

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**



**JOSEPH'S DESIGN**

**TRABAJO DE GRADO - EMPRENDIMIENTO**

**JOSE DAVID PAEZ**

**LAURA CAROLINA VALBUENA**

**BOGOTA**

**2019.**

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**



**JOSEPH'S DESIGN**

**TRABAJO DE GRADO - EMPRENDIMIENTO**

**JOSE DAVID PAEZ**

**LAURA CAROLINA VALBUENA**

**ANGELA PULIDO**

**ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**BOGOTA**

**2019.**

## TABLA DE CONTENIDO

Resumen-----	8
Palabras Clave-----	8
Abstract-----	9
Key Words -----	9
0. Resumen Ejecutivo -----	1
1. Descripción General Proyecto-----	3
1.1. Antecedentes -----	3
1.2. Misión -----	3
1.3. Metas Y Objetivos -----	3
1.4. Mercado Objetivo -----	4
2. Descripción De La Industria O El Sector -----	4
2.1 Fortalezas Y Competencias Básicas-----	5
3. Validación De La Oportunidad-----	6
3.1. Descubrimiento De La Oportunidad-----	6
4. Construcción Y Validación Del Mínimo Producto Viable-----	10
4.1. Validación Del Mercado-----	10
5. Producto Y/O Servicio-----	12
6. Plan De Marketing -----	14
6.1. Entorno Económico-----	14

6.2. Clientes-----	17
6.3. Competencia -----	18
6.4. Estrategia De Mercado-----	19
6.5. Presupuesto Promocional-----	20
6.6. Estrategia De Precio -----	20
6.7. Canales De Distribución -----	22
7. Plan Operacional-----	23
7.1. Pronóstico De Ventas-----	23
7.2. Producción-----	24
7.3. Localización-----	25
7.4. Requerimientos Físicos -----	25
7.5. Costos -----	26
8. Entorno Legal -----	29
8.1. Personal -----	29
8.2. Inventarios -----	30
8.3. Proveedores -----	30
9. Gestión Y Organización -----	31
9.1. Apoyo Profesional -----	32
10. Gastos De Inicio Y Capitalización-----	33
10.1 Plan Financiero -----	33
11. Riesgos Y Supuestos Críticos -----	36
11.1. Riesgos Y Supuestos-----	36
11.2. Beneficios A La Comunidad -----	37
12. Bibliografía-----	48

## LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1 Producto JOSEPH DESIGN. ....	13
Imagen 2 Logo .....	20
Imagen 3 Evaluación de desempeño 1 .....	39
Imagen 4 Evaluación de desempeño 2.....	40
Imagen 5 Evaluación de desempeño 3.....	41
Imagen 6 Evaluación de desempeño 4.....	42
Imagen 7 Manual 1 .....	43
Imagen 8 Manual 2 .....	45
Imagen 9 Manual 3 .....	46
Imagen 10 Manual 4 .....	47

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Pronóstico de ventas .....	24
Tabla 2 Punto de equilibrio en COP .....	27
Tabla 3 Punto de equilibrio en unidades.....	28
Tabla 4 Plan financiero .....	34
Tabla 5 Estado de ganancias.....	34
Tabla 6 Indicadores.....	35
Tabla 7 Evaluación .....	35
Tabla 8 Costos.....	36

## LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1 Frecuencia de compra .....	8
Gráfica 2 Fin de realización de la compra .....	8
Gráfica 3 Tipo de confecciones .....	9
Gráfica 4 Disposición de compra.....	9
Gráfica 5 Características al realizar la compra .....	10
Gráfica 6 Ventas moda.....	16

## **Resumen**

Joseph´s Design es un emprendimiento que se crea luego de hallar las oportunidades de un mercado no atendido por la empresa textiles Daltex SAS. La empresa Daltex SAS es una empresa del sector textil, familiar del emprendedor José David Páez, con muchos años de trayectoria en el mercado. Se pudo identificar que varios de los clientes de la misma estarían dispuestos a comprar productos terminados. Por esta razón con la colaboración de Laura Carolina Valbuena nace Joseph Design, la cual decide lanzarse al mercado con una línea exclusiva de lencería para el hogar no solo dirigida para los actuales clientes sino también busca nuevos clientes como restaurantes y hoteles.

**Palabras Clave:** Emprendimiento, sector textil, productos para el hogar, lencería para el hogar.

## **Abstract**

Joseph's Design is an entrepreneurship that is created after finding the opportunities of a market not served by the textile company Daltex SAS. The company Daltex SAS is a company in the textile sector, familiar from the entrepreneur José David Páez, with many years of experience in the market. It was possible to identify that several of its clients would be buy finished products. For this reason, with the collaboration of Laura Carolina Valbuena, Joseph Design was born, which decides to launch the market with an exclusive line of lingerie for the home not only aimed at current customers but also seeks new customers such as restaurants and hotels.

**Key words:** Entrepreneurship, textile sector. home products, lingerie for home

## 0. Resumen ejecutivo

Joseph design es una empresa manufacturera del sector textil encargada de transformar materias primas (textiles) en artículos novedosos. La empresa ofrece una línea especializada en productos para el hogar: manteles, servilletas, sábanas, cubre lechos, duvets y toallas. Joseph design es una empresa que se caracteriza por ser amigable con el medio ambiente, gran parte de sus telas son ecológicas y además son inteligentes, en algunos casos tienen un sistema antiadherente, otras cuentan con un sistema de absorción rápida y también las telas que mantiene fresca la temperatura al contacto con la piel. La empresa nace a partir de las necesidades insatisfechas de una serie de clientes de la empresa textiles Daltex S.A.S principal proveedor de materias primas.

El objetivo principal de este proyecto es ofrecerles a los clientes actuales y/o clientes potenciales un producto terminado a un excelente precio y excelente calidad. Los líderes de este proyecto son José David Páez Alba estudiante de décimo semestre de administración de empresas de la Universidad del Rosario, el cual en los últimos años ha trabajado en la empresa familiar textiles Daltex SAS, aprendiendo los diferentes procesos y liderando proyectos, por otra parte Laura Carolina Valbuena estudiante de décimo semestre de la universidad del Rosario, la cual cuenta con experiencia en las áreas de mercadeo y comercial gracias a su empleo en su empresa familiar Industrias Cruz y en Abbott Colombia.

*“El sector textil según la Cámara de Comercio de Medellín, en Julio del 2017 se liquidaron tan solo 36 empresas textiles, con 755 millones de pesos, mientras que se constituyeron 190, y si les añades a estas últimas aquellas empresas que aumentaron su capital, el número ascendería a*

*las 218, las cuales facturaron un total de 17.306 millones de pesos*". Como el sector textil es tan grande y se divide en diferentes categorías el objetivo principal es en los dos primeros años lograr en el mercado una participación con unas ventas anuales de 20 millones de pesos.

Los recursos con los que se iniciara el proyecto son 15.000.000 de pesos los cuales serán financiados por Textiles Daltex SAS, los cuales incluyen el alquiler del área dentro de la planta, un encargado de la producción y materiales.

## **1. Descripción general proyecto**

### **1.1. Antecedentes**

Este proyecto comienza gracias a la idea de atender las necesidades insatisfechas de algunos de los clientes de Textiles Daltex SAS, entrando a nuevos mercados con ideas innovadoras y compitiendo con precios en un mercado bastante competitivo y exigente como lo es la fabricación y confección de ropa de cama. La competencia textil proveniente de países como a la China se ha convertido en una gran amenaza para la producción nacional.

### **1.2. Misión**

*“Ser reconocidos por nuestros clientes como una empresa que entrega productos de excelente calidad, con características únicas, amigables con el medio ambiente, a un precio bajo y en menores tiempos”.*

### **1.3. Metas y objetivos**

- Tener una participación en el sector textil del 0,10% para los primeros cinco años de funcionamiento.
- Ventas superiores a 20 millones de pesos.
- Contar con punto de venta abierto al público en la fábrica de producción en textiles Daltex SAS.
- Tener cobertura completa a nacional por medio de la atención y demás recursos virtuales.

- Ser la opción número 1 de clientes potenciales tales como restaurantes, hoteles, tiendas para el hogar y almacenes de ropa masculina.
- Para su primer año en ventas Joseph Design espera vender alrededor de 18 millones de pesos.

#### **1.4. Mercado objetivo**

Joseph Design quiere llegar a los clientes actuales que les interesa tener un producto terminado y abarcar nuevos clientes que les interesen productos con alta calidad, características especiales a precio bajo.

