SNEAKER SURGEON

JUAN ESTEBAN TABARES MONTOYA
JACOBO MARTINEZ BUITRAGO
JUMAN JOSE MARTINEZ ESTRADA

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE "SENA"
INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JOSE DE CIRCASIA
PROGRAMA DE ARTICULACIÓN CON LA MEDIA
TÉCNICO EN ASISTENCIA ADMINISTRATICA
COMERCIALES Y FINANCIERAS
CIRCASIA, QUINDÍO
NOVIEMBRE 2022

SNEAKER SURGEON

JUAN ESTEBAN TABARES MONTOYA
JACOBO MARTINEZ BUITRAGO
JUMAN JOSE MARTINEZ ESTRADA

Trabajo presentado para la muestra empresarial

DIANA ISABEL PERDOMO PIZO

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE "SENA"
INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JOSE DE CIRCASIA
PROGRAMA DE ARTICULACIÓN CON LA MEDIA
TÉCNICO EN ASISTENCIA ADMINISTRATICA
COMERCIALES Y FINANCIERAS
CIRCASIA, QUINDÍO
NOVIEMBRE 2022

Nota de Aceptación:

_____

_____

_____

_____

Firma de Jurado

_____

_____

_____

CIRCASIA, 2022

DEDICATORIA

Se le dedica este proyecto a las personas que han estado apoyándonos incondicionalmente que son: Luisa Fernanda Buitrago Lopera, Orlando Martínez Botero, acudientes de Jacobo Martínez Buitrago. También a Beatriz Lorena Montoya Arango , Daniel Alberto Tabares Montoya , madre y hermano de Juan Esteban Tabares Montoya y a juan Carlos Martínez navarro y milady estrada padres de juan jose Martínez estrada. También al Sena por permitirnos formar parte de este técnico y poder hacer este proyecto, también a la I.E San José de Circasia Quindío por ser el puente con el Sena.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestros acudientes , al Sena y a la I.E San José de Circasia Quindío por apoyarnos en este proceso y permitirnos hacer parte de este técnico .

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 7
GLOSARIO 8
1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 9
1.1 Titulo 9
1.3 ESLOGAN DE LA EMPRESA 10
1.4 MISIÓN 10
1.5 VISIÓN 10
1.6 VALORES DE LA EMPRESA 10
1.7 POLÍTICAS EMPRESARIALES 11
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 13
2.1 Justificación 13
2.2 Alcance 13
3. OBJETIVOS 13
3.1 General 13
3.2 Específicos 13
4. MARCO DE REFERENCIA 14
5. DISEÑO METODOLÓGICO 14
6. ESTUDIO DE MERCADO 16
6.1 Matriz DOFA 16
6.2 Estrategias de MIX Mercado 16
Semana No. 2No. 1 18
8. ESTUDIO LEGAL 20
9. ESTUDIO FINANCIERO 22
10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 24
11.BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA 25

INTRODUCCIÓN

Somos un emprendimiento Quindiano, dedicado a la personalización de tus zapatos, pensamos en este emprendimiento porque algunas veces no estamos seguros de que compramos el par adecuado; con esta propuesta podrás plasmar lo que quieras en tus Tennis y lucir un estilo propio, también si tienes un par antiguo puedes ofrecerles una segunda vida dándoles un nuevo estilo.

GLOSARIO

Marketing: Es un conjunto de estrategias , técnicas y prácticas con el fin de mejorar la comercialización de un producto.

Sneaker: Es un término de la jerga juvenil de los Estados Unidos de Norte América que se usa para referirse a los zapatos , especialmente zapatos deportivos o “tenis”.

Surgeon: Palabra en inglés cuya traducción directa es “Cirujano”.

