.362.000 con lo cual se requiere una inversión de \$140.772.000, el cual 20% será puesto por el emprendedor y el 80% restante será solicitado por crédito al banco. (Anexo b)

6.1.5 Organización

La organización a nivel operativo será sub-contratada para la elaboración de los uniformes, los cuales serán suministrados por la empresa Dotaciones Aryliz, la cual se encarga del diseño, confección y entrega de uniformes, batas, delantales y productos elaborados como prendas de vestir.

El calzado será solicitado a Evacol, fabricante nacional de productos hechos a base de material sintético etilvinilacetato (eva), realiza sandalias, suecos y zapatos.

A nivel interno de la empresa es necesario contar con un Administrador, el cual se encarga del manejo global de la empresa, un Bordador el cual se encarga de diseñar y bordar sobre la prenda los logos requeridos para identificación de los clientes, un Vendedor de mostrador el cual estará encargado de la recepción de los pedidos, atención a los clientes y asesoramiento para sus diferentes inquietudes y un Auxiliar de almacén y de inventario,

el cual estará encargado de revisar la el nivel de inventario, solicitud y recepción de productos.

La parte contable y legal será sub-contratada a una de las empresas contables de la ciudad, la cual se encarga del papeleo y organización contable y legal frente a la DIAN y entes reguladores.

6.2 LOCALIZACIÓN

6.2.1 Micro localización

Se trabajó el método de puntos por factor para escoger la mejor localización dentro de la ciudad de Bucaramanga donde se puede iniciar con las operaciones del negocio, teniendo en cuenta los factores principales para realizar la selección indicada.

Selección de factores.

- Proximidad al proveedor.
- Cercanía al mercado.
- Fácil acceso.
- Seguridad en la zona.
- Costos de arriendo y servicios del sector.
- Espacio para almacenamiento.

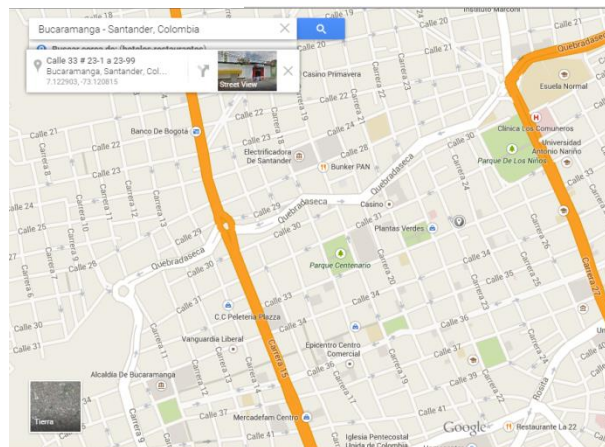
Tabla 3. Micro localización

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO	CENTRO		CABECERA	
		CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
Proximidad al proveedor	0,2	8	1,6	5	1
Gastos de arriendo y servicios	0,2	7	1,4	4	0,8
Espacio para Almacenamiento	0,2	9	1,8	2	0,4
Cercanía al mercado	0,15	5	0,75	9	1,35
Fácil acceso	0,15	5	0,75	8	1,2
Seguridad de la zona	0,1	4	0,4	7	0,7
TOTAL	1		6,7		5,45

Fuete: Autor.

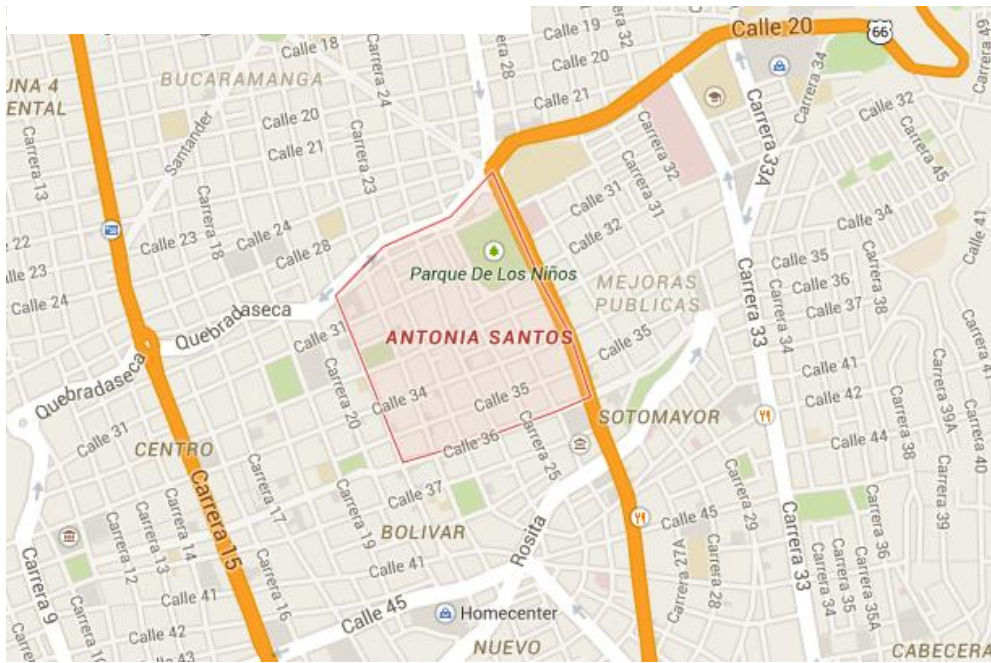
El sector seleccionado a través del método de puntos por factor fue el centro, con lo cual se buscó un lugar en la zona para iniciar el proyecto emprendedor y se encontró un local en la calle 23 # 33 -01 en el barrio Antonia santos, ubicado al norte del barrio centro pero a nivel comercial ubicado en zona denominada “centro de Bucaramanga”.

Ilustración 21. Geolocalización



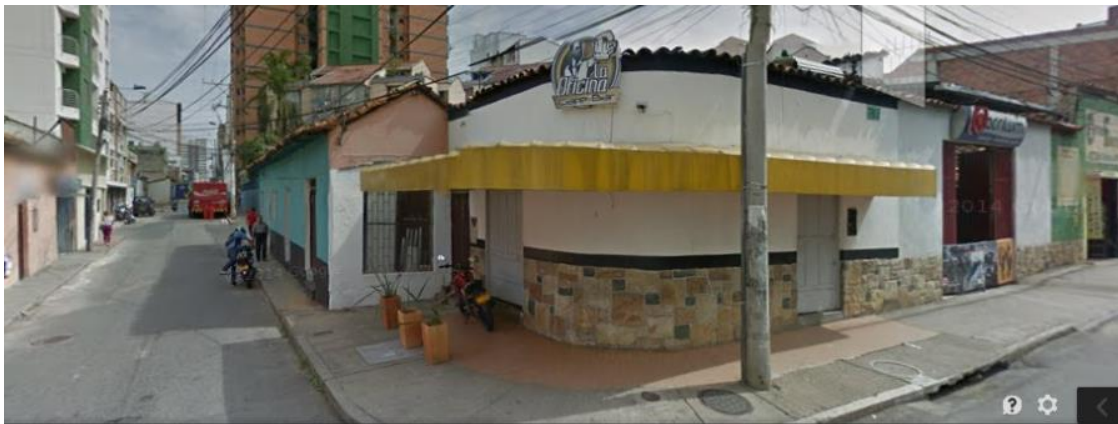
Fuente: Google maps

Ilustración 22. Barrio



Fuente: Google maps

Ilustración 23. Estado actual

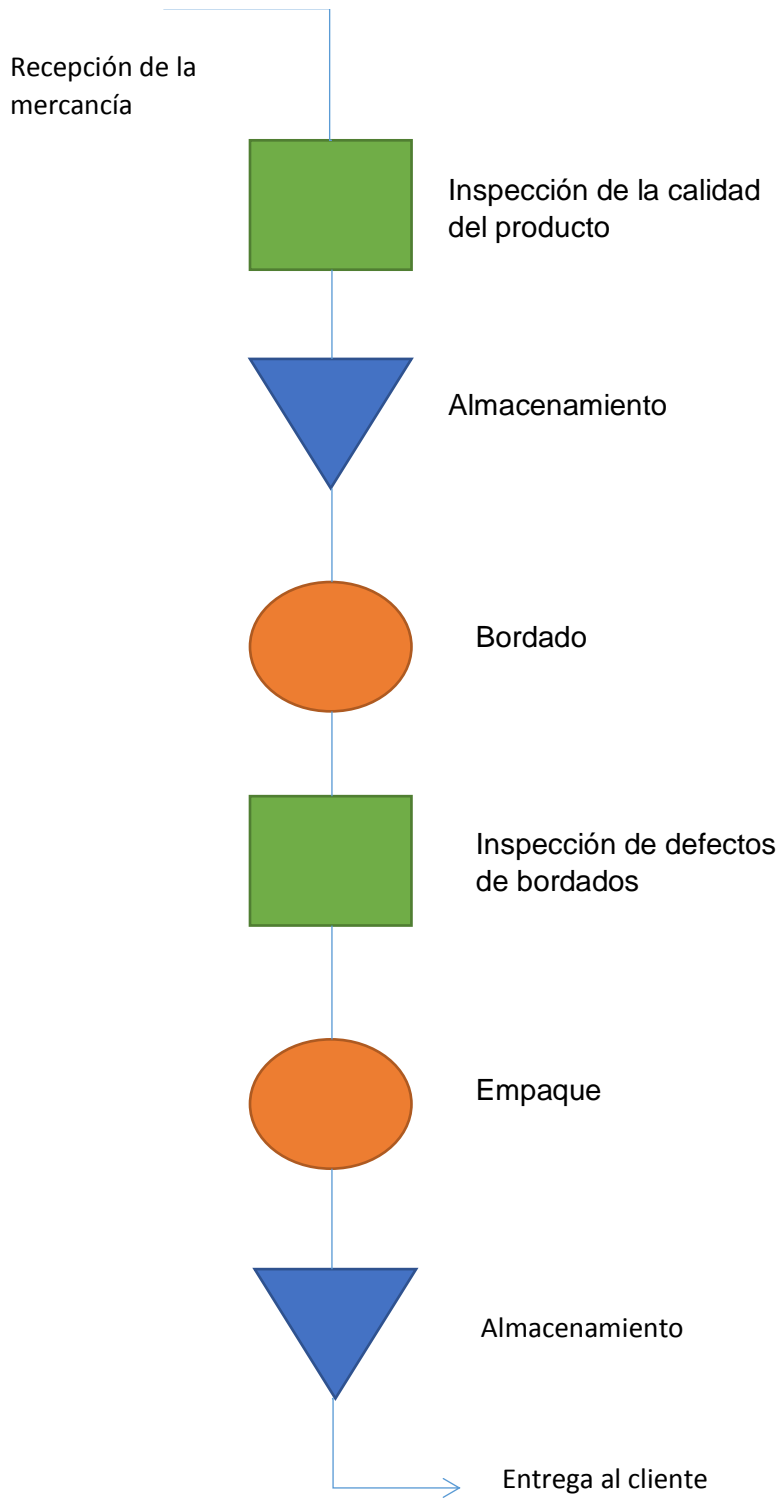


Fuente: Google earth

El local será demolido y arreglado por el dueño, con el fin de tener un espacio adecuado para la exhibición y atención adecuada para el cliente y contar con un espacio suficiente para venta y almacenamiento.