## **2. Descripción de la industria o el sector**

Actualmente la industria textil vende alrededor de 16,000 billones de pesos, este sector en los últimos años se ha visto afectado debido a las importaciones realizadas desde Asia, el gobierno decidió tomar serias medidas de protección con aranceles lo cual favorece a los empresarios del sector ya que las condiciones de competencia son más justas. Es una industria que se encuentra en grandes procesos de innovación la cual también tiene un crecimiento del 6%. Gracias a lo mencionado anteriormente Joseph Design se encuentra preparado para competir con precios, además cuenta con la tecnología de producción que entrega productos innovadores, de alta calidad y en menores tiempos.

El sector textil colombiano durante los últimos años ha venido presentando bastantes complicaciones debido a la competencia que viene desde la China, ya que son productos a muy bajo precio pero que su calidad es muy inferior a la nacional. El gobierno se ha puesto en la tarea

de bloquear todo tipo de importaciones ilegales al país a través de diferentes estrategias comerciales como el aumento del arancel. Actualmente el sector se fundamenta en pocas empresas fabricantes de productos nacionales, entre ellas Fabricato, Protela, Toptex, Textiles Romanos y la empresa Textiles Daltex SAS, sobre la cual se basa el proyecto.

La empresa inicia con una razón social llamada Textiles Dakhris en una bodega pequeña en la zona industrial de los álamos, ubicada en la ciudad de Bogotá, donde inicialmente contaba con 5 telares y tan solo 12 empleados de nómina. Con el tiempo la empresa fue creciendo, fue abriendo nuevos mercados, buscando nuevas alternativas de negocio y al cabo de 6 años, la desintegración de Textiles Dakhris, lleva al nacimiento de una nueva empresa llamada Fabrica de Textiles Daltex S.A.S. a través de su fundador José Romaldo Páez, en el año 1980. Actualmente la empresa Daltex S.A.S. cuenta con más de 70 empleados, manteniéndose por más de 25 años, pese a sus competidores, ofreciendo productos de óptima calidad, a sus clientes, que entre estos se encuentran Vélez, Alkosto, Camisería Europea, Armada Nacional, Justo y Bueno, Carulla, entre otras.

La empresa día a día busca lograr posicionarse en mercados internacionales, incentivar la producción y por lo tanto generar más empleo. Es de vital importancia mantenerse dentro del mercado, generando nuevas propuestas, creando nuevos diseños e innovando en maquinaria y en procesos para así sobresalir en diferentes países e impulsar sus productos en el exterior, a pesar de ser una industria con muchos competidores.

## **2.1 Fortalezas y competencias básicas**

En Joseph Design contamos con la ventaja que nuestro proveedor nos da los insumos a costo muy bajo por lo cual podemos ofrecer precios muy competitivos, bajos, además contamos con

telas que son ecológicas y amigables con el medio ambiente, son inteligentes, por otro lado, contamos con un sistema de producción rápida la cual nos permite tener tiempo de entrega muy cortos.

**2.1.2. Licencias o permiso.** La empresa textil Daltex SAS cuenta con todos los permisos de producción de textiles los cual nos permite realizar en la misma los productos y sus respectivos procesos.

**2.1.3. Forma jurídica.** Se ha decidido que el propietario único de Joseph Design será José David Páez y figura jurídica ya que a futuro él será el mismo propietario de la empresa textiles Daltex SAS principal proveedor.

### **3. Validación de la oportunidad**

#### **3.1. Descubrimiento de la oportunidad**

La industria de la lencería para hogar es muy competitiva a nivel nacional, si no mundial, sin embargo, por ser un producto de bastante movimiento se deja de lado la calidad, no se identifica el precio con este concepto. Las marcas de sabanas más importantes del mundo ofrecen altos estándares, los cuales no permiten que este mercado se masifique a las clases menos favorecidas, ya que los productos chinos, sobre todo, afectan en gran medida el mercado, ya que se necesita tener una ventaja competitiva muy importante, la persona de a pie lo que busca es la comodidad económica y por ello se somete a la baja calidad de los productos importados.

Dentro del nicho de mercado se encuentran los hogares tradicionales y los hoteles y restaurantes cercanos al punto de fabricación y venta, se identificó que si se ofrece una buena

calidad, se está dispuesto a subir el precio pagado por el artículo, es de esta manera que surge la iniciativa de crear un producto, que aun cuando ya existe en el mercado y con altísima competencia nacional e internacional, sea una verdadera solución al cliente final.

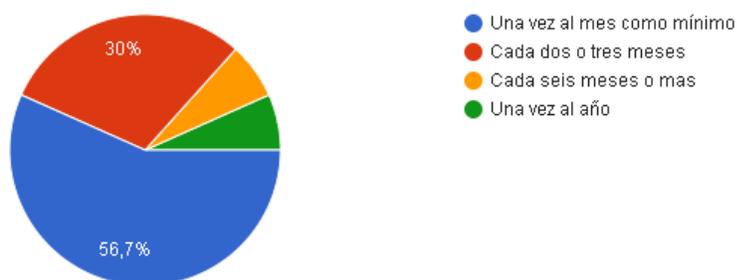
Partiendo que todos los hogares y servicios donde hay habitación, usan los productos para cubrir la cama, como son las sábanas, y los restaurantes usan mucho la corsetería en la armonización de sus ambientes, con el objetivo de captar clientes y de cumplir con las normas sanitarias y gastronómicas, se puede evidenciar que la rotación de estos productos es buena, ya que hacer productos de calidad no hace que se detenga el mercado, al contrario deseando hacer el cambio de sus productos tradicionales a un producto que le genere un valor agregado como es la duración, la presentación y al final el ahorro en gastos ocultos y fidelización. Cada uno de los productos definidos en este proyecto está pensado sobre la base de la comodidad y el justo balance de precio oportunidad, lo cual hace que sea un mercado de mucho crecimiento.

No es un mercado seccional, ya que el impacto que tienen los productos sobre la comunidad son tan amplios que el voz a voz se convierte en uno de los medios más poderosos en el conocimiento del producto, ahora con la incursión de las redes sociales, el mercadeo se convierte en una herramienta fundamental, ya que ofrecer un producto de gran movimiento por medios masivos no genera el impacto necesario para el éxito del producto, sin embargo, al iniciar con los puntos de venta y los clientes de Daltex, que ya conocen la tela como producto fundamental, han hecho énfasis en la calidad del producto y la pregunta de sus clientes finales de productos como este. Básicamente recogiendo estas necesidades de los actuales clientes es que sustenta esta oportunidad.

En medio de la comercialización, como productor, de telas de alta calidad, los clientes a quien se distribuye el producto cuestionan sobre la bondad que estos tendrían al crear una línea de productos terminados.

### ¿ Con que frecuencia compra en Daltex S.A.S?

30 respuestas

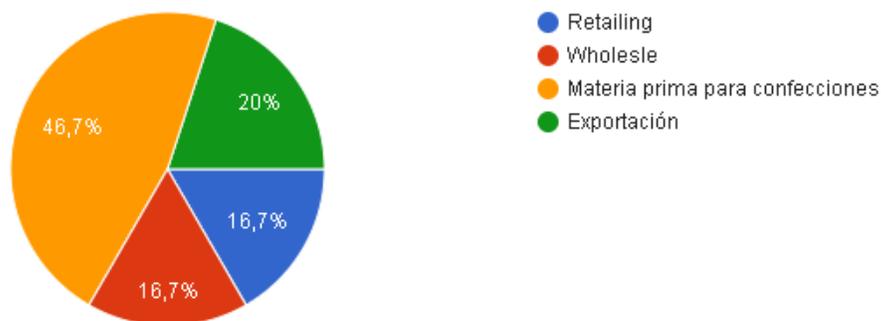


### Gráfica 1 Frecuencia de compra

Fuente (Elaboración propia en base a encuesta realizada a clientes potenciales de textiles Daltex SAS)