Outfit: Conjunto de prendas de vestir que forman lo que en Colombia se denomina “pinta”

1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

1.1 Titulo

SNEAKER SURGEON

Elegimos el nombre de "sneaker surgeon" que en la traducción al español es cirujano de zapatillas porque explica claramente el objetivo de nuestra empresa que es modificar tus zapatos o plasmar tus gustos en estos

1.2 LOGO DE LA EMPRESA



1.3 ESLOGAN DE LA EMPRESA

Diseña tu vida, empieza de pies a cabeza

1.4 MISIÓN

Abrir un mundo de posibilidades con respecto a moda en el Quindío e incluso nacionalmente mostrando una forma de plasmar sus ideas en un par de zapatos lo que hace que sea mas intimo porque al ser al gusto del consumidor, se puede acoplar a su forma de vestir, de expresarse o incluso de vivir la vida

1.5 VISIÓN

Darnos a conocer regional y nacionalmente por nuestras ideas innovadoras, nuestro trato al cliente, nuestro repertorio de estilo y conectar con artistas dispuestos a promocionar nuestra marca como una forma de expresión

1.6 VALORES DE LA EMPRESA

Nuestra empresa se preocupa por los valores individuales de sus trabajadores para crear el mejor ambiente laboral posible, y mejorar los ingresos al transmitir seguridad a nuestros clientes , generar vínculos y mantenerlos es nuestra prioridad ya que se generan clientes legales y seguros que generan rentabilidad de negocio y en conjunto la empresa va a crecer y mejorar su servicio

exponencialmente y este ciclo se mantendrá por nuestras prácticas oportunas , todo eso se va a lograr con: Solidaridad, compasión , compañerismo , igualdad , equidad , honestidad , fraternidad , entre otros valores.

¿En qué creemos?

Creemos en los valores individuales como los colectivos , ya que van de la mano y propician un ambiente de trabajo óptimo que beneficie los ingresos y garantice nuestra permanencia en el mercado y el seguir cumpliendo de manera oportuna a nuestros clientes.

Honestidad

Perseverancia

Celeridad

Puntualidad

Fraternidad

Solidaridad

Compasión

1.7 POLÍTICAS EMPRESARIALES

1.-. La empresa mantendrá los estándares de calidad prometidos y anunciados , en orden para cumplir a nuestros clientes

2.-. Tratar a todos los clientes de la misma forma . transparente, un trato igualitario hará sentir a todos nuestros clientes especiales y únicos .

3.-. Todos los miembros de la nómina de trabajo deberán cumplir estándares de comportamiento y desempeño con el objetivo de mantener ambientes de trabajo cómodos, y esto se reflejará en el trato a nuestros clientes.

4.-.Todo trabajador deberá asistir a un curso de capacitación sobre marketing y manejo de negocios de moda.

5.-. Las facturas de contado serán entregadas en el instante en el que el cliente haga efectivo el pago del producto. Y las facturas a crédito serán entregadas cuando se le desembolse el dinero a

la empresa.

6.-. Manejar precios adecuados para el cliente teniendo en cuenta la relación de precio de insumos , mano de obra e impuestos.

7.-. Reconocer el buen desempeño de los trabajadores y propinarles incentivos.

8.-. Mejorar las expectativas de los clientes para posteriormente cumplirlas

9.-. Responder a la demanda actual del mercado , apoyados sobre el estudio de mercado.

INTEGRANTES DE LA EMPRESA

Nombres y Apellidos	Tipo Doc.		# Doc.	Celular	Correo Electrónico
	C.C	T.I			
Jacobo Martínez Buitrago		x	1092852039	3136468335	jmb282006 gmail.com
Juan esteban Tabares Montoya		x	1011089530	3194910197	elgueritojeje Gmail.com
Juan José Martínez Estrada		x	1091202853	3234127474	juanjosemartinezestrada2 gmail.com

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Justificación

la razón por la cual decidimos entrar en el campo de la moda, específicamente calzado, es muy básica, simplemente pensamos que al hacer un par de tenis personalizable, se abre un mundo de posibilidades para outfits o looks específicos, dado que el cliente escoge desde el color, estampado dibujado o pintado de sus zapatos incluso los materiales de los mismos.