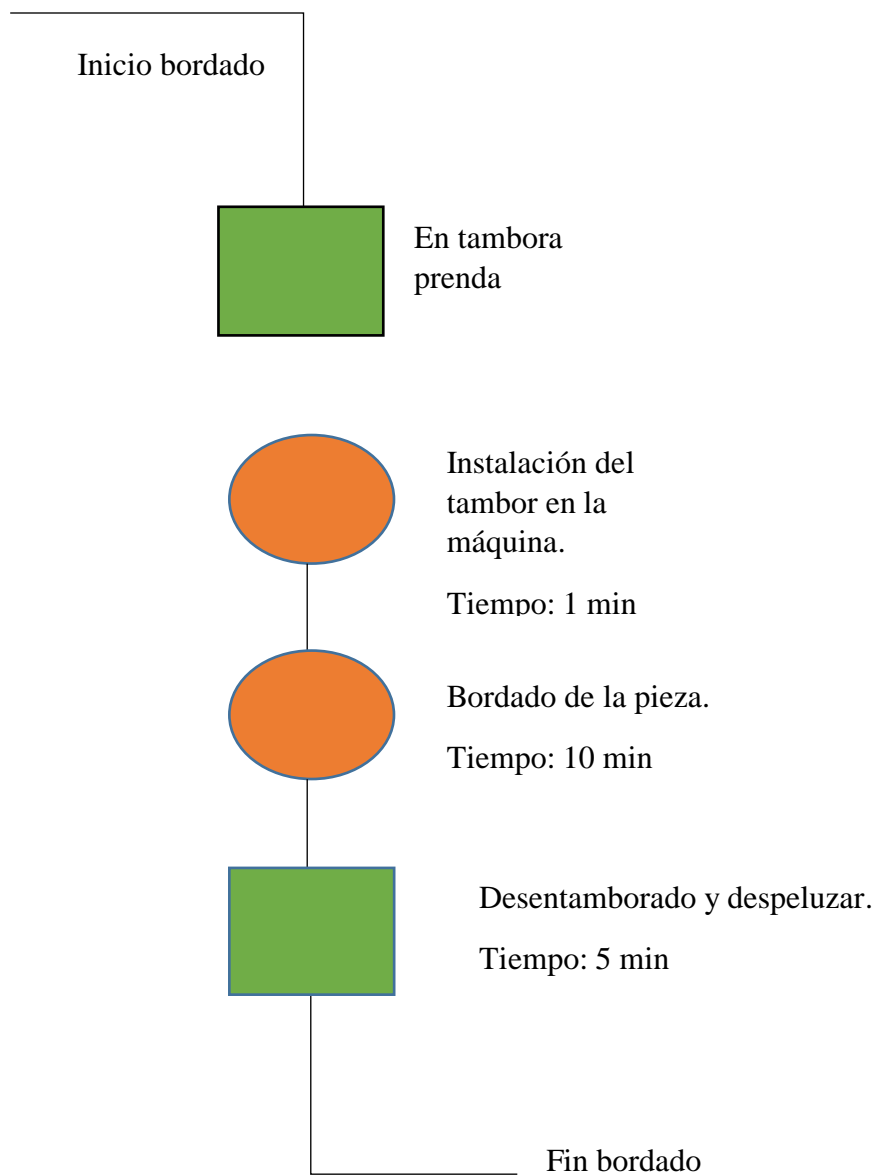
6.3 ANALISIS DEL PROCESO DE FLUJO

Ilustración 24. Análisis del proceso de flujo



Fuente: Autor.

Ilustración 25. Proceso de bordado

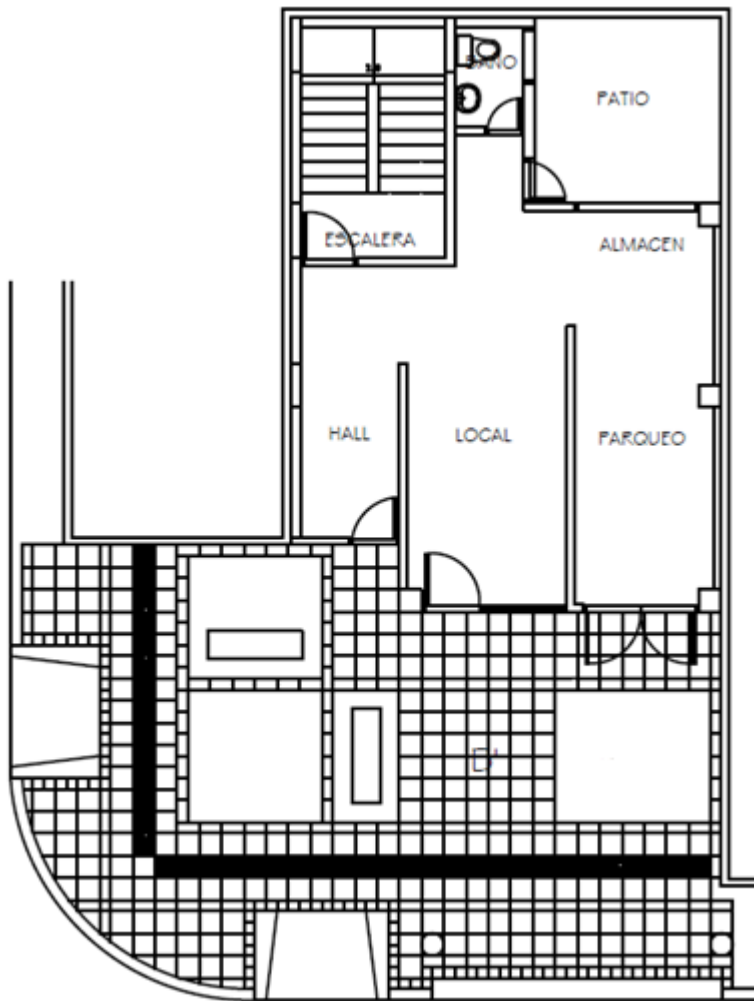


Fuente: Autor.

6.4 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

PISO 1

Ilustración 26. Piso 1

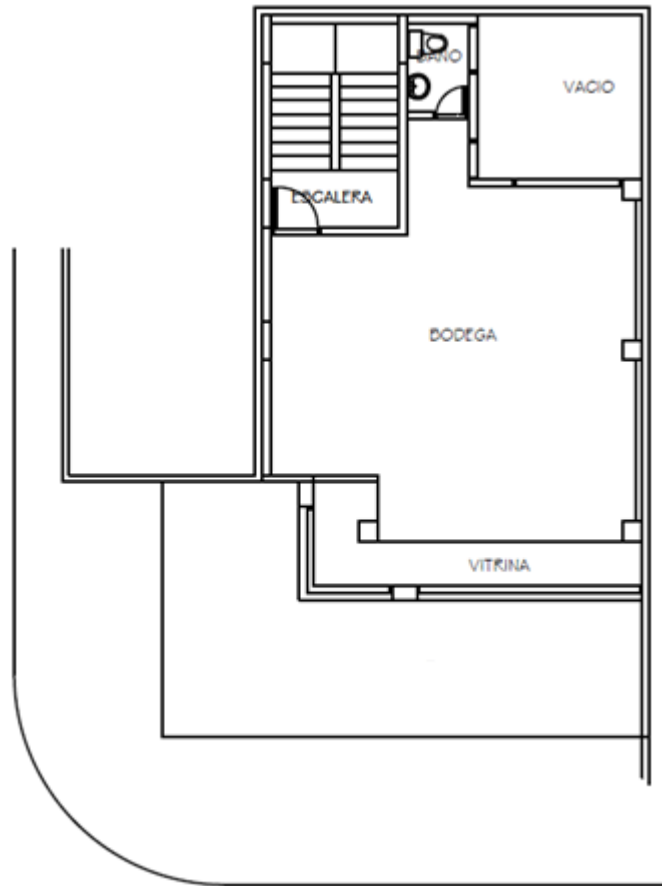


Fuente: Arq. Mauricio Bohórquez.

A nivel de primer piso se encontrara el hall de acceso para empleados y el almacén de atención al público y un parqueadero, el cual es requisito de la alcaldía de Bucaramanga para todo establecimiento comercial.