### ¿Con que fin realiza usted la compra de textiles?

30 respuestas

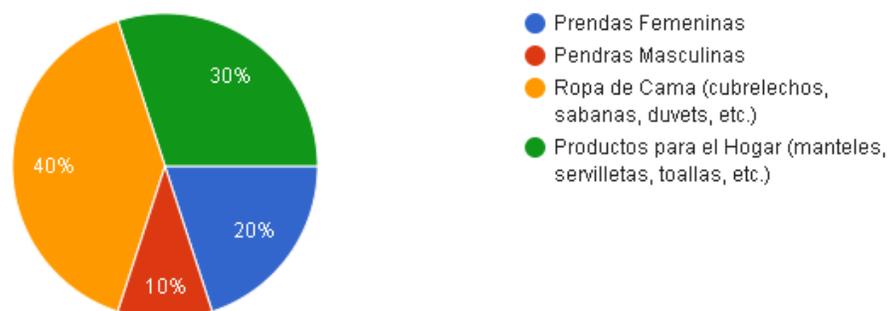


### Gráfica 2 Fin de realización de la compra

Fuente (Elaboración propia en base a encuesta realizada a clientes potenciales de textiles Daltex SAS)

## ¿Que tipo de confecciones hace luego de realizar la compra?

30 respuestas

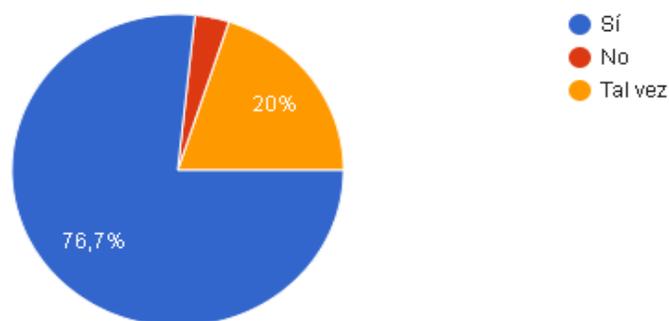


**Gráfica 3** Tipo de confecciones

Fuente (Elaboración propia en base a encuesta realizada a clientes potenciales de textiles Daltex SAS)

## ¿Si una empresa le ofreciera alguno de estos productos terminados estaría dispuesto a comprarlo?

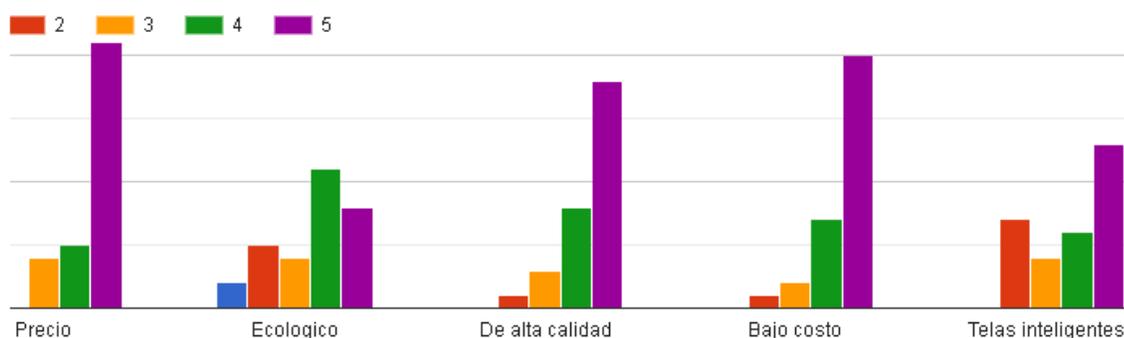
30 respuestas



**Gráfica 4** Disposición de compra

Fuente (Elaboración propia en base a encuesta realizada a clientes potenciales de textiles Daltex SAS)

Ordene las siguientes características en el orden que tiene en cuenta en realizar la compra:



**Gráfica 5 Características al realizar la compra**

**Fuente (Elaboración propia en base a encuesta realizada a clientes potenciales de textiles Daltex SAS)**

## 4. Construcción y validación del mínimo producto viable

### 4.1. Validación del mercado

El 100% de las camas de los hogares, hospitales y hoteles usan las sábanas, los restaurantes usan manteles, individuales, servilletas, limpiadores y demás artículos que son necesarios para el desarrollo normal de su actividad, de allí podemos deducir que si en Bogotá hoy en día la población es alrededor de 7,181 millones de habitantes, con 1.978.528 hogares, y si asumimos que en promedio hay dos personas en una cama, la cantidad de camas sería de 3.515.000, según el nicho de negocio serían las localidades de Engativá y Fontibón el grupo inicial, que representa el 6,87%

de hogares, con lo cual el número de camas sería de 241.658 unidades de sabana a vender, de estas se pretende abarcar el 1% del mercado lo cual nos permite tener una visión de alrededor de 2416 oportunidades de venta de sabanas.

En el 75% de los hogares existen dos juegos de sabanas para poder hacer el cambio, esto supone un mercado de 4832 unidades, si cada mes se hace un cambio de sabanas en cada cama, el producto se viabiliza, ya que la calidad de la tela para soportar el uso normal y además el lavado de forma permanente, exige una alta calidad de la tela, es allí donde se encaja con la producción industrial, para los hoteles, ya que allí en promedio, de acuerdo con el tipo de hotel, se incrementa el período de lavado y por supuesto la disminución de la vida útil de las sabanas, ya que se puede pasar a lavado diario y hasta a lavado por horas de servicio.

Ya establecida la viabilidad del producto, con el estudio realizado, se realizan los cálculos de costos y gastos del producto, descritos en el estudio financiero más adelante, con lo cual se establece que un producto a precio de mercado es muy competitivo, al hacer el producto en nuestra compañía, ya que los costos finales incluidos los gastos dan par que haya una TIR (tasa interna de retorno) del 59.37%, esto nos quiere decir que el producto no es solo viable comercialmente si no que es viable y factible financieramente, ya que en menos de tres años, se ha pagado la inversión, se han consolidado los clientes y se han podido desarrollar diferentes modelos de negocio para diversificar e innovar en este mercado.

Para que el modelo funcione se debe hacer la venta de 280 unidades de los productos ofertados, ya que de esta manera se asegura la estabilidad financiera del negocio, el punto de equilibrio se establece, de acuerdo a los cálculos de costos y gastos en 445 unidades vendidas, con lo cual estamos dando una eficiencia inicial del 62%, lo cual da una margen de maniobra

importante para la estabilidad de la operación, el precio de venta establecido de 65.000 COP, está dentro del mercado como uno de los precios más bajos, pero la calidad de la competencia es mucho menor, con lo cual haremos que migren los compradores potenciales hacia nuestro producto.

La percepción, en general, es que los productos extranjeros son más baratos, pero de menor calidad, por ello los procesos de fabricación de nuestros artículos se harán con la más detallada calidad y optimizando los procesos con lo cual se garantiza el buen producto, la competitividad en precio final, la oportunidad de las entregas.

## **5. Producto y/o servicio**

Joseph design cuenta con una línea de productos dirigida al hogar, esta línea se divide en sub-líneas una que se enfoca en todos los productos para el comedor, otra para el lugar de descanso y baño.

- Comedor: Manteles, individuales y servilletas. Estas se caracterizan por tener un sistema antiadherente, secado rápido, con un gran tiempo de durabilidad lo cual permite un uso por largos periodos de tiempo. Estos productos son elaborados con telas ecológicas.
- Descanso y baño: Sábanas, cubre lechos, duvets y toallas. Los productos para el lugar de descanso se caracterizan por contar un nivel de suavidad superior, son antiadherentes para un lavado fácil, su nivel de durabilidad en el tiempo lo hace único y además cuenta con sistema que permite sentir una sensación de frescura al contacto con la piel. Las toallas por otra parte cuentan con sistema de rápida absorción, rápido secado, suaves con la piel y alta calidad.

Todos estos productos cuentan con un tiempo de entrega corto dependiendo la cantidad, además cuentan con garantía de 6 meses luego de la compra. La atención del servicio es personalizada de acuerdo con la necesidad del cliente, todos los productos están sujetos a cambios de acuerdo con la misma.



**Imagen 1 Producto JOSEPH DESIGN.**  
**Fuente (Elaboración propia)**

## 6. Plan de marketing

### 6.1. Entorno económico

En este mundo globalizado es muy importante establecer las condiciones a las que nos vamos a enfrentar en el momento de emprender, es de esta manera que aun cuando se dice que la importación de productos chinos es una desventaja, por la baja calidad y el costo también bajo de la mano de obra, la masificación de la producción y las ventajas arancelarias de las empresas, la verdad es que el precio del dólar es muy influyente en la decisión de hacer importaciones de este tipo de productos, ya que para que sean viables se traen productos de calidad muy baja y es allí cuando la economía de las familias consumidoras se ve afectada, dando un giro del entorno microeconómico y por ende la oportunidad de negocio.

A continuación, se establecerá como se encuentra el entorno económico de las empresas textiles en Colombia.