2.2 Alcance

Llegaremos a cumplir nuestras metas por medio de innovación y desarrollo de nuevas estrategias de marketing enfocadas en nuestro campo de acción, pensamos enfocarnos en población de jóvenes, adultos jóvenes, y adultos

3. OBJETIVOS

3.1 General

incursionar en la industria de la moda y demostrar una calidad de primera tanto en servicio como en nuestros productos

3.2 Específicos

- ✓ -desarrollo en la personalización de tennis(buscando artistas adecuados para esto).gracias a la moda actual, tener una capacidad de producción grande para satisfacer la demanda actual
- ✓ -tener un sitio web y varias cuentas en las diferentes redes sociales, esto para personalizar tus tennis y para que cualquier persona pueda acceder a estos
    - tener un sitio web especializado para personalizar tus tennis y también en este dar

a conocer la calidad de nuestros productos y nuestra innovación en el mercado

4. MARCO DE REFERENCIA

- ✓ **Marco Teórico o Conceptual**

The Shoe Surgeon es una empresa americana de personalización de zapatos, muy reconocida fundada por Dominic Ciambrone alrededor de 2016 , esta pese a no ser pionera en el personalizado de zapatos , sí es la primera idea de negocio que es abierta al público. The Shoe Surgeon mantiene sus datos económicos e ingresos privados aunque varias veces su fundador ha dejado claro que la idea sí es rentable a corto y largo plazo y en un entorno comercial tan grande y competitivo al trasladarlo aquí , país en el que esta idea no se ha vuelto empresa , al menos en tan amplio espectro pues significaría rentabilidad aunque no a tan corto plazo pues las ideas nuevas no son fácilmente acogidas por la cantidad de personas con cultura más bien conservadora.

Nacionalmente no hemos encontrado proyectos con características similares al nuestro y por ende tampoco localmente.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación planeada para este proyecto se realiza básicamente analizando páginas web de empresas dedicadas a personalización de zapatos , averiguar sobre su estado en el mercado , su proyecto o plan de ventas. Simultáneamente investigar en la actualidad , las preferencias de las personas a nivel mundial , nacional , y local que nos permitan hacernos a una idea de qué vender . El precio se tiene en cuenta por la relación entre precio de insumos , maquinaria si es necesaria , mano de obra y un porcentaje que irá directamente a nosotros y al salario de nuestros trabajadores. La investigación se divide en unos momentos o etapas que son : Análisis, profundización y validación de utilidad de la información y finalmente el uso de la misma.

Esto permite que la investigación sea organizada y el manejo de información óptimo.

Método Cualitativo

Nos basamos en entrevistas a dueños de empresas de comercialización de moda y zapatos que nos permitan saber las preferencias de la población para tenerlo en cuenta en el proyecto. También se realizarán encuestas a clientes que nos permitan ver otro punto de vista para formar un concepto sobre lo que la gente quiere actualmente en el área de los tenis e incluso en entretenimiento de la vida cotidiana como shows de TV , series en plataformas virtuales , música o libros, esto para que la personalización sea lo más adecuada posible y tengamos materia de estudio por si un cliente demanda una personalización que tiene como tema algo que nosotros ya conozcamos mediante entrevistas , o que si no conocemos , la experiencia nos hará más fácil de lograr plasmar en nuestros pares personalizados.

Método Cuantitativo

Para el método cuantitativo haremos encuestas y cuestionarios que nos ayuden para lo mismo expuesto en el método cualitativo

6. ESTUDIO DE MERCADO

6.1 Matriz DOFA

Debilidades: -los tennis producidos por sneaker surgeon tienen un valor alto porque estos necesitan varios materiales para ser producidos, sumándole a esto su mano de obra -falta de personal, ya que no todo el mundo tiene la capacidad de pintar o dibujar -limitada capacidad de producción, porque hay poca maquinaria	Fortalezas: -innovación -calidad de materiales -atención de calidad -capacidad artistica
Oportunidades: -una gran demanda gracias a que en la actualidad los tennis son una moda -altos precios de la competencia -preciso justos -un mercado muy amplio ya que nos acoplamos al estilo de cada persona	Amenazas: -una competencia muy alta -bajas ventas, ya que al pasar por esta pandemia las personas intentan mas bajar sus gastos -no tener el suficiente capital para soportar la pandemia, ya que nuestra empresa al estar en sus inicios no tiene el suficiente dinero para aguantar este tipo de amenazas

6.2 Estrategias de MIX Mercado

ESTRATEGIAS DE PRODUCTO	
ESTRATEGÍA 1	Investigar las modas actuales y generar productos con temas actuales
ESTRATEGÍA 2	Combinar colores llamativos
ESTRATEGÍA 3	Crear un catálogo con todas nuestras opciones de personalización