PISO 2

Ilustración 27. Piso 2

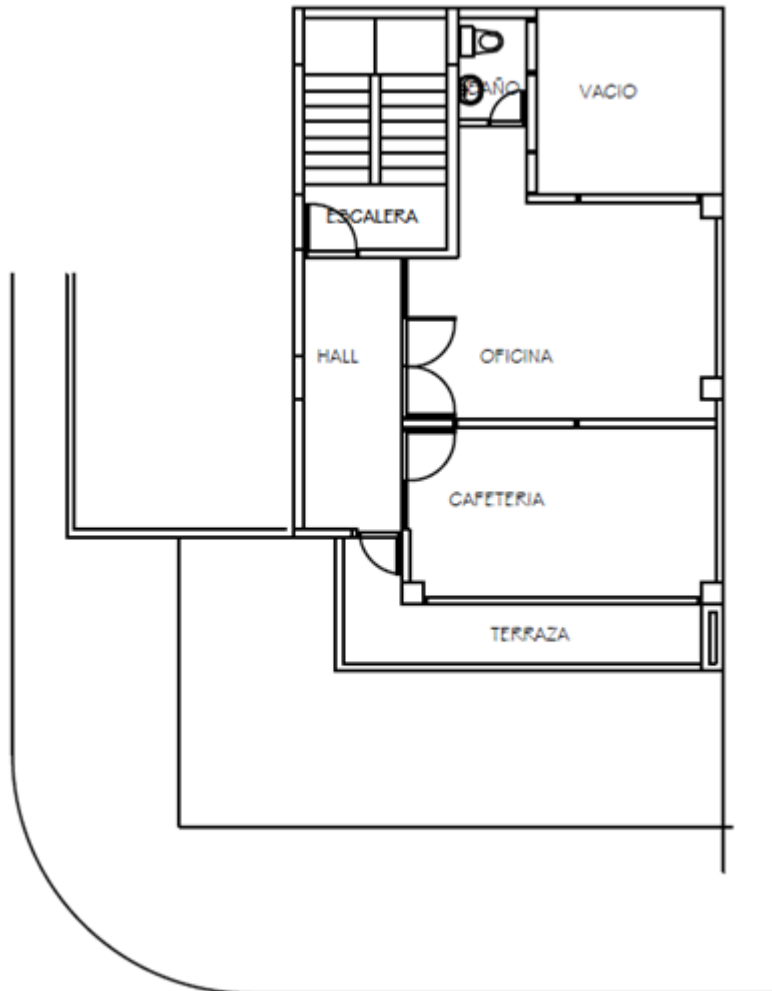


Fuente: Arq. Mauricio Bohórquez

En el piso 2 se encontrará la zona de almacenamiento, la sección de bordados en la cual se realizarán los respectivos diseños de logos y la impresión del diseño en las prendas adicional se encontrará una vitrina en la cual se colocará la exhibición de prendas y productos a distribuir en la empresa.

Piso 3

Ilustración 28. Piso 3

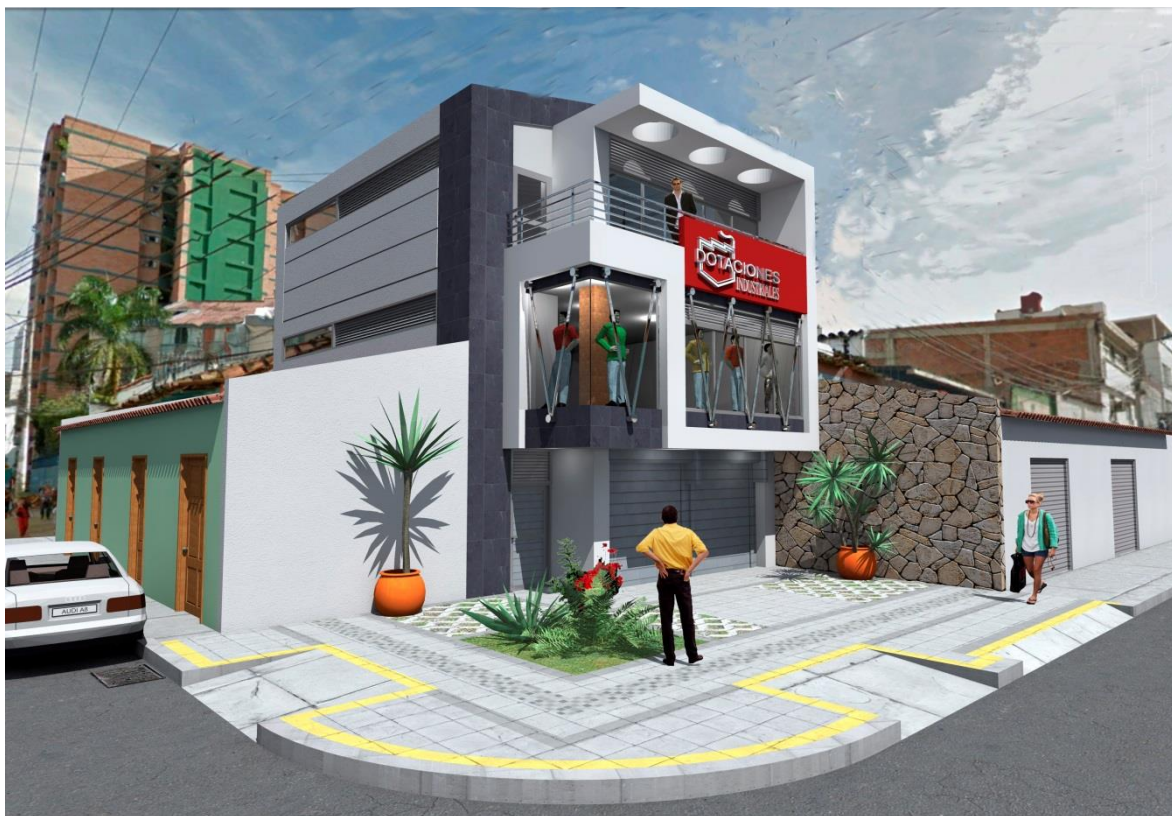


Fuente: Arq. Mauricio Bohórquez

En piso 3 se encontrará ubicado la oficina de la empresa y una cafetería para que los empleados tengan la facilidad de guardar su almuerzo y su descanso en sus horas respectivas.

Fachada

Ilustración 29. Fachado



Fuente: Arq. Mauricio Bohórquez

Este es diseño de la fachada proyectado para estar listo a finales del año 2015.

6.5 CONCLUSIÓN SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

- Se halló que la principal limitante del proyecto es la demanda, la cual al encontrarse en un mercado ya existente es necesario entrar a competir con los productos que actualmente se encuentra sustituyendo el mercado.
- Se encontró que el lugar para iniciar el negocio se encuentra en la calle 33 n° 23 – 01 el cual será acondicionado para el inicio de actividades.

- Se explicó el formato de organización de la empresa a través de la cual los productos serán comprados en su totalidad hechos al igual que el calzado.

7 PLAN DE MARKETING

7.1 OBJETIVO GENERAL

Posicionar a Dotaciones y Seguridad en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, como una empresa que brinda una imagen diferente a sus clientes de exclusividad, para crear una identidad de marca en relación a sus competidores.

7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Cautivar a los clientes potenciales ofreciendo un servicio de excelente calidad y fiabilidad de los productos.
- Lograr un posicionamiento de marca y de recordación con los clientes.
- Ofrecer opciones a clientes que buscan exclusividad y diferenciación.
- Lograr una captación del mercado del 15% en el primer año.

7.3 ANÁLISIS DEL MERCADO.

Actualmente en Bucaramanga no existe una empresa que suministre dotación especializada a los sectores de restaurante y belleza, los cuales a través del tiempo han recurrido a productos sustitutos que muchas veces no corresponden al ideal que tienen ellos y en los cuales no sienten una identificación de marca, es por esto que el nivel actual de

satisfacción del mercado no es bueno y se encuentran buscando permanentemente nuevas opciones acorde a sus gustos y necesidades.

Es por esto que la idea de negocio planteada para la creación de una empresa que se encargue de suministrar todos los elementos de la dotación, en un lugar donde encuentren todos los productos necesarios; es importante que estos sean con las características mencionadas en el estudio de mercado y que sea de fácil acceso para los clientes.

El mercado actualmente se encuentra poco atendido debido a esto es prioritario captar el segmento y darse a conocer antes de que otra empresa fortalezcan sus productos en este nicho.

7.4 ANÁLISIS DOFA

Ilustración 30. DOFA

DEBILIDADES

- La empresa se encuentra en proceso de introducción al mercado.
- La no producción de los uniformes los cuales hacen que su precio sea más alto.

OPORTUNIDADES

- El bajo nivel de satisfacción actualmente presentado por los sectores a nivel de dotación.
- La necesidad de dar una identidad a sus negocios a través del efecto visual.

FORTALEZA

- Calidad en cada uno de los productos ofrecidos.
- Conocimiento del sector avender.
- Conocimiento de los sectores de confección en Bucarmanga.

AMENAZA

- creación de la empresa de un producto similar.
- Productos sustitutos.
- Que algunas de las empresas que realicen productos sustitutos inicien una línea para estos sectores.

Fuente: Autor.

7.5 PRODUCTOS

7.5.1 Uniforme de chef.

Ilustración 31. Uniforme chef



Fuente: Autor.

El uniforme de chef se encuentra compuesto por un gorro, una camisa en material anti fluido 100% poliéster, el cual puede variar de colores y de diseño adaptándose a lo que requiera el cliente, un delantal en material micro dril o anti fluido el cual permite que la manipulación de alimentos no ensucie con facilidad la ropa y un pantalón en anti fluido que permita la comodidad en el trabajo.

7.5.2 Uniforme de mayo.

Ilustración 32. Traje anti fluido



Fuente: Autor

El uniforme anti fluido se encuentra dividido en dos piezas, comprendidas por una camisa y un pantalón los dos materiales se encuentran en anti fluido o micro dril el cual permite que los elementos húmedos como el cabello o la comida no se adhieran a la ropa y la ensucien o manchen.

El modelo puede variar en color o en diseño cambiando el cuello y agregándole un cierre, lo cual le permite al cliente tomar decisiones dependiendo de lo que sus necesidades requieran.

7.5.3 Calzado en Eva.

Ilustración 33. Suecos



Fuente: Autor.

El zapato en eva viene dividido en dos gamas, el sueco cerrado y el sueco abierto el cual permite al cliente adaptarse de acuerdo a sus necesidades.

El calzado está elaborado en un material llamado eva el cual es un polímero muy liviano y que se adapta al pie de las personas haciéndolo cómodo y muy agradable para personas que permanecen mucho tiempo de pie.