**6.1.1. Mercado textil.** “La industria textil y confección en Colombia cuenta con más de 100 años de experiencia y una cadena de producción consolidada y experimentada, tiene un excelente posicionamiento en la región por su calidad, mano de obra y diseños exclusivos, esto sumando a su red de tratados y posición estratégica lo hace una plataforma exportadora ideal para aquellas empresas que quieren ampliar sus operaciones en América latina.

El sector es uno de los más dinámicos de la economía colombiana, en 2017 el sector Textil – Confección representó el 6% del PIB industrial. Se estima que la producción de confecciones proporciona cerca del 70% del empleo de la cadena.

La oferta se caracteriza por su diversidad de productos, actualmente se producen y exportan productos como Jean's, ropa interior femenina y masculina, ropa de hogar, fajas y ropa de control, ropa formal, suéteres, vestidos de baño femeninos y masculinos, calcetería, ropa de bebe /infantil, ropa deportiva, uniformes, ropa casual, calzado, manufacturas de cuero, joyería y bisutería entre otros.

El sector de Textil-Confección es uno de los sectores prioritarios. A través del Programa de Transformación Productiva del Gobierno, se busca potencializar la tecnificación de los procesos productivos que fortalezcan la actividad de la cadena Sistema Moda y aumente las exportaciones hacia otros mercados; con productos de valor agregado y con características funcionales e innovadoras.

El sector cuenta con entidades de apoyo para el sector como el Clúster Textil y Confección, la Cámara sectorial de la ANDI, Inexmoda, ProColombia, PTP, Sena, entre otros.”

*“Creciente demanda de textiles, las importaciones de esta categoría aumentaron a una tasa del 49% entre 2010 y 2012, para suplir los requerimientos del mercado local y oferta exportable de bienes terminados hacia principales socios comerciales como Estados Unidos, México y Ecuador.”*



**Gráfica 6 Ventas moda**

**Fuente (Euromonitor internacional 2014, cálculos PROEXPORT COLOMBIA)**

*“El Gobierno Nacional informó este miércoles que tiene listo un paquete de medidas para seguir protegiendo e impulsando el sector textil y de confecciones en todo el país.*

*Las acciones incluyen información más detallada en los registros de importación; garantía de permanencia de las etiquetas; reducción de aranceles para hilados que no afecten la industria nacional; controles aduaneros adicionales y más estrictos para textiles, hilos, fibras y ropa de hogar.*

*Así lo establecen los proyectos de decretos y resoluciones que, de acuerdo con la ley, se publican en la página web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para comentarios de los interesados.”*

El mercado de la industria textil representa aproximadamente el 6% del PIB de Colombia, lo que hace referencia alrededor de 17 - 18 billones de pesos, con el apoyo de textiles Daltex SAS. Esperamos lograr tener en conjunto una participación en el mercado en menos de 5 años de 0,25%. Además, gracias a este apoyo se logrará tener la capacidad competitiva de salir al mercado con tecnología de última mano además de procesos innovadores que disminuyen los costos.

## **6.2. Clientes**

Joseph Design cuenta con dos estrategias de venta para sus productos, la primera va dirigida a clientes actuales y futuros que compran en volumen, es decir, clientes ya existentes que compran materia prima en textiles Daltex SAS y están interesados en adquirir productos terminados. Dentro estos clientes existen algunos potenciales que son hoteles pequeños y medianos al igual que restaurantes. Por otra parte, dentro este grupo de clientes están los interesados en realizar reventa los productos.

En la identificación de oportunidades se logró encontrar que también hay un potencial en clientes en los que utilizan el comercio online, por medio de este es mucho más económico brindarles a las personas los productos y tener una venta personalizada.

En principio por el tipo de inversión que tiene Joseph Design su cobertura será únicamente a nivel Cundinamarca, específicamente la ciudad de Bogotá ya que una de las estrategias es ofrecerle el producto en el menor tiempo y con el menor precio razón por la cual aún no se cuenta con las herramientas necesarias para ampliar la misma.

Durante la investigación se logró identificar que la mayoría de las personas que están en interesadas en estos productos son personas que superan los 30 años, en la mayoría mujeres razón por la cual la venta se realiza a través de la página web con publicidad en google Adwords.

### **6.3. Competencia**

- Cubre lechos.
- Sábanas.
- Duvets.
- Manteles.
- Servilletas.
- Toallas.

#### ***Venta directa o a clientes en volumen:***

- Textiles Romanos.
- Top Tex.
- Teji procesos.

Estos son nuestros principales competidores ya que también utilizan la estrategia de precio bajo, cuentan con punto de venta en fábrica y además al igual que Joseph Design comparte los principales clientes a la hora de insumos y producto terminado.

- Brissa
- Falabella
- Lineo
- Mercado libre
- Distri Hogar

En la venta por detal y comercio electrónico estos son nuestros principales competidores. Cuentan con distribución a nivel nacional a diferencia de Joseph Design pero sus niveles precios y costos de envío son más altos que los nuestros.

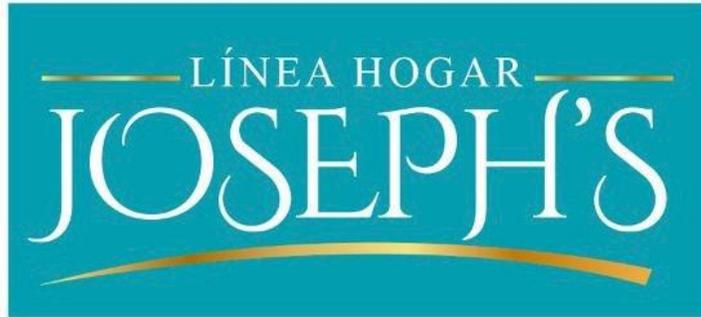
## **6.4. Estrategia de mercado**

**6.4.1. Promoción:** Los clientes tendrán un conocimiento de Joseph Design por medio textil Daltex SAS ya que será un ofrecimiento de productos terminados a clientes actuales. Los clientes que aún no conocen de nuestro porfolio tales como hoteles y restaurantes serán visitados para la presentación de la nueva propuesta.

**6.4.2. Los usuarios** finales/clientes serán se enterarán de los productos a través del comercio virtual pautando en avisos como google adwords.

**6.4.3. Publicidad:** Joseph Design estará presente en las principales Ferias de emprendimiento a nivel nacional. También estará presente en las ferias más importantes del sector textil. La manera de promocionar su comercio virtual es por medio de google adwords. Contará con catálogos para visita de sus clientes potenciales.

Joseph Design quiere ser percibido como el mejor aliado a la hora de pensar en comprar un producto para el hogar o negocio. Estos productos son producidos con telas inteligentes, de alta calidad, ecológicas y aun precio muy bajo. Los pedidos grandes en volumen serán entregados en menores tiempos de entrega y serán personalizados de acuerdo a la necesidad del cliente.



**Imagen 2 Logo**  
**Fuente (Elaboración propia)**

### **6.5. Presupuesto promocional**

- Google Adwords funciona por cada clic que la persona hace al anuncio, el presupuesto mensual que se tiene previsto para los primeros meses de funcionamiento es pequeño, alrededor de 200,000 COP mensuales.
- El costo de los catálogos es 250,000 pesos anuales.
- La participación en las ferias de emprendimiento, en su mayoría son gratuitas.
- Las ferias importantes del sector tienen un costo aproximado de COP1,500,000 el stand.

### **6.6. Estrategia de precio**

Nuestros productos van a entrar a competir bajo la estrategia de la “experiencia”, puesto que no pretendemos vender un producto masivo, sino al contrario se enmarca una relación estrecha entre las sensaciones y el costo, dando un precio de venta competitivo, que está entre los más económicos, pero de una altísima calidad, de esta manera y estudiando los precios de venta del mercado se puede establecer que el precio de nuestros productos queda establecido en 65.000 COP,

en el mercado existe gran variedad de precios, que oscilan entre 55.000 y 400.000 COP, por ello con la calidad de una tela de 400.000 COP y un precio bajo podemos ponernos a la vanguardia de los productores y comercializadores de estos productos. La competencia no pondrá resistencia en la incursión del mercado, ya que es tan grande el nivel a cubrir que apenas un 6% aproximadamente de la población de la ciudad es muy imperceptible, como para que tomen medidas de control de mercado y se nos pueda convertir en una berrera de entrada difícil de sortear.