ESTRATEGIAS DE PRECIO

ESTRATEGÍA 1	Hacer la relación lógica entre costo de producción y mano de obra para establecer una utilidad que nos favorezca
ESTRATEGÍA 2	Explicar la calidad de nuestros insumos para crear consciencia de la razón de los precios establecidos
ESTRATEGÍA 3	Lanzar pares de temporada que se adapten al tiempo del año indicado

ESTRATEGIAS DE PLAZA	
ESTRATEGÍA 1	Radicar nuestro local en un sitio de fácil acceso uy que sea vistoso
ESTRATEGÍA 2	Publicidad en sitios estratégicos de abundante afluencia de personas
ESTRATEGÍA 3	Repartición de volantes y usar a alguien que lleve puesto un producto nuestro para que llame la atención y genere intriga

En Colombia el mercado de zapatos ha ido en aumento , a la par con la globalización de las marcas gracias a los avances tecnológicos , por ejemplo , en 2003 cuando aún el acceso a información era complicado , las ventas en calzado en Colombia en dólares fue de 127 millones dólares , y en 2018 fue de 4830 millones de dólares , un crecimiento notable relacionado con la globalización , y cada vez son más las marcas reconocidas por su prestigio y calidad a través de los años , como es el caso de Adidas, Puma ,Nike entre otras marcas , y sólo una es reconocida por personalizar zapatos al gusto del consumidor , lo que hace que esta marca sea muy exclusiva y conocida , lo que hace que sea fácil incursionar en esa área del mercado , y también hace que la competencia sea casi nula , también dado que la marca es de otro país diferente a Colombia , y al no haber una empresa del estilo en Colombia , sería ahora el momento preciso para incursionar en el mercado de zapatos

7. CRONOGRAMA DEL PROYECTO

Actividades	Semana No. 1	Semana No. 2	Semana No. 3	Semana No. 4	Semana No. 5	Semana No.6	Semana No. 7	Semana No. 8	Semana No. 9	Semana No. 10	Semana No. 11	Semana No. 12	Semana No. 13	Semana No.14	Semana No.15	Semana No.16	Semana No.17	semana No.18
1. Definir el direccionamiento estratégico de la empresa. (misión, visión, valores y políticas empresariales)	X	X	X															
2. Realizar logan y slogan de la idea de negocio				X														
3. Realizar Glosario del plan de negocio					X													
4. Definición de objetivos organizacionales					X													
5. Planteamiento del Problema						X												
6. Definición de Alcance							X											

7. Estructura del Marco de antecedentes y conceptual							x	x	x									
8. Formular la matriz Dofa									x									
9. Desarrollo del Diseño metodológico - Encuesta										x	x	x	x					
10. Realización del Estudio de Mercado (Mix de Mercado)													x	x	x	x		
11. Desarrollo del plan administrativo - Organigrama												x						
12. Realizar presupuesto de los recursos necesarios para implementar la idea de negocio																x	x	
13. Realizar Conclusiones y Recomendaciones																	x	
14. Realizar Bibliografía																		x

8. ESTUDIO LEGAL

La empresa será regida por la figura jurídica de Sociedad Por Acción Simplificada, que está conformado por 3 accionistas que decidieron referirla bajo el nombre de “Sneaker Surgeon<rl S.A.S.

Los accionistas aportarán en partes iguales, una parte aportará el arrendo del local y la futura posibilidad de compra del local, otro aportará los aspectos técnicos específicos para la conformación del local como tal , y otro aportará el pago de procesos legales y salarios de los empleados.

Personalidad jurídica: Al ser una sociedad por acciones simplificada, una vez registrada mercantilmente, formará una persona jurídica diferente de sus accionistas.

Esta es una sociedad de capitales y su naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades predispuestas en el objetivo social; el domicilio fiscal será en el centro comercial portal del Quindío de armenia quindio.la empresa estará representada legalmete por el gerente.que de conformidad por las partes se ha determinado que la gerencia esta a cargo de una de los accionistas, lo cual quedara respaldado en el documento de constitución debidamente autenticado ante la notaria.

La sociedad por acciones simplificadas se constituirá mediante contrato o acto unilateral del documento privado, que será inscrito en el registro mercantil de la cámara de comercio y en el cual se estipulan los siguientes lineamientos a seguir:

-nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas
-razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificadas; o de las letras S.A.S.