7.6 COMPETENCIA

Ilustración 34. Logo Dotaherlogo



Fuente: Pagina web dotaherlogo.

Dotaherlogo S.A ubicado en la carrera 14 n° 37 – 39, el cual se especializa en línea casual y productos de dotación industrial, en el cual se encuentran productos elaborados a partir de productos sustitutos hechos a base de anti fluido, pero que actualmente no se centran en una línea para el sector de belleza y restaurante pero que algunos de sus productos son utilizados para estos sectores.

Ilustración 35. Logo almacenes veracruz



Fuente: Pagina web almacenes veracruz

Almacenes Veracruz se encuentra ubicado en la carrera 33 n° 52 esquina en la cual su línea principal son productos anti fluidos centrados hacia el área médica, donde los productos normalmente adquiridos por el sector restaurante y belleza con el ideal de sustituir sus necesidades, por su parecido en material.

7.7 MARCA DE LA EMPRESA

La empresa será llamada Dotaciones y Seguridad la cual hace referencia a explícita a la dotación, la cual es referencia a uniformes para trabajo.

7.8 FIJACIÓN DE PRECIO

Observando el mercado de posibles competidores, se realizó un sondeo en el cual se buscó el precio de productos similares de los principales competidores a nivel de sustitutos y se encontró que el precio para lo que son uniformes anti fluidos se encuentra en el orden de los \$80.000 en Almacenes Veracruz y en dotaherlogo S.A de los \$60.000.

En relación al estudio de mercados una de las preguntas realizadas fue la de averiguar cuál sería el precio rango en que comprarían una dotación completa y el rango seleccionado fue de entre \$30.000 y \$60.000; basándonos en estas características estipulamos unos precios acorde a estos dos estándares.

Se estableció que el precio para iniciar en el mercado es de \$50.000 con el fin de iniciar por debajo de los precios actuales del mercado y así captar la proporción deseada para hacer de Dotaciones y Seguridad un negocio viable.

7.9 LOGOTIPO

Ilustración 36. Logo dotaciones y seguridad



Fuente: Autor.

Un logo tipo que representa la combinación de la industria con la palabra dotaciones y las puntadas que se le hacen al bolsillo de una camisa o de un pantalón, para ir dando una imagen y recordación al cliente.

7.10 PROGRAMA DE SERVICIO AL CLIENTE

Tabla 4. Servicio al cliente

Objetivos	<ul style="list-style-type: none">• Atraer y retener nuevos clientes con productos de buena calidad y exclusividad.• Entender las necesidades de los clientes para dar alternativas y soluciones a sus problemas.
Estrategias	<ul style="list-style-type: none">• Prestar un servicio con la alta calidad para que el cliente tenga lo que desea como él lo quiere.• Dar a los productos variedad de telas, tonos y diseños para que el cliente se sienta a gusto con lo que compra.
Tácticas	<ul style="list-style-type: none">• Prestar asesoramiento para que el cliente en el momento de su compra lleve lo que realmente necesita y se ajusta a lo que está buscando.• A través de los bordados, marcar la ropa para dar una identidad adicional a los uniformes y de identificación.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none">• Frecuencia de compra por usuario.• Nivel de satisfacción del cliente.

Fuete: Autor.

7.11 CONCLUSIONES DEL PLAN DE MARKETING

- Con la creación de un nombre y un logotipo se busca crear una recordación de marca, la cual transmita lo que se está ofreciendo, con el fin de establecer en consumidor una idea de atención a sus necesidades.
- Se estableció una precio, teniendo en cuenta el valor que tienen en el mercado los principales competidores y de los establecidos o sugeridos por nuestros potenciales clientes y a través de este tener un aspecto para penetrar más rápido en el mercado.
- Se diseñó una tabla de servicio al cliente, con el fin de crear un estándar para el manejo adecuado y establecer las principales necesidades del consumidor.
- Se realizó una descripción de cada uno de los productos a vender, cuáles son sus usos y en que pueden cambiar, evolucionar y adaptarse de acuerdo a lo que el cliente requiera.

8 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

8.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Dotaciones y seguridad será constituida en cámara de comercio y Dian a través de Armando Rafael Aragón Smith quien será propietario y gerente general de la empresa, con las funciones legales que esto implica, está estará constituida como persona natural.

8.1.1 Nombre o razón social de la empresa.

La empresa será constituida con el nombre de dotaciones y seguridad el cual actualmente no se encuentra registrado en cámara de comercio¹.

Ilustración 37. Homonimia



Fuente: Autor.

8.1.2 Requisitos de trámite y constitución

Se debe realizar dos procesos para la inscripción oficial de la empresa, uno ante la DIAN para los requisitos de impuestos, alcaldía para impuestos locales y el otro ante la CÁMARA DE COMERCIO para la legalidad de la empresa.

¹ <http://www.sintramites.com/sintramites/General/Homonimia.aspx>

8.1.2.1 Trámite ante la DIAN

- Trámite de registro de único tributario. (RUT)
- Asignación de código CIIU, el cual identifica el tipo de labor a realizar. Código 4782 y la actividad a realizar es “Comercio al por menor de productos textiles, prendas de vestir y calzado”.
- Trámite de número de identificación tributario. (NIT)

8.1.2.2 Trámite ante la cámara de comercio de Bucaramanga

- Verificar disponibilidad del nombre en la página <http://www.sintramites.com/sintramites/General/Homonimia.aspx>.
- Realizar en cámara de comercio de Bucaramanga tramite de formularios para inscripción de empresa.
- Pago de registro y matricula mercantil.

8.1.2.3 Trámites ante la alcaldía

- Registro de industria y comercio.
- Impuesto de industria y comercio.

8.2 MISIÓN

Nuestro compromiso en Dotaciones y Seguridad es entregar productos de dotación para las empresas de la región, cumpliendo con unos estándares de calidad y prácticas que generen la confianza de nuestros clientes, la motivación del personal y el beneficio de la empresa.

8.3 VISIÓN

Ser una empresa líder de dotación en el oriente colombiano para el año 2020, comercializando los mejores productos de la región, siendo reconocidos como la preferida de los clientes, a nivel de calidad, exclusividad y precio.

8.4 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS:

8.4.1 Objetivo general.

Ofrecer a los usuarios un producto de calidad y confiable, que cumplan con los estándares solicitados por el clientes haciendo de Dotaciones y Seguridad como una de las empresas referentes de la región.

8.4.01 Objetivos específicos.

- Generar valor a los clientes a través de un servicio de alta calidad.
- Posicionar a Dotaciones y seguridad como una empresa de reconocimiento en la región.
- Ofrecer un producto, que sea de su gusto a un precio razonable.

8.5 ESTRATEGIAS.

- A través del asesoramiento de nuestro personal buscar que el cliente tenga el producto que mejor se adapte a sus necesidades.
- Poner a disposición del usuario una variedad de propuestas que se adapten a sus necesidades.
- Utilizar equipos de alto desempeño para que sus productos sean entregados con los estándares solicitados y en un tiempo razonable.

8.6 VALORES EMPRESARIALES

- Honestidad.
- Puntualidad.
- Respeto.
- Disciplina
- Responsabilidad.

8.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

Ilustración 38. Estructura organizacional



Fuente: Autor.

8.8 REMUNERACIÓN SALARIAL

Ilustración 39. Tabla salarial

Cargo		Salario mensual
Administrador	1	\$ 2.000.000
Vendedor mostrador	1	\$ 1.010.985
Auxiliar Inventarios	1	\$ 673.990
Bordador	1	\$ 700.000
SALARIO BÁSICO		\$ 4.384.975

Fuente: Autor.

8.9 MANUAL DE CARGOS

- **Anexo c**

8.10 CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

- La legalización y constitución de Dotaciones y Seguridad, es una norma a cumplir de suma importancia por el reconocimiento de la industria y del comercio, para el funcionamiento legal de una compañía estipulada en los instrumentos de control que favorece el desarrollo económico de una región, en la cual se incluye en bases de datos y estadísticas requeridas por el departamento.
- Dotaciones y seguridad es una empresa de origen natural legalmente constituida, la cual cumplirá a cabalidad todas las normas y requisitos de impuestos y prestaciones a trabajadores y gobierno.

9 ESTUDIO FINANCIERO

9.1 INVERSIÓN

9.1.1 Inversión fija

Tabla 5. Inversión fija

ACTIVOS FIJOS	UNIDADES	VALOR INICIAL	INICIAL
Adecuación del local (Local no es propio)	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Maniquí (Anexo d)	7	\$ 430.000	\$ 3.010.000
Vitrinas (Anexo e)	5	\$ 700.000	\$ 3.500.000
Estantes (Anexo f)	30	\$ 700.000	\$ 21.000.000
Estantes de almacenamiento (Anexo f)	30	\$ 800.000	\$ 24.000.000
Maquina bordadora	3	\$ 2.000.000	\$ 6.000.000
Equipo de computo	3	\$ 3.000.000	\$ 9.000.000
Mesa de trabajo	2	\$ 3.000.000	\$ 6.000.000
Escritorio	6	\$ 1.000.000	\$ 6.000.000
TOTAL			\$ 81.510.000

Fuente: Autor

9.1.2 Inversión diferida.

Tabla 6. Inversión diferida

DIFERIDOS	UNIDADES	VALOR INICIAL	INICIAL
Wilcom (programa bordado)	1	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
Página web	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Gastos de constitución	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Corel Draw	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
TOTAL			\$ 15.500.000

Fuente: Autor

9.1.3 Inversión de capital de trabajo.

Tabla 7. Inversión de capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
Cálculo Capital de Trabajo Inicial	MESES		
Costo Mercancía Vendida		\$	484.032.694
Total CMV	1,0	\$	40.336.058
Gastos de Administración y ventas	1,0	\$	7.026.676
Total Capital de Trabajo Inicial			47.362.733

Fuente: Autor

9.1.4 Inversión total

Tabla 8. Inversión total

INVERSIÓN TOTAL			
CONCEPTO	VALOR		
Inversión Fija	\$	81.510.000	
Inversión diferida	\$	15.500.000	
Capital de trabajo	\$	47.362.733	
TOTAL	\$	144.372.733	

Fuente: Autor.