El precio de venta se toma basado en el precio de la materia prima, la cual hemos explicado que como se es productor directo sale a precio de costo, el precio de la mano de obra para este tipo de productos es muy bajo, ya que los procesos a realizar son muy sencillos y no requiere de grandes procedimientos, que son las barreras más importantes del costeo de un producto, pues la mano de obra extranjera, especialmente de china, no hace que haya poder de competencia.

El costo del producto al final del ejercicio se establece alrededor de 33.000 COP, con lo que se establece el precio de venta en 65.000 COP, dando así una utilidad del 57% aproximadamente, con esto garantizamos que el producto tiene un precio de venta que en un momento dado de negociación, puede tener un margen de maniobra competitivo y que marca a los productos como favorables a la hora de competir en un proceso de compra, ya que es el mejor producto del precio y a la hora de establecer una competencia con los de mayor precio la calidad es muy similar.

Al inicio de la operación se ha contemplado la venta a crédito hasta en un 60%, siendo conscientes que con el 40% de ventas de contado se mantiene el flujo de caja necesario para la operación y con las ventas a crédito se fideliza a los clientes y se contribuye a la utilidad deseada.

- **Distribución:** La ubicación es un factor muy importante la hora de distribución, por eso para comenzar hemos decidido que las ventas se harán solo en Cundinamarca específicamente en Bogotá, ya que los pedidos se entregarán por medio de los camiones de textiles Daltex SAS. Teniendo en cuenta que una de nuestras ventajas competitivas es el tiempo de entrega por eso hasta que no se cuente con mayor cantidad de herramientas no se ampliará la cobertura.
- El punto de venta se encuentra dentro de la fábrica ubicado en la zona industrial, este es un punto estratégico que las personas pueden visitar cuando buscan comprar productos ya elaborados a bajo precio con el mismo nivel de calidad.

La mayoría de las fábricas del sector textil se encuentran en el sector industrial, también se encuentran en el barrio Alquería al igual que a las afueras de la ciudad. Desde este punto de vista se cuenta con ventajas competitivas similares, muchas de estas no cuentan con canal digital en cual Joseph Design incursionara. Cerca de la zona industrial hay muchos hoteles y restaurantes los cuales son clientes a conquistar.

### **6.7. Canales de distribución**

La venta se realiza de manera directa por tres canales:

- Punto de venta ubicado en la fábrica Daltex textiles SAS. Allí hay productos ya elaborados, unitarios.
- Página web, se realizan despachos a Bogotá y municipios aledaños (Cundinamarca). Son productos ya elaborados, unitarios con stock en la fábrica.

- Venta por catálogo, satélite, a clientes actuales de textiles Daltex SAS y futuros clientes hoteles y restaurantes. Estas visitas a los clientes se realizan en un principio por José David Páez y Laura Carolina Valbuena. Se tiene planeado a medida que crezca el proyecto contratar un representante.

## **7. Plan operacional**

### **7.1. Pronóstico de ventas**

El pronóstico de ventas se elabora mediante una matriz empresarial que calcula las proyecciones financieras de las empresas, con lo cual se pueden establecer los planes de acción para que las metas se puedan recrear y de esta manera colocar los indicadores por áreas definidos para el logro de las metas calculadas.

Esta calculadora financiera consiste en la alimentación de los datos establecidos durante el desarrollo de este trabajo, la cual nos da la proyección mes a mes de los ingresos y egresos, lo cual permite establecer la meta de ventas y los costos y gastos definidos.

	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	2020 Acumulado
<b>JOSE DAVID PAEZ</b>											
<b>Estado de Resultados:</b>											
											\$105.048.917
<b>Ingresos:</b>											\$157.573.376
<b>Nacional:</b>	1,0065	1,06689	1,06689	1,06689	1,0065	1,0065	1,0065	1,056825	1,056825	1,056825	
Ingresos por productos	\$18.437.369	\$19.670.645	\$20.986.414	\$22.390.195	\$22.535.731	\$22.682.214	\$22.829.648	\$24.126.943	\$25.497.956	\$26.946.878	\$262.622.293
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$18.437.369</b>	<b>\$19.670.645</b>	<b>\$20.986.414</b>	<b>\$22.390.195</b>	<b>\$22.535.731</b>	<b>\$22.682.214</b>	<b>\$22.829.648</b>	<b>\$24.126.943</b>	<b>\$25.497.956</b>	<b>\$26.946.878</b>	<b>\$262.622.293</b>
<b>Egresos:</b>											
Gastos fijos	\$2.741.804	\$2.752.771	\$2.763.782	\$2.774.837	\$2.785.936	\$2.797.080	\$2.808.268	\$2.819.501	\$2.830.779	\$2.842.103	\$33.367.741
Sueldos y salarios	\$12.322.242	\$12.396.239	\$12.475.185	\$12.559.412	\$12.568.144	\$12.576.933	\$12.585.779	\$12.663.617	\$12.745.877	\$12.832.813	\$150.349.338
Gastos Variables	\$11.497.332	\$12.187.172	\$12.918.402	\$13.693.506	\$13.693.506	\$13.693.506	\$13.693.506	\$14.378.182	\$15.097.091	\$15.851.945	\$159.698.813
Otros (Glos de Venta, etc.)											\$0
<b>Total costos</b>	<b>\$26.561.378</b>	<b>\$27.336.181</b>	<b>\$28.157.369</b>	<b>\$29.027.755</b>	<b>\$29.047.587</b>	<b>\$29.067.519</b>	<b>\$29.087.554</b>	<b>\$29.861.300</b>	<b>\$30.673.748</b>	<b>\$31.526.861</b>	<b>\$343.415.892</b>
<b>Ebitda</b>	<b>-\$8.124.009</b>	<b>-\$7.665.537</b>	<b>-\$7.170.955</b>	<b>-\$6.637.560</b>	<b>-\$6.511.855</b>	<b>-\$6.385.306</b>	<b>-\$6.257.905</b>	<b>-\$5.734.357</b>	<b>-\$5.175.791</b>	<b>-\$4.579.983</b>	<b>-\$80.793.599</b>
Depreciación y Amortización	\$77.482	\$77.482	\$77.482	\$77.482	\$77.482	\$77.482	\$77.482	\$77.482	\$77.482	\$77.482	\$929.780
<b>Utilidad (perdida) de Operación</b>	<b>-\$8.046.527</b>	<b>-\$7.588.055</b>	<b>-\$7.093.473</b>	<b>-\$6.560.078</b>	<b>-\$6.434.373</b>	<b>-\$6.307.824</b>	<b>-\$6.180.424</b>	<b>-\$5.656.875</b>	<b>-\$5.098.310</b>	<b>-\$4.502.501</b>	<b>-\$79.863.819</b>
Gastos financieros corto plazo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Gastos financieros largo plazo	-\$684.234	-\$684.234	-\$684.234	-\$684.234	-\$684.234	-\$684.234	-\$684.234	-\$684.234	-\$684.234	-\$684.234	-\$8.210.805
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>-\$8.730.761</b>	<b>-\$8.272.289</b>	<b>-\$7.777.707</b>	<b>-\$7.244.312</b>	<b>-\$7.118.607</b>	<b>-\$6.992.058</b>	<b>-\$6.864.658</b>	<b>-\$6.341.109</b>	<b>-\$5.782.543</b>	<b>-\$5.186.735</b>	<b>-\$88.074.624</b>
ISR (35%)	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
PTU (10%)	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Utilidad (pérdida neta)</b>	<b>-\$8.730.761</b>	<b>-\$8.272.289</b>	<b>-\$7.777.707</b>	<b>-\$7.244.312</b>	<b>-\$7.118.607</b>	<b>-\$6.992.058</b>	<b>-\$6.864.658</b>	<b>-\$6.341.109</b>	<b>-\$5.782.543</b>	<b>-\$5.186.735</b>	<b>-\$88.074.624</b>
<b>Margen de utilidades netas:</b>	<b>-47,35%</b>	<b>-42,05%</b>	<b>-37,06%</b>	<b>-32,35%</b>	<b>-31,59%</b>	<b>-30,83%</b>	<b>-30,07%</b>	<b>-26,28%</b>	<b>-22,68%</b>	<b>-19,25%</b>	<b>-33,54%</b>