-el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución

-el termino de duración, si este no fuera definido, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido

-una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, licita.

-el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor de nómina de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que se deberán pagarse

-la forma de administración y el nombre, documentó de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal

9. ESTUDIO FINANCIERO

VENTAS PROYECTADAS			
PRODUCTO/SERVICIO	**# REFERENCIA AÑO**	**PRECIO DE VENTA UNITARIO**	**VALOR TOTAL DE AÑO**
Air force one personalizables	240	300.000	72000000
Converse personalizables	360	200.000	72000000
Adidas Stan Smith personalizables	180	400.000	72000000
Jordan 1 personalizables	180	400.000	72000000
Jordan 1 low personalizables	300	350.000	105000000

VENTAS PROYECTADAS			
PRODUCTO/SERVICIO	**# REFERENCIA AÑO**	**PRECIO DE VENTA UNITARIO**	**VALOR TOTAL DE AÑO**
Air force one personalizables	31200%	333.000	103.896.000
Converse personalizables	468	222.000	103.896.000
Adidas Stan Smith personalizables	234	444.000	103.986.000
Jordan 1 personalizables	234	444.000	103.896.000
Jordan 1 low personalizables	390	388.500	151.515.000

VENTAS PROYECTADAS			
PRODUCTO/SERVICIO	**# REFERENCIA AÑO**	**PRECIO DE VENTA UNITARIO**	**VALOR TOTAL DE AÑO**
Air force one personalizables	406	369.630	150069780
Converse personalizables	608	246.420	149823360
Adidas Stan Smith personalizables	304	492.840	149823360
Jordan 1 personalizables	304	492.840	149823360
Jordan 1 low personalizables	507	431.235	218636145

Cargos	**#Cargos**	**salario**	**prestaciones sociales**	**total**
Jefe de Marketing	1	2'500.000	52%	3800000
Asesor de imagen	1	2'000.000	52%	3040000
Diseñador	1	2'000.000	52%	3040001
Costurero	1	1'172.000	52%	1781440
Pintor	1	1'172.000	52%	1781441
Total				13442882
				total
cargos	Año 1	# salarios	Inflación	Total
Año 1	13442882	12	11%	161314584,11
Año 2	161314584,11	12	11%	1935775009,43
Año 3	1935775009,43	12	11%	23229300113,27
total	25326389706,81			

cargos	#cargos	salario	prestaciones	total	
contador	1	400.000	52%	400.000	400.000
secretaria	1	1.172.000	52%	1.781.440	1.781.440
gerente	1	3.000.000	52%	4.560.000	4.560.000
total				6.741.440	6.741.440

cargos	Año 1	# salarios	Inflación	Total	
Año 1	6.741.440	12	11%	8.898.701	
Año 2	8.898.701	12	11%	11.746.285	
Año 3	11.746.285	12	11%	15.505.096	
total					

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La realización de este trabajo nos ha acercado un poco a la realidad de un emprendimiento, el trabajo que conlleva, el esfuerzo y las habilidades básicas necesarias para finanzas y contabilidad al menos para llevar un orden en algún negocio.

La interacción con personas que ya son emprendedoras de proyectos materializados evidencia el comportamiento del mercado local, comportamiento en el que influyen varios factores como la moda, el mercado global y demás. El pensar en la inmensidad de posibilidades que yacen en este mundo comercial es de lo más fascinante, hay muchas oportunidades pero que pese a parecer fáciles, en realidad llevan mucha dificultad pero que todo el proceso es enriquecedor.

Como recomendación podríamos decir que la innovación es lo más importante para triunfar en los negocios actuales, por difícil que sea pensar en algo diferente que no exista o modificar algo con el fin de suplir una necesidad, recomendamos también ponerle alma a esto al trabajo duro ya que sólo así se obtienen resultados.

11.BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

https://www.thesurgeon.com/

https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/visionempresarial/article/view/1024/2079

https://textilespanamericanos.com/textiles-panamericanos/2022/05/textiles-en-colombia/

https://www.larepublica.co/empresas/el-cambio-de-habitos-durante-la-pandemia-hizo-que-ventas-de-calzado-cayeran-31-7-3136405