9.2 COSTOS

Tabla 9. Costos

	PRODUCTO	PRECIO	
COSTO MP	Uniforme anti fluido	\$	32.000
	Sueco en eva	\$	8.960
	TOTAL	\$	40.960
	OPERACIÓN		
COSTO MOD	Elaboración bordado	\$	1.500
	TOTAL	\$	1.500
	PRODUCTO		
COSTO VARIABLES CIF	Servicio de luz	\$	20

Hilo	\$	200
TOTAL	\$	220

Fuente: Autor

La materia prima es el costo completo del vestido anti fluido, precio indicado por la empresa que elabora Aryliz, al igual que el valor del sueco, comprado al proveedor evacol; el precio de la mano de obra es el costo de un empleado por elaborar un bordado con diseño incluido y el costo indirecto de fabricación son la cantidad de hilo aproximada que lleva un bordado y el valor de la luz por el tiempo que demora realizarlo.

9.3 PRECIO DE VENTA

El precio de venta fue establecido por medio del precio que el consumidor está dispuesto a pagar y el precio actual del mercado de productos similares o sustitutos para los que se venden, estableciendo un valor de 50.000 pesos por conjunto de camisa, pantalón y sueco, con un margen aproximado del 16%.

9.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y DE EGRESOS

9.4.1 Presupuesto de egresos

Tabla 10. Egresos

CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020
Costo Mercancía Vendida	413.355.678	430.953.050	449.160.063	468.157.415	487.994.949
Gastos de Administración y ventas	19.228.236	19.782.864	20.385.435	20.968.710	21.583.206
Intereses	25.174.985	16.033.382	6.693.929	0	0
Impuesto del 4*1000	193.613	207.697	223.060	239.146	256.590
Total	457.952.511	466.976.993	476.462.486	489.365.272	509.834.745

Fuente: Autor.

9.4.02 Presupuesto de ingresos

Período	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	484.032.694	519.242.107	557.649.168	597.866.178	641.476.219

Fuente: Autor

9.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 11. Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio en pesos	396.697.482
Punto de Equilibrio en Unidades	7934

Fuente: Autor

9.6 PROYECCIÓN FLUJO DE CAJA

Tabla 12. Flujo de caja

Periodo	INICAL	2016	2017	2018	2019	2020
Utilidad Operativa		\$20.952.114	\$38.499.142	\$58.085.337	\$104.547.466	\$127.693.973
Impuestos		\$7.123.719	\$13.089.708	\$19.749.015	\$ 35.546.139	\$ 43.415.951
NOPLAT		\$13.828.395	\$25.409.434	\$38.336.323	\$69.001.328	\$84.278.022
Depreciaciones y Amortizaciones		\$30.136.667	\$29.636.667	\$29.636.667	\$ 3.800.000	\$ 3.800.000
Flujo de Caja Bruto		\$43.965.062	\$55.046.100	\$67.972.989	\$72.801.328	\$88.078.022
Variación de Capital de Trabajo	\$ 47.392.733	\$(13.844.138)	\$2.910.333	\$(8.021.122)	\$(15.014.059)	\$(1.810.234)
Inversiones en Propiedad Planta y Equipo	\$ 81.510.000					
Inversión en Otros Activos de Largo Plazo						
Inversión en Diferidos	\$15.500.000					
Flujo de Caja Libre	\$(144.402.733)	\$57.809.200	\$52.135.768	\$75.994.112	\$87.815.387	\$89.888.256

Fuente: Autor.

9.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Tabla 13. Estado de resultados

Período	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	484.032.694	519.242.107	557.649.168	597.866.178	641.476.219
Costo Mercancía Vendida	413.355.678	430.953.050	449.160.063	468.157.415	487.994.949
Utilidad Bruta	70.677.016	88.289.056	108.489.105	129.708.763	153.481.269
Gastos de Administración y ventas	19.588.236	20.153.248	20.767.101	21.361.296	21.987.297
Utilidad Oper. Antes de Depre y Amort.	51.088.780	68.135.808	87.722.004	108.347.466	131.493.973
Gasto de Depreciación	26.370.000	26.370.000	26.370.000	1.200.000	1.200.000
Gasto de Amortización	3.766.667	3.266.667	3.266.667	2.600.000	2.600.000
Utilidad Operativa	20.952.114	38.499.142	58.085.337	104.547.466	127.693.973
Ingresos Financieros	0	0	0	0	0
Gastos Financieros	26.193.577	16.766.490	7.136.347	239.146	256.590
Intereses	25.999.964	16.558.793	6.913.287	0	0
Impuesto del 4*1000	193.613	207.697	223.060	239.146	256.590
Gastos Bancarios					
Utilidad antes de Impuestos	-31.435.041	4.966.162	43.812.643	104.069.173	127.180.792
Impuesto de Renta	0	1.688.495	14.896.299	35.383.519	43.241.469
Utilidad/Pérdida Neta	-31.435.041	3.277.667	28.916.345	68.685.654	83.939.323

Fuente: Autor.

Ilustración 40. Estado de resultados porcentual

Período	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	100%	100%	100%	100%	100%
Costo Mercancía Vendida	85%	83%	81%	78%	76%
Utilidad Bruta	15%	17%	19%	22%	24%
Gastos de Administración y ventas	4%	4%	4%	4%	3%
Utilidad Oper. Antes de Depre y Amort.	11%	13%	16%	18%	21%
	0%	0%	0%	0%	0%
Gasto de Depreciación	5%	5%	5%	0%	0%
Gasto de Amortización	1%	1%	1%	0%	0%

Utilidad Operativa	5%	8%	11%	18%	20%
	0%	0%	0%	0%	0%
Ingresos no Operacionales	0%	0%	0%	0%	0%
Gastos no Operacionales	0%	0%	0%	0%	0%
Utilidad antes de Intereses e Impuestos	5%	8%	11%	18%	20%
	0%	0%	0%	0%	0%
Ingresos Financieros	0%	0%	0%	0%	0%
Gastos Financieros	5%	3%	1%	0%	0%
Intereses	5%	3%	1%	0%	0%
Impuesto del 4*1000	0%	0%	0%	0%	0%
Gastos Bancarios	0%	0%	0%	0%	0%
Utilidad antes de Impuestos	-6%	1%	8%	18%	20%
Impuesto de Renta	0%	0%	3%	6%	7%
Utilidad/Pérdida Neta	-6%	1%	5%	12%	13%

Fuente: Autor

9.8 BALANCE GENERAL PROYECTADO

Tabla 14. Balance general

Capital de Trabajo	INICIAL	2016	2017	2018	2019	2020
ACTIVOS						
Bancos	\$ 47.392.733	\$ 58.694.499	\$ 113.969.004	\$ 171.736.480	\$ 169.602.182	\$ 177.144.563
Cuentas x Cobrar a Clientes	\$ -	\$ 45.378.065	\$ 48.678.948	\$ 52.279.609	\$ 56.049.954	\$ 60.138.396
Inventarios	\$ -	\$ 3.615.732	\$ 3.770.004	\$ 3.929.181	\$ 4.095.371	\$ 4.268.995
Total Activos Corrientes	\$ 47.392.733	\$ 107.688.297	\$ 166.417.955	\$ 227.945.271	\$ 229.747.507	\$ 241.551.954
Inversiones Permanentes						
Propiedad Planta y Equipo (Neto)	\$ 81.510.000	\$ 55.140.000	\$ 28.770.000	\$ 2.400.000	\$ 1.200.000	\$ -
Propiedad Planta y Equipo	\$ 81.510.000	\$ 81.510.000	\$ 81.510.000	\$ 81.510.000	\$ 81.510.000	\$ 81.510.000
Depreciación Acumulada		\$ (26.370.000)	\$ (52.740.000)	\$ (79.110.000)	\$ (80.310.000)	\$ (81.510.000)
Activo Diferido (Neto)	\$ 15.500.000	\$ 11.733.333	\$ 8.466.667	\$ 5.200.000	\$ 2.600.000	\$ -
Activos Diferidos	\$ 15.500.000	\$ 15.500.000	\$ 15.500.000	\$ 15.500.000	\$ 15.500.000	\$ 15.500.000
Amortización Acumulada (Diferidos)		\$ (3.766.667)	\$ (7.033.333)	\$ 10.300.000)	\$ (12.900.000)	\$ (15.500.000)
TOTAL ACTIVOS	\$ 144.402.733	\$ 174.561.630	\$ 203.654.622	\$ 235.545.271	\$ 233.547.507	\$ 241.551.954
Préstamos de Corto Plazo						
		\$ 7.056.676	\$ 7.381.283	\$ 7.720.822	\$ 8.045.096	\$ 8.404.444
Cuentas por Pagar a Proveedores		\$ 68.892.613	\$ 71.825.508	\$ 74.860.010	\$ 78.026.236	\$ 81.332.492

Impuestos por Pagar	\$	-	\$	1.688.495	\$	14.896.299	\$	35.383.519	\$	43.241.469	
Otras Cuentas por pagar a corto plazo	\$	8.267.114	\$	8.619.061	\$	8.983.201	\$	9.363.148	\$	9.759.899	
Total Pasivo de Corto Plazo	\$	84.216.402	\$	89.514.347	\$	106.460.332	\$	130.817.999	\$	142.738.304	
Préstamos de Largo Plazo	\$	114.402.733	\$	88.117.366	\$	51.562.042	\$	4.487.011	\$	-	
Total Pasivos	\$	172.333.768	\$	141.076.390	\$	110.947.344	\$	130.817.999	\$	142.738.304	
PATRIMONIO											
Capital Social	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	
Reservas del periodo	\$	-	\$	327.767	\$	2.891.634	\$	6.868.565	\$	8.393.932	
Reservas Acumuladas			\$	-	\$	327.767	\$	2.891.634	\$	6.868.565	
Resultados de Ejercicios Anteriores			\$	(31.435.041)	\$	(28.157.374)	\$	758.971	\$	69.444.625	
Resultado del Ejercicio	\$	(31.435.041)	\$	3.277.667	\$	28.916.345	\$	68.685.654	\$	83.939.323	
Total Patrimonio	30.000.000	\$	(1.435.041)	\$	2.170.393	\$	33.978.372	\$	109.204.825	\$	198.646.446
Total Pasivo + Patrimonio	\$	144.402.733	\$	170.898.727	\$	143.246.783	\$	144.925.716	\$	240.022.825	
										\$	341.384.750

Fuente: Autor.