<b>JOSE DAVID PAEZ</b>											
<b>Balance General</b>											
<b>Activo circulante</b>											
Caja y bancos	-\$18.728.500	-\$28.396.848	-\$37.623.410	-\$46.322.200	-\$54.140.374	-\$61.832.602	-\$69.441.121	-\$77.218.772	-\$84.485.010	-\$91.156.102	-\$99.140.976
Cientes	\$11.062.421	\$11.802.387	\$12.591.848	\$13.434.117	\$13.521.439	\$13.609.328	\$13.697.789	\$14.476.166	\$15.298.774	\$16.168.127	\$16.300.166
Inventarios	\$2.950.597	\$3.147.962	\$3.358.529	\$3.380.360	\$3.402.332	\$3.424.447	\$3.619.041	\$3.824.693	\$4.042.032	\$4.075.042	\$4.108.321
<b>Total activo circulante</b>	<b>-\$4.715.482</b>	<b>-\$13.446.499</b>	<b>-\$21.673.032</b>	<b>-\$29.507.723</b>	<b>-\$37.216.603</b>	<b>-\$44.798.827</b>	<b>-\$52.124.291</b>	<b>-\$58.917.913</b>	<b>-\$65.144.204</b>	<b>-\$70.912.934</b>	<b>-\$78.732.489</b>
<b>Activo Fijo</b>											
Terreno	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Edificio	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Comunicaciones	\$699.660	\$693.680	\$687.700	\$681.720	\$675.740	\$669.760	\$663.780	\$657.800	\$651.820	\$645.840	\$639.860
Mobiliario y equipo	\$6.903.195	\$6.844.193	\$6.785.192	\$6.726.190	\$6.667.188	\$6.608.187	\$6.549.185	\$6.490.183	\$6.431.182	\$6.372.180	\$6.313.178
Acondicionamiento (m²)	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Computadoras y maquinas	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Otros	\$1.462.500	\$1.450.000	\$1.437.500	\$1.425.000	\$1.412.500	\$1.400.000	\$1.387.500	\$1.375.000	\$1.362.500	\$1.350.000	\$1.337.500
Depreciación acumulada:	-\$232.445	-\$309.927	-\$387.408	-\$464.890	-\$542.372	-\$619.853	-\$697.335	-\$774.817	-\$852.298	-\$929.780	-\$1.007.262
<b>Total activo fijo</b>	<b>\$9.065.355</b>	<b>\$8.987.873</b>	<b>\$8.910.392</b>	<b>\$8.832.910</b>	<b>\$8.755.428</b>	<b>\$8.677.947</b>	<b>\$8.600.465</b>	<b>\$8.522.983</b>	<b>\$8.445.502</b>	<b>\$8.368.020</b>	<b>\$8.290.538</b>
<b>Activo total</b>	<b>\$4.349.873</b>	<b>-\$4.458.625</b>	<b>-\$12.762.641</b>	<b>-\$20.674.813</b>	<b>-\$28.461.175</b>	<b>-\$36.120.880</b>	<b>-\$43.523.826</b>	<b>-\$50.394.929</b>	<b>-\$56.698.703</b>	<b>-\$62.544.914</b>	<b>-\$70.441.950</b>

Tabla 1 Pronóstico de ventas

Fuente (Elaboración propia, plantilla entregada por el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario)

## 7.2. Producción

La producción se realizará en un espacio definido para tal fin en la empresa Daltex, con lo cual se minimizan los tiempos y movimientos de la materia prima y del producto final al punto de venta, el cual queda en la misma dirección de la fábrica. De acuerdo con los pedidos que hayan solicitados por el cliente final o por la proyección de ventas, se produce la tela para los artículos y

se procede a su manufactura, para ello se cuenta con telares planos con marcos de lisos, los cuales son especializados en la elaboración de tela, la materia prima, de acuerdo a los diseños establecidos y ofertados en la carta de productos, son de origen nacional o importado, una vez realizada la tela, se hace una exhaustiva revisión y se procede a efectuar el proceso de terminado adecuado para cada producto, de allí pasa al proceso de corte y confección, donde se dan las medidas finales y terminados, que garanticen el producto consignado en la carta de calidad del producto. Una vez terminados estos procesos se realiza la operación de embalaje final y almacenamiento o despacho, según los criterios consignados en la orden de compra.

### **7.3. Localización**

La empresa estará ubicada en las instalaciones de la empresa Daltex s.a.s, ubicada en la zona industrial de Engativa, en la calle 65 # 93-63, al occidente de la ciudad de Bogotá, los accesos son por la avenida ciudad de Cali, la avenida mutis; el acceso desde el centro y fuera de la ciudad se puede acceder por la avenida el Dorado, que es la avenida mas rápida de la ciudad y que va hacia y desde el aeropuerto y por la calle 80 que es otra arteria que da acceso a la ciudad y están muy cerca de la empresa.

### **7.4. Requerimientos físicos**

La planta de producción debe tener los servicios públicos básicos, como son el agua, luz eléctrica, gas natural, teléfono. El proceso exige unas condiciones mínimas de trabajo como son la adecuada iluminación, la protección de los colaboradores de planta con sus respectivos elementos de protección personal, para esta actividad se necesita que tengan protectores auditivos, botas con puntera de seguridad, overol con manga corta y bolsillos.

La energía eléctrica necesita un voltaje de 220V trifásico, una potencia de por lo menos 20kwh, con puesta a tierra y neutro, con protección de malla central. El agua potable entrada de ½” a 40 PSI y tanque de almacenamiento de 2.000 L, el gas natural con una presión de entre 17 a 40 mbar., línea telefónica con acceso a internet de 30 MGB.

### **7.5. Costos**

La elaboración de los costos está determinada en los datos que hemos anunciado hasta el momento, el número de unidades a vender salió de la densidad demográfica de nuestro nicho de mercado. Con la proyección de número de elementos vendidos, el precio de la tela y los demás insumos, se establecen los datos para generar el punto de equilibrio en unidades y precio, con el cual se puede evidenciar que la meta propuesta de acuerdo con el estudio de mercado nos da una rentabilidad de negocio y que con la proyección de venta inicial de un 62% de las unidades requeridas para llegar al equilibrio, de acuerdo con los gastos iniciales, la inversión y las materias primas iniciales, se procede a verificar, mas adelante, la viabilidad del proyecto.

Estos datos son muy importantes en el estudio de factibilidad, ya que de acuerdo con el precio de venta y las unidades tendremos los datos necesarios para calcular los datos futuros del negocio y de esta manera poder al final dar el concepto de viabilidad o inviabilidad.

A continuación, encontramos las tablas de calculo del punto de equilibrio en unidades y ventas.

<b>Punto de Equilibrio en COP:</b>	
Si suponemos que un producto se vende en	\$ 65.000
la unidad y su costo variable es de	\$ 31.197
Tienen un costo fijo total que es de	\$ 15.028.666
Se desea saber ¿cual es el importe en pesos que se deben vender para no perder ni ganar ?	
PVU = \$	\$ 65.000
CVU = \$	\$ 31.197
CFT = \$	\$ 15.028.666
PE(\$)	?
MC =	PVU - CVU
MC =	33803,1334
PE(\$)	$\frac{CFT}{MC}$
	$\frac{15028666}{33803,1334}$
PE(\$)	0,520048206
PE(\$)	\$ 28.898.602
<b>Se tendrían que vender COP/MES</b>	<b>\$ 28.898.602</b>

Tabla 2 Punto de equilibrio en COP

Fuente (Elaboración propia, plantilla entregada por el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario)

<b>Punto de Equilibrio en unidades</b>	
Si suponemos que un producto se vende en	\$ 65.000
la unidad y su costo variable es de	\$ 31.197
Tienen un costo fijo total que es de	\$ 15.028.666
Se desea saber ¿cual es el número de unidades que se deben vender para no perder ni ganar ?	
PVU = \$	\$ 65.000
CVU = \$	\$ 31.197
CFT = \$	\$ 15.028.666
PEu =	?
MC =	PVU - CVU
MC =	33803,1334
PEu =	$\frac{CFT}{MC}$
PEu =	$\frac{15028666}{33803,1334}$
PEu =	445
<b>Se tendrían que vender (UNIDADES)/MES</b>	<b>445</b>

Tabla 3 Punto de equilibrio en unidades

Fuente (Elaboración propia, plantilla entregada por el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario)

## **8. Entorno legal**

La empresa estará ubicada en las instalaciones de la fábrica de textiles Daltex S.A.S, donde cuenta con todos los permisos legales para su funcionamiento, por ello no se hace necesario la expedición de otros permisos.

### **8.1. Personal**

Para la operación se hace necesario la contratación de dos vendedores y un confeccionista, además de los dos integrantes del grupo, quienes funcionaran como director general y director comercial, donde se reforzará la parte comercial y de producción.