9.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO

- Se encontró que a través de la evaluación financiera el proyecto se puede soportar, indicando que el margen ganancia es del 16% y proyectándolo a futuro se encontró una viabilidad y un crecimiento sostenible.
- Se tiene previsto que la financiación del proyecto será dado en gran parte por el préstamo del banco con 79% del total de los recursos y el 21% restantes equivalentes a 30.000.000 serán puestos por el emprendedor.
- Se encontró que aunque en el primer año los resultados no son positivos, se espera que para los próximos 4 años los resultados sean favorables y cubriendo así las pérdidas del año inicial.

10 EVALUACIÓN FINANCIERA

10.1 VALOR PRESENTE NETO

Tabla 15. Valor presente neto

VPN	\$ 191.843.276
------------	-----------------------

Fuente: Autor

El VPN es el flujo de efectivo en un tiempo determinado, en esta ocasión es el actual donde su valor es de \$ 191.843.276, el cual refleja una viabilidad del negocio al ser superior a \$ 0, teniendo en cuenta que las ganancias no son divididas, estas son reinvertidas en el negocio.

10.2 TASA DE DESCUENTO WACC

Tabla 16. Tasa de descuento

CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO (WACC)	17,22%
CAPM = Rf + Riesgo del Proyecto	10,57%
Rf (TES a Cinco Años)	7,38%
Riesgo del Proyecto	3,2%
Costo de la Deuda	28,74%
Costo de la deuda menos impuesto	18,97%
% DEUDA	79%
% CAPITAL PROPIO	21%

Fuente: Autor.

La tasa de descuento para el proyecto es de 17,22%, este valor será el referente de comparación para evaluar si el proyecto presenta una viabilidad económica y si el dinero a invertir en proyecto va rentar más que en uno con menor riesgo.

10.3 TASA INTERNA DE RETORNO

Tabla 17. Tasa interna de retorno

T.I.R.	37%
T.I.R.M.	28%

Fuente: Autor

La tasa interna de retorno indica el porcentaje de rendimiento del negocio, el cual es de 37%, comparado con la tasa de descuento muestra un margen mayor, lo que indica que el negocio es rentable, apoyando la idea de la viabilidad del negocio.

10.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN

Tabla 18. Recuperación de la inversión

Año	Valor Presente	Recuperación
0	\$ (144.402.733)	
1	49.315.126	(95.087.608)
2	37.940.422	(57.147.186)
3	47.176.912	(9.970.274)
4	46.505.399	36.535.125
5	40.608.683	77.143.808

Fuente: Autor.

El periodo de recuperación indica que en 3,8 años se genera una recuperación total de la inversión y presenta un apoyo para estudiar la viabilidad del negocio, esto hace que pasado este tiempo todo los recurso generados serán para beneficio del emprendedor, observando este periodo de tiempo muestra al proyecto con gran atractivo y buenos beneficios.

10.5 RAZONES E INDICADORES FINANCIEROS

Razón corriente: Según este indicador para el año 1 por cada peso de deuda tiene \$ 1,28 para pagar o respaldar la deuda a corto plazo, para el año 2 posee \$1,86 pesos, para el año 3 el \$2,14 para el año 4 \$ 1,76 y para el año 5 \$1.69. Esto muestra que la empresa tiene una excelente capacidad de cubrir sus deudas a corto plazo desde la apertura.

Prueba Ácida: Este indicador complementa los resultados de la razón corriente, indicando por cada peso a corto plazo, cuanto se dispone de las inversiones de mayor liquidez (caja, bancos, cartera). Dotaciones y Seguridad para el año 1 por cada peso de deuda dispone de: \$1,24 para cubrirla, para el año 2 cuenta con \$1,82 en el año 3 con \$2,10, para el año 4 con \$1,72 y para el año 5 \$1,66, respaldando el nivel de liquidez mostrado en la razón corriente.

Nivel de endeudamiento total: La empresa Dotaciones y Seguridad presenta unos niveles de endeudamiento altos los dos primeros años superando el 70% que es el estándar, y empieza a demostrar un descenso en el 3 año con un 47%.

Rentabilidad del patrimonio: El nivel de rendimiento del patrimonio en el primer año muestra un síntoma negativo, con un -18%, pero para el inicio del negocio es normal, a través del paso de los años presenta un crecimiento continuo.

10.6 CONCLUSIÓN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

- Por medio de las diferentes pruebas realizadas al estudio financiero se puede afirmar con contundencia que el negocio presenta viabilidad y que a través del tiempo el crecimiento va hacer constante y positivo.

11 IMPACTO SOCIAL

El impacto social como primera medida está centrado en el cumplimiento de las obligaciones legales, como lo es: EPS a cada uno de los trabajadores de la empresa, su inscripción a pensiones, con el fin de brindar a los trabajadores un futuro a nivel económico, la inscripción a riesgos profesionales, donde en caso de cualquier emergencia a nivel de trabajo tendrá un apoyo económico, aportes a caja de compensación y Sena, como requisitos legales que se cumplen con el trabajador y con el gobierno nacional.

En selección de personal se tendrá como prioridad dar el cargo a madres cabeza de familia o desplazados por la violencia, con el fin de brindar un apoyo, económico y moral.

Con la creación de la empresa se verá la creación de 4 empleos directos, estos serán representado en igual número de familias, constituyendo un apoyo directo al desempleo y a las familias más vulnerables, adicional se crearan empleos indirectos a través de la compra de los productos a empresas de la región.

12 IMPACTO AMBIENTAL

Conociendo que cualquier empresa o actividad económica que exista genera una contaminación al medio ambiente, es importante dar charlas y capacitación tanto a empleados como a proveedores acerca del uso responsable de desechos.

Uso de papel e impresiones: con el propósito de ayudar al medio ambiente y su sostenibilidad el uso de papel será uno de los factores a reducir, usando estrictamente lo

necesario, tomando ordenes de pedido de manera virtual y que el uso de impresora sea en papel reciclado.

Reciclaje de desechos orgánicos e inorgánicos: Se implementarán políticas de reciclaje de residuos generados por los colaboradores, utilizando diferentes recipientes para la separación de los mismos.

Uso de energía: Se espera a futuro implementar el uso de energía renovable con el fin de apoyar al medio ambiente a través de paneles solares o eólica dependiendo de cuál sea el que brinde mayor apoyo y un costo más bajo.

13 PLAN DE PUESTA EN MARCHA

13.1 ACTIVIDADES A DESARROLLAR

13.1.1 Constitución de la empresa.

Se realizará la constitución de la empresa ante la cámara de comercio de Bucaramanga y DIAN para la legalización de la conformación, luego se ira a la alcaldía para realizar los trámites de industria y comercio el cual avala que el local en el que nos vamos a ubicar sea legal para la actividad que vamos a realizar y no tenga ninguna afectación ambiental con las demás actividades que se realizan en la zona, comprobando que el lugar sea un sitio comercial y colocar la tasa de pago del impuesto municipal por comercio.

13.1.2 Adecuación de instalaciones.

Se debe realizar adecuaciones locativas para el funcionamiento adecuado del local, pintando y dándole al lugar una imagen acorde a la actividad económica a realizar.

13.1.3 Selección de talento humano.

A través de una bolsa de empleos, se reclutara las personas adecuadas para las vacantes disponibles, con el fin de que sean realizadas diferentes pruebas, psicológicas, físicas y verificación de información para identificar las personas óptimas.

13.1.4 Contratación de talento humano.

Luego de escoger el talento humano adecuado por parte de la bolsa de empleo se realizará su debido contrato especificando funciones, horas de trabajo y donde se hará sus respectivos trámites legales de inscripción a EPS, fondo de pensiones, riesgos profesionales y caja de compensación, cumpliendo con las estipulaciones de contratación impuestas por la ley.

13.1.5 Capacitación e inducción.

Para una correcta ejecución de las funciones, se dará capacitación a cada uno de los empleados, entrenado en cada una de sus funciones, para corregir mecanismos y falencias que tengan y orientando para que conozcan los diferentes procesos a realizar.

A continuación se presenta una serie de actividades para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 19. Diagrama de Gantt

DIAGRAMA DE GANTT									
Actividades	Año 2015								
	Constitución de la Empresa	■							
Adecuación de instalaciones		■	■	■					
Selección de talento humano				■					
Contratación de talento humano					■				
Capacitación						■	■		
Inducción								■	
Operación puesta en marcha									■
Semanas	Abril 6-11	Abril 13-18	Abril 20-25	Abril 27- Mayo 2	Mayo 4-9	Mayo 4-9	Mayo 11-16	Mayo 18-23	Mayo 25-30

Fuente: Autor.

12. CONCLUSIONES

Se encontró que el número de unidades a vender en el primer año es de 9.861.

Se determinó que el número potencial de uniformes vendidos del mercado actual es de 26.430 trajes para restaurantes y 35.628 vestidos para belleza.

Se encontró que el crecimiento del sector para los próximos años estará en un 2% de acuerdo a las cifras de Infoconsumo.

Se fijó como lugar de localización del proyecto la calle 33 n° 23 - 01.

Se estipuló los principales productos a comercializar y sus alternativas.

Se decretó por medio del estudio financiero y el estudio de mercado un precio de conjunto para los uniformes de \$ 50.000.

Se estableció 4 cargos, con sus respectivas funciones y salarios para el funcionamiento organizacional de la compañía.

Se estipuló los pasos a seguir para la creación legal ante DIAN y Cámara de Comercio de la empresa Dotaciones Y Seguridad.

Se determinó por medio de un estudio financiero que las ventas del primer año serian de \$484.032.694 y su proyección a cinco años.

Se determinó que el capital de trabajo para el primer año es de 47.362.733.

Se encontró que la TIR para el proyecto es de 37% con un WACC de 17%.

Se encontró que el periodo de recuperación del proyecto es de 3,8 años.

Se determinó que a través de los diferentes estudios se puede afirmar que el proyecto para creación de una comercializadora de ropa para restaurante y belleza en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana es viable.

BIBLIOGRAFÍA

- AREVALO ALVEAR,H, CEPEDA URIBE,K, (2005) factibilidad para la creación de una comercializadora de confección infantil en la ciudad de Bucaramanga, Universidad Pontificia Bolivariana, Colombia, Bucaramanga.
- MÉNDEZ LOZANO, Rafael. Formulación y evaluación de proyectos enfoque para emprendedores, Tercera edición, Colombia, Bogotá DC, 2004.
- MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de proyectos, Quinta edición, Colombia, Bogotá DC, 2005.
- SERRANO GÓMEZ, VILLARAGA PLAZA, Lupita, Alejandro. El emprendedor y su empresa. Colombia, Bucaramanga, 2006.
- VARELA VILLEGAS, Rodrigo. Evaluación económica de proyectos de inversión. Colombia, Bogotá, 2010.

WEBGRAFÍA

- ALONSO VAZQUES, Marisol. Marketing Social Corporativo. España, Madrid, 2007. Editado por: Eumed. Net. Disponible en <http://estratmkt.files.wordpress.com/2012/01/marketing-social-corporativo1.pdf>
- Aytex Dotaciones. Colombia, Bogotá D.C. Consultado el 24 de agosto de 2013.[on line] Disponible en: <http://www.aytexdotaciones.com>.
- DotaHerlogo. Colombia, Bucaramanga. Consultado el 1 de abril de 2014. [on line] Disponible en: <http://www.dotaherlogo.com/>.
- HERNADEZ, Roberto. Metodología de la investigación. México, México DF. Editorial: McGraw Hill Interamericana. Disponible en http://data.over-blog-kiwi.com/0/27/01/47/201304/ob_195288_metodologia-de-la-investigacion-sampieri-hernande.pdf.
- Informe ANDI, Colombia: Balance 2012 y perspectivas 2013, Publicado Diciembre 2012.[on line] Disponible en: <http://www.larepublica.co/sites/default/files/larepublica/andi.pdf>
- Informe sector textil y confecciones colombiano. Colombia, Medellín. Marzo de 2010. Disponible en: http://www.crediseguro.com.co/dmdocuments/INFORME_SECTOR_TEXTIL_Marzo_2010.pdf
- MIRANDA SALCEDO, Carlos Arturo. Plan de negocios de la comercializadora INSPORTS insumos para la confección de ropa deportiva. Trabajo de grado Administrador de empresas. Colombia, Bogotá D.C, 2012. [on line]Disponible en: <http://repository.ean.edu.co/bitstream/10882/663/1/MirandaCarlos2012.pdf>
- MOLINA GUZMAN, MUNERA BARRERA, Luis, Danny, Análisis económico del sector confección. Colombia, Medellín, 2012. Universidad Pontificia Bolivariana. [on line] Disponible en: http://www.upb.edu.co/pls/portal/docs/PAGE/GPV2_UPB_MEDELLIN/PGV2_M050_INVESTIGACION/PGV2_M050020_GRUPOSINVESTIGACION/PGV2_M050020_020110_MERCADO/ANALIS%20ECON%20MICO%20SECTOR%20CONFECCIONES_2012_10.PDF.
- MORENO VANEGAS, Adriana Beatriz. Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de ropa interior femenina en Bogotá. Tesis

ANEXOS

ANEXO A

ENCUESTA

La siguiente encuesta es un estudio realizado para mirar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la venta de dotación, sus respuestas serán de gran ayuda, muchas gracias por su colaboración.

Cargo_____

1. **¿Cuál es el principal aspecto que influye a la hora de comprar la dotación a sus empleados?**

Precio_ Referencias _ Calidad_ Exclusividad_ Variedad_ Puntualidad _

2. **¿Con que frecuencia compra usted dotación?**

Menos de 3 meses_ Cada 3 meses_ Cada 4 meses_ Cada 6 meses_ Cada año_
Nunca_

3. **¿Cuánto gasta usted en promedio por una dotación para empleados?**

Menos de 30.000_ entre 30.000 y 60.000_ entre 60.000 y 80.000_ Más
de 80.000_

4. **¿Cuántos empleados les da dotación?**

Menos de 5 _ Entre 5 y 10_ Entre 10 y 20_ Más de 20_

5. **¿Cuánto tiempo está dispuesto a esperar para la entrega de la dotación?**

Menos de 4 días_ De 4 a 8 días_ De 8 a 15 días_ Más de 15 días_

6. **¿Qué tan fácil es conseguir la dotación para sus empleados?**

Fácil_ Regular_ Difícil_

7. **¿Qué tan interesado estaría en cambiar a un nuevo proveedor?**

Interesado_ Algo interesado_ Nada interesado_

8. **¿Dónde compra usted la dotación?**

En un almacén de cadena_ lo hace a la medida_ Almacén especializado en dotación_ almacén de elementos médicos_ por catálogo_ Otra_
 ¿Cuál? _____

9. ¿Le gustaría tener un almacén especializado de dotación?

Sí_ No_

10. ¿Qué cantidad de uniformes compra al año por empleado?


0_ 1_ 2_ 3_ 4_ 5_

Muchas gracias por su colaboración y tiempo brindado, sus respuestas serán de gran ayuda.

ANEXO B

Corresponde a las tablas financieras.

ANEXO C

 <h2 style="margin: 0;">Dotaciones y Seguridad</h2>	
TALENTO HUMANO	EFFECTIVO DESDE: 01 – 01 – 16
GERENTE GENERAL	Página 84
JEFE INMEDIATO:	Gerente General
PROCESO:	V - 1
PROCESO:	Gestión Estratégica
CARGOS QUE SUPERVISA:	Junta Directiva
SUPLENTE:	No tiene suplente
TIPO DE CONTRATO:	Término fijo

1. OBJETIVOS Y RESPONSABILIDADES

OBJETIVO DEL CARGO:

Planear, organizar, dirigir y controlar llevando a cabo las estrategias propuestas para lograr un mejoramiento continuo en la empresa, liderando eficaz y eficientemente la compañía para dar cumplimiento a la misión, visión y objetivos estratégicos establecidos.

RESPONSABILIDADES PRINCIPALES

- ✓ Responder por el cumplimiento de todas las metas y objetivos estratégicos (Rentabilidad, ventas, gastos, participación, posicionamiento en el mercado y nivel de satisfacción del cliente) establecidos.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir las normas de calidad de los productos y servicio.
- ✓ Ejercer funciones de dirección, gestión, supervisión y coordinación de los demás departamentos.
- ✓ Realizar negociaciones especiales con proveedores que se considere necesario.
- ✓ Aprobar la adquisición y compra de insumos, materias primas y contratación de servicios.
- ✓ Aprobar todo lo referente a la administración y desarrollo de personal.
- ✓ Realizar todas las demás responsabilidades que le sean asignadas.
- ✓ Realizar de la logística de la empresa
- ✓ Buscar el talento humano

PROCESOS O PROCEDIMIENTOS A SU CARGO:

Cada uno de los procesos manejados en la Compañía

ATRIBUCIONES O AUTORIDADES

Su participación y autoridad son esenciales en la junta directiva para aprobar y tomar cualquier decisión de la Compañía.

INDICADORES DEL LOGRO DEL CARGO

- 100% de cumplimiento de plan estratégico
- 85% de cumplimiento de los objetivos de rentabilidad de la compañía
- 90% de cumplimientos en el crecimiento de mercado(ventas) de la compañía

2. RESPONSABILIDAD EN MANEJO DE RECURSOS E INFORMACION

POR DINEROS:

Administra todos los recursos económicos de la Organización.

POR EQUIPOS, HERRAMIENTOS, MATERIALES E INSUMOS:

Equipo de cómputo y oficina

POR INFORMACION CONFIDENCIAL:

Conoce toda la información de tipo confidencial de la Organización.

POR CONTACTOS:

INTERNOS:

Todos los colaboradores de la Organización

EXTERNOS:

Clientes externos

		Proveedores Entidades públicas y privadas
--	--	---

3. REQUERIMIENTOS DEL CARGO	
EDUCACION: Secundaria <input type="checkbox"/> <hr/> Técnica <input type="checkbox"/> <hr/> Tecnología <input type="checkbox"/> <hr/> Universitaria <input checked="" type="checkbox"/> Áreas Administrativas <hr/> Postgrado <input checked="" type="checkbox"/> Alta Gerencia o áreas similares	FORMACION: Informática Herramientas de Investigación y Desarrollo Habilidades Gerenciales y lingüísticas Ingeniero industrial.
EXPERIENCIA: Más de dos (2) años en cargos similares	
COMPETENCIAS CORPORATIVAS: Innovación Armonía Motivador	
COMPETENCIAS DE GESTION: Comunicación efectiva Planificación y Organización Liderazgo	

4. CONDICIONES DE TRABAJO DEL CARGO	
AMBIENTE DE TRABAJO: Labora en unas condiciones ambientales	RIESGOS: Riesgo Bajo para la salud está expuesto a

normales, generalmente realiza sus labores en áreas de oficina.	enfermedades profesionales ocasionadas por riesgos ergonómicos.
---	---

Elaborado por:	Verificado por:	Aprobado por:
Fecha:	Fecha:	Fecha:
<h1>Dotaciones y Seguridad</h1>		
TALENTO HUMANO	EFECTIVO DESDE: 02 – 03 – 16	
SECRETARIA	Página 4	
JEFE INMEDIATO:		Gerente general V - 1
PROCESO:	Vendedor de almacén.	
CARGOS QUE SUPERVISA:	Ninguno	
SUPLENTE:	No tiene suplente	
TIPO CONTRATO	Término fijo	

1. OBJETIVOS Y RESPONSABILIDADES

OBJETIVO DEL CARGO:

Prestar un servicio de calidad a los clientes asesorando y guiando en el momento de la compra a todo aquel que lo requiera, prestando atención y siendo práctico.