El vendedor debe tener experiencia en artículos textiles, este será contratado a término fijo con un salario base mas comisión del 3% de ventas, que de acuerdo a la proyección tendrá un salario de 2`072.000 COP, que con la proyección de ventas y el porcentaje debe estar con un salario neto mensual de 2`618.000 COP.

El confeccionista es una persona que tiene experiencia en corte y confección, el cual trabajará en las instalaciones de la compañía de tiempo completo, este tendrá una remuneración mensual de 2`072.000 COP, mensual.

Estos salarios permiten que la fidelización de los colaboradores se afiance y la calidad de los productos se garantice sin necesidad de supervisión, puesto que es mano de obra calificada de alta calidad, los perfiles se ubicarán de acuerdo con el observatorio nacional de profesiones, donde

se colocará en la bolsa de empleo de la mesa textil nacional y el Sena y otros buscadores a nivel nacional, sin embargo este tipo de profesiones se encuentra también mediante el vos a vos, con la recomendación de profesionales en área textil y confección, a fines de la compañía.

Inicialmente y basados en la experiencia del confeccionista, se entregará el desarrollo de los productos requeridos, sin un procedimiento rígido y riguroso determinado, el cual permitirá el desenvolvimiento de su capacidad sin límite, dentro de los estándares de confección.

Políticas de evaluación:

Para la evaluación del personal se elabora un formato donde se hace una evaluación 180 grados, en la que el colaborador se autoevalúa y adicionalmente lo evalúa el líder del proceso.

## **8.2. Inventarios**

Por el modelo de negocio, al inicio no se tendrá inventario amplio, sin embargo, se ha considerado un 15% de inventario de producto terminado, para que se pueda cumplir con la venta de contado, que asciende a un 40% de las ventas estimadas, esto se contempla en el análisis de costos del producto.

## **8.3. Proveedores**

El principal proveedor es el de la materia prima, la tela que es la fábrica de textiles Daltex, quien suministra de manera oportuna esta materia prima, el hilo y donde se realiza la

transformación en el producto final, otro de los proveedores es el del caucho del orillo, el cual lo suministra la empresa Calypso, ubicada en la carrera 60 # 98<sup>a</sup>-55, para cada juego se necesitan 8 metros de materia prima aproximadamente, por lo que para cumplir con la venta mes se necesitaran 2000 metros, esta materia prima se compra de contado por dar ventajas de precio y ser muy bajo el volumen de almacenamiento, garantizando de esta manera que no se incremente el costo por inventario y además se garantice la materia prima para la elaboración de los productos.

## **9. Gestión y organización**

Al inicio de la operación se establece que los propietarios harán múltiples funciones, tanto administrativas, como operacionales y comerciales, con el fin de optimizar la mano de obra y generar estabilidad, de esta manera tanto el director comercial como el director general administran la empresa día a día, es un modelo muy bien diseñado, ya que con la experiencia en el área comercial se realizan las ventas necesarias para el sostenimiento de la empresa, adicionalmente la gerencia general tiene la habilidad de administrar la parte operativa, logística y financiera, lo que hace que la empresa esté bien administrada en todos los frentes, garantizando de esta manera que a medida que se incremente la producción, se realicen los protocolos y procedimientos necesarios para afrontar la demanda.

Apegados a la visión de la compañía de crecer sosteniblemente, se define que en seis meses se hace una evaluación de las funciones tanto administrativas como operativas y se tomarán decisiones de reformular la gestión administrativa y la posibilidad de continuar como se arranca la

compañía o hacer los ajustes necesarios para garantizar el cumplimiento a los clientes y a los órganos de control, ya que en el primer año está presupuestado que la empresa tenga una senda de crecimiento, para que en el segundo año de funcionamiento se pueda estar muy cerca del punto de equilibrio y ya en pleno funcionamiento se redefina rápidamente la empresa, pues este es uno de las ventajas competitivas que se tienen definidas como estrategias para que perdure en el tiempo, es la dinámica empresarial, la cual define el rumbo de la empresa de acuerdo con las tendencias y las oportunidades que se encuentren en el desarrollo de la comercialización, ya que atender al cliente final directamente nos permitirá conocer de primera mano que es lo que desea y con nuestra capacidad de fabricación de telas especiales, podremos atender las necesidades insatisfechas por los usuarios de nuestros productos.

Es así entonces que se necesita de una consolidación de procedimientos, protocolos, organigramas, cartas de calidad y demás elementos administrativos que nos garantice la operatividad de los procesos sin necesidad de que esté una persona definida y que por ello se convierta en un cuello de botella o una restricción y que más adelante se salga de control algún proceso, ya que este es uno de los problemas más frecuentes de las empresas.

### **9.1. Apoyo profesional**

Junta Directiva:

- Gerente General: José David Páez Alba
- Dirección Comercial: Laura Carolina Valbuena

## **10. Gastos de inicio y capitalización**

### **10.1 Plan financiero**

En este plan se han tenido en cuenta los datos de las unidades a vender propuestas por mes, el precio de venta establecido, el costo de la materia prima para la elaboración de los diferentes productos, el apalancamiento financiero necesario estimado para el arranque de la empresa, los costos variables y fijos, los inventarios y la utilidad deseada, con estos datos se construyó un análisis financiero que nos diga como es el comportamiento en el primer año, de allí se estableció el crecimiento de la economía en los pronósticos para los siguientes 5 años y de esta manera se elaboró la proyección, con estos datos se trajo el VPN (valor presente neto) y se estableció la tasa interna de retorno, con esos datos se establece la viabilidad del negocio

JOSEPH'S DESIGN
Balances a 31 de diciembre de 2020 -2021 -2022-2023-2024

Activo	2020	2021	2022	2023	2024
Caja y Bancos	(70.988.547)	(112.882.978)	(78.750.599)	22.350.293	130.845.018
Cuentas por cobrar	16.168.127	24.577.245	38.107.909	38.107.909	38.107.909
Inventarios	4.075.042	6.204.730	9.526.977	9.526.977	-
Total Activo Circulante	(50.745.379)	(82.101.002)	(31.115.712)	69.985.180	168.952.927
Comunicaciones	645.840	574.080	502.320	430.560	358.800
Mobiliario y equipo	6.372.180	5.664.160	4.956.140	4.248.120	3.540.100
Otros Activos	1.350.000	1.200.000	1.050.000	900.000	750.000
Depreciación acumulada:	(929.780)	(1.859.560)	(2.789.340)	(13.735.120)	(17.168.900)
	8.368.020	7.438.240	6.508.460	5.578.680	4.648.900
Total Activo	(42.377.359)	(74.662.762)	(24.607.252)	75.563.860	173.601.827
<b>Pasivo</b>					
Cuentas por pagar	3.056.281	4.653.548	7.145.233	7.145.233	-
	-	-	-	-	-
Impuestos a pagar					
Gastos varios a pagar	-	-	-	-	-
Total exigible a corto					
Total exigible a largo	22.473.429	14.262.624	6.051.819	-	-
Total Pasivo	25.529.710	18.916.172	13.197.052	7.145.233	0
patrimonio					
Capital social	-	-	-	-	-
utilidad acumulada años anteriores	(64.722.196)	(94.875.675)	(46.701.607)	59.605.741	164.877.501
utilidad del ejercicio	(3.184.873)	1.296.741	8.897.302	8.812.885	8.724.326
total patrimonio	(67.907.069)	(93.578.934)	(37.804.305)	68.418.627	173.601.827
pasivo + capital	(42.377.359)	(74.662.762)	(24.607.252)	75.563.860	173.601.827

Tabla 4 Plan financiero

Fuente (Elaboración propia, plantilla entregada por el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario)