RESPONSABILIDADES PRINCIPALES

- ✓ Brindar asesoramiento al momento de la compra de los clientes
- ✓ Manejo del efectivo de anticipos y pagos de producto.
- ✓ Facturación de los productos vendidos.
- ✓ Ordenar y mantener limpio el almacén.

PROCESOS O PROCEDIMIENTOS A SU CARGO:

Ninguno

ATRIBUCIONES O AUTORIDADES

No tiene.

INDICADORES DEL LOGRO DEL CARGO

- 100% de consultas o quejas realizadas por los clientes.
- 70% de responsabilidad interna en la empresa.
- 90% de cumplimientos de las actividades asignadas

2. RESPONSABILIDAD EN MANEJO DE RECURSOS E INFORMACION**POR DINEROS:**

Si, los anticipos y pagos de productos.

POR EQUIPOS, HERRAMIENTOS, MATERIALES E INSUMOS:

Equipo de cómputo y oficina.

POR INFORMACION CONFIDENCIAL:

Mantiene un grado de confidencialidad medio

POR CONTACTOS:**INTERNOS:**

Todos los empleados de la empresa

EXTERNOS:

Clientes.

3. REQUERIMIENTOS DEL CARGO**EDUCACION:**

Secundaria

Técnica

Tecnología

Universitaria

Postgrado

FORMACION:

Tecnóloga en comercial.

EXPERIENCIA:

No requiere experiencia.

COMPETENCIAS CORPORATIVAS:

Armonía

Efectividad Orientación a la Calidad en los servicios.
COMPETENCIAS DE GESTION: Comunicación efectiva Amabilidad Servicio al cliente

4. CONDICIONES DE TRABAJO DEL CARGO

AMBIENTE DE TRABAJO: Labora en unas condiciones ambientales normales, realiza sus labores en áreas de oficina.	RIESGOS: El cargo está sometido a un riesgo irrelevante, con posibilidad de ocurrencia baja.
--	--

Elaborado por:	Verificado por:	Aprobado por:
Fecha:	Fecha:	Fecha:

Dotaciones y Seguridad

TALENTO HUMANO	EFFECTIVO DESDE: 02 – 03 – 16
DOCUMENTO No. DRH- MF - 001	ARCHIVO MAGNETICO: BPMMH/MF/DRH-MF-002
Recepcionista	Página 7
	V - 1

JEFE INMEDIATO:	Gerente General
PROCESO:	Auxiliar de inventario
CARGOS QUE SUPERVISA:	Ninguno
SUPLENTE:	Tiene suplente
TIPO DE CONTRATATO	Término fijo

1. OBJETIVOS Y RESPONSABILIDADES

<p>OBJETIVO DEL CARGO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estar atento a que los pedidos estén en trámite y en su tiempo requerido, que no halla falta de inventarios y pasar reporte en el momento en el que este próximo a acabar.
<p>RESPONSABILIDADES PRINCIPALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Manejo de inventarios. ✓ Atención de los tiempos de pedido. ✓ Reporte de niveles de inventario.

<p>PROCESOS O PROCEDIMIENTOS A SU CARGO:</p> <p>Ninguno</p>		
<p>ATRIBUCIONES O AUTORIDADES</p> <p>No tiene.</p>		
<p>INDICADORES DEL LOGRO DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100% de cumplimiento en de inventario • 90% de cumplimientos de las actividades asignadas 		
<p>2. RESPONSABILIDAD EN MANEJO DE RECURSOS E INFORMACION</p>		
<p>POR DINEROS:</p> <p>No es responsable de dineros</p>	<p>POR EQUIPOS, HERRAMIENTOS, MATERIALES E INSUMOS:</p> <p>Es responsable por equipos de cómputo.</p>	
<p>POR INFORMACION CONFIDENCIAL:</p> <p>Maneja poca confidencialidad.</p>	<p>POR CONTACTOS:</p>	
	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;"> <p>INTERNOS:</p> <p>Gerente general, bordador y vendedor de almacén</p> </td> <td style="width: 50%;"> <p>EXTERNOS:</p> <p>Ninguno.</p> </td> </tr> </table>	<p>INTERNOS:</p> <p>Gerente general, bordador y vendedor de almacén</p>
<p>INTERNOS:</p> <p>Gerente general, bordador y vendedor de almacén</p>	<p>EXTERNOS:</p> <p>Ninguno.</p>	

3. REQUERIMIENTOS DEL CARGO

EDUCACION: Secundaria <input checked="" type="checkbox"/> <hr/> Técnica <input type="checkbox"/> <hr/> Tecnología <input type="checkbox"/> <hr/> Universitaria <input type="checkbox"/> <hr/> Postgrado <input type="checkbox"/>	FORMACION: Bachillerato clásico.
EXPERIENCIA: Sin experiencia..	
COMPETENCIAS CORPORATIVAS: Armonía Efectividad Transparencia e integridad Claridad de propósitos	
COMPETENCIAS DE GESTION: Comunicación efectiva Amabilidad Competitividad,	

4. CONDICIONES DE TRABAJO DEL CARGO

AMBIENTE DE TRABAJO: Labora en unas condiciones ambientales normales, realiza sus labores en áreas de oficina.	RIESGOS: De carga de objetos pesados.
--	---

Elaborado por:	Verificado por:	Aprobado por:
-----------------------	------------------------	----------------------

Fecha:	Fecha:	Fecha:
--------	--------	--------

Dotaciones y Seguridad

TALENTO HUMANO	EFECTIVO DESDE: 02 – 03 – 16		
DOCUMENTO No. DRH- MF - 001	ARCHIVO MAGNETICO: BPMMH/MF/DRH-MF-002		
Bordador		Página 10	V - 1
JEFE INMEDIATO:	Gerente General		
PROCESO:	Bordar		
CARGOS QUE SUPERVISA:	Ninguno.		
SUPLENTE:	No tiene suplente		
TIPO DE CONTRATO	Labor		

1. OBJETIVOS Y RESPONSABILIDADES

OBJETIVO DEL CARGO:

Crear diseños y bordarlos en las prendas.

RESPONSABILIDADES PRINCIPALES

- ✓ Diseñar los logos.
- ✓ Bordar las prendas.
- ✓ Espeluzar los terminados.

PROCESOS O PROCEDIMIENTOS A SU CARGO:

Ninguno

ATRIBUCIONES O AUTORIDADES

No tiene.

INDICADORES DEL LOGRO DEL CARGO

- 100% de cumplimiento de las principales responsabilidades.

2. RESPONSABILIDAD EN MANEJO DE RECURSOS E INFORMACION

POR DINEROS: No tiene	POR EQUIPOS, HERRAMIENTOS, MATERIALES E INSUMOS: Equipos de cómputo y maquinas bordadoras	
POR INFORMACION CONFIDENCIAL: Maneja un grado de confidencialidad medio	POR CONTACTOS:	
	INTERNOS: Todos los integrantes de la empresa	EXTERNOS: Clientes

3. REQUERIMIENTOS DEL CARGO

EDUCACION: Secundaria <input type="checkbox"/> ----- Técnica <input checked="" type="checkbox"/> ----- Tecnología <input type="checkbox"/> ----- Universitaria <input type="checkbox"/> ----- Postgrado <input type="checkbox"/>	FORMACION: Manejo de software de bordados
EXPERIENCIA: Dos (2) años en diseño y bordado.	
COMPETENCIAS CORPORATIVAS: Orientación al logro de resultados Orientación a la Calidad en los servicios.	

COMPETENCIAS DE GESTION:

Perfección

Diseño.

Calidad.

4. CONDICIONES DE TRABAJO DEL CARGO

AMBIENTE DE TRABAJO:

Labora en unas condiciones ambientales normales, generalmente realiza sus labores en áreas de hotel.

RIESGOS:

Riesgo Bajo para la salud está expuesto a enfermedades profesionales ocasionadas por riesgos ergonómicos.

Elaborado por:

Verificado por:

Aprobado por:

Fecha:

Fecha:

Fecha:

ANEXO D



Products ▾

What are you looking for...

About 58 results: Mannequins (58)

Home > Products > Apparel > Mannequins (109154)



maniquies in standing pose for sale

FOB Price: US \$80 - 200 / Carton | [Get Latest Price](#)
Min. Order Quantity: 20 Carton/Cartons female golden mannequin
Supply Ability: 9000 Carton/Cartons per Month
Port: shenzhen
Payment Terms: L/C,D/A,D/P,T/T,Western Union

[Contact Supplier](#)

[Leave Messages](#)

[Start Order](#) [Add to Inquiry Cart](#) [Add to My Favorites](#)

ANEXO E



Precio: 280.00 €

Modelo : VCE IT 6/5

Medidas: 500 H x 650 A x 250 F m/m.

Peso : 18 Kg.

Descripción:

Vitrina de cristal para el sobre del Mostrador.

Techo de cristal.

Perfil de aluminio.

Vitrina de sobre mostrador.

Puerta abatible con cerradura.

2 Estantes de cristal graduables.

Vitrina de cristal templado.

Colores Disponibles: [Hacer click en el color para ampliar](#)



ANEXO F



Products ▾

What are you looking for...



About 8 results: Stacking Racks & Shelves (3)

Home > Products > Service Equipment > Store & Supermarket Supplies > Stacking Racks & Shelves (193643)



heavy duty gorilla rack shelving, circular de estantes, heavy duty metal shelves

FOB Price: US \$6 - 218 / Set | [Get Latest Price](#)

Min.Order Quantity: 1 Set/Sets heavy duty gorilla rack shelving

Supply Ability: 40000 Ton/Tons per Month heavy duty gorilla rack shelving

Port: Nanjing/shanghai/Other

Payment Terms: L/C,T/T,Western Union,MoneyGram,cash/credit card/paypal/escrow

[Contact Supplier](#)

[I'm Away](#)

[Start Order](#) [Add to Inquiry Cart](#) [Add to My Favorites](#)