ESTADO DE GANACIAS Y PÉRDIDAS					
	2020	2021	2022	2023	2024
<b>INGRESOS</b>					
Ventas netas	\$ 262.622.293	\$ 395.879.796	\$ 608.728.334	\$ 762.158.187	\$ 762.158.187
<b>EGRESOS</b>					
Gastos fijos	\$ 33.367.741	\$ 35.005.103	\$ 36.722.811	\$ 38.524.807	\$ 40.415.227
Sueldos y salarios	\$ 150.349.338	\$ 185.303.045	\$ 198.073.957	\$ 207.279.749	\$ 207.279.749
Gastos Variables	\$ 139.531.259	\$ 192.378.708	\$ 265.242.124	\$ 315.940.004	\$ 315.940.004
<b>TOTAL COSTOS</b>	\$ 323.248.337	\$ 412.686.857	\$ 500.038.893	\$ 561.744.560	\$ 563.634.980
<b>EBITDA</b>	-\$ 60.626.044	-\$ 16.807.061	\$ 108.689.441	\$ 200.413.628	\$ 198.523.207
<b>DEPECIACION Y AMORTIZACION</b>	\$ 929.780	\$ 929.780	\$ 929.780	\$ 929.780	\$ 929.780
Beneficios antes de Intereses e Impuestos	-\$ 59.696.264	-\$ 15.877.281	\$ 109.619.221	\$ 201.343.408	\$ 199.452.987
Gastos financieros largo plazo	-\$ 8.210.805	-\$ 8.210.805	-\$ 8.210.805	-\$ 8.210.805	-\$ 8.210.805
Beneficios antes de impuestos	-\$ 67.907.069	-\$ 24.088.086	\$ 101.408.416	\$ 193.132.603	\$ 191.242.183
Impuestos sobre beneficios	\$ -	\$ -	\$ 45.633.787	\$ 86.909.671	\$ 86.058.982
<b>Utilidad Neta</b>	-\$ 67.907.069	-\$ 24.088.086	\$ 55.774.629	\$ 106.222.932	\$ 105.183.200
<b>Margen Utilidad Bruta</b>	-25,86%	-6,08%	9,16%	13,94%	13,80%

Tabla 5 Estado de ganancias

Fuente (Elaboración propia, plantilla entregada por el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario)

	2020	2021	2022	2023	2024
<b>INDICADORES DE LIQUIDEZ</b>					
RAZÓN CORRIENTE	-16,60	-17,64	-4,35	9,79	
PRUEBA ÁCIDA	-17,94	-18,98	-5,69	8,46	
<b>INDICADORES DE SOLVENCIA</b>					
ENDEUDAMIENTO	-60,24%	-25,34%	-53,63%	9,46%	0,00%
<b>INDICADORES DE ACTIVIDAD</b>					
CXC	22,16	22,35	22,54	18,00	18,00
INVENTARIO	5,59	5,64	5,63	4,50	0,00
CXP	4,25	4,29	4,28	3,42	0,00
<b>CICLO OPERATIVO</b>	<b>23,50</b>	<b>23,70</b>	<b>23,89</b>	<b>19,08</b>	<b>18,00</b>
<b>KW</b>	<b>\$ 17.186.887</b>	<b>\$ 26.128.428</b>	<b>\$ 40.489.654</b>	<b>\$ 40.489.654</b>	<b>\$ 38.107.909</b>

Tabla 6 Indicadores

Fuente (Elaboración propia, plantilla entregada por el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario)

EVALUACIÓN DE LA EMPRESA							
JOSEPH'S DESIGN		Inv Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos reales:			-\$ 70.988.547	-\$ 41.894.430	\$ 34.132.378	\$ 101.100.892	\$ 379.731.537
Flujos reales con probabilidad de éxito del:	92%	0	-\$ 65.309.463	-\$ 38.542.876	\$ 31.401.788	\$ 93.012.821	\$ 349.353.014
VPN	\$ 122.234.753						
Tasa	20%						
TIR	59,37%						

Tabla 7 Evaluación

Fuente (Elaboración propia, plantilla entregada por el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario)

Con los datos acá presentados y viendo que tenemos una TIR de 59,37% podemos afirmar la viabilidad del negocio, donde se evidencia que, a la mitad, mas o menos del tercer año, se logra el punto de equilibrio financiero, iniciando la generación de utilidades positivas. Con las metas austeras establecidas para que el negocio se pueda autosostener, nos da una capacidad de crecimiento importante, ya que, al ver este estudio de proyecciones financieras, si ajustamos las

ventas, podemos hacer que la empresa crezca más rápido, sustentado en el nicho de mercado establecido, donde el potencial que estamos atacando es apenas del 0,1% de la población total.

<b>COSTO TOTAL PRODUCTO</b>		
MATERIALES	\$ 14.524	47%
OTROS COSTOS DE FABRICACIÓN	\$ 170	1%
MANO DE OBRA	\$ 15.000	48%
GASTOS GENERALES	\$ 1.503	5%
Total	\$ 31.197	1
<b>COSTO UNIDAD</b>	<b>\$ 31.197</b>	
UTILIDAD DESEADA	50%	
PRECIO DE VENTA DE LA EMPRESA	\$ 46.795	
<b>SENSIBILIZACIÓN ASIGNACIÓN DEL GASTO</b>		
PORCENTAJE DE ASIGNACIÓN	0,01%	
PRECIO DE VENTA REAL	\$ 65.000	
UTILIDAD REAL	108%	

Tabla 8 Costos

Fuente (Elaboración propia, plantilla entregada por el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario)

## 11. Riesgos y supuestos críticos

### 11.1. Riesgos y supuestos

El problema mayor es el tiempo que se puede tardar consiguiendo los clientes potenciales que demanden mayor cantidad de producto, pero está presupuestado ya que las instalaciones son propias y además ya hay unos clientes actuales que están en la espera del lanzamiento del producto.

En caso dado que exista una demanda mayor estamos dispuestos a contratar más empleados, se cuenta con el espacio y las materias primas están disponibles.

En Joseph Design es una empresa que se preocupa por innovar constantemente, busca mantenerse actualizado en tendencias al igual que siempre vela por tener el costo más bajo para poder ofrecer un mejor precio. Otra de sus ventajas competitivas que es más difícil de quebrantar es la buena relación que mantiene la empresa con sus clientes ya que siempre se busca satisfacer su necesidad de manera personalizada y siempre entregando sus productos en menor tiempo.

En caso dado que haya escasez de mano de obra, con el apoyo de la empresa textiles Daltex SAS contamos una base de datos de empleados disponibles para la prestación de servicios por horas, a pesar de que este tipo de contratación generaría un incremento en los costos es elemento que sería necesario usar.

## **11.2. Beneficios a la comunidad**

El desarrollo económico de la sociedad depende de la interacción de los empresarios y la comunidad, pues son ellos quienes satisfacen la necesidad de los ciudadanos, pero también quienes dan un lugar de trabajo para que todas las necesidades sean satisfechas, es un círculo vital el que se desarrolla pues la supervivencia de las empresas está en manos de los productos de buena calidad que satisfagan a los usuarios y de esta manera puedan consumir los productos, pero no solo los bienes de consumo, sino también los productos básicos para una vida digna. En la empresa pensamos en la comunidad no como un consumidor, sino como un aliado estratégico, que sintiendo satisfechas sus necesidades y pudiendo tener una calidad de vida importante nos verá como su aliado estratégico donde encontrará calidad, servicio, compromiso y todo esta a un costo razonable.

**11.2.1. Desarrollo económico.** A pesar de en primera instancia solamente se contratará una persona para que se encargue de las confecciones y de supervisar el proceso de las máquinas a medida que vaya creciendo el proyecto se irá incrementando el personal y la creación de empleo. Uno de los objetivos más importantes de Joseph Design es estimular el comercio nacional, comprando la materia prima a proveedores locales y desestimulando la importación que genera una competencia desleal.

**11.2.2 Desarrollo de la comunidad.** La comunidad se va a ver beneficiada gracias a que en Joseph Design uno de los principios más importantes es velar por el cuidado del medio ambiente por lo cual nuestras telas son ecológicas y no generar ningún tipo de daño al mismo.

**11.2.3. Desarrollo humano.** En Joseph Design se están comprometidos con la política de un empleo formal, todos los empleados que sean vinculados a la empresa contarán con una contratación permanente la cual les permite tener los aportes fiscales y prestaciones obligatorias.

También nos preocupamos por mantener a nuestro personal actualizado, involucrados en procesos de innovación e igualmente apoyamos su educación para un desarrollo íntegro.

## Anexos

		<b>JOSEPHS DESIGN</b> <b>EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO</b> <b>CARGOS OPERATIVOS</b>				Fecha: 01-12-2019 Versión: 01 N°: 001		
Colaborador		Cargo						
Departamento		Jefe Inmediato						
Fecha Evaluación		Fecha última Evaluación						
Instrucciones: Con base en la evaluación realizada por usted anteriormente, conteste las siguientes preguntas con sus propias palabras.		Considere el desempeño laboral del Colaborador desde la última evaluación y marque con un "1" si ha desmejorado, si ha permanecido estable o si ha mejorado en las cualidades enumeradas a la izquierda						
		No olvide marcar en la casilla correspondiente.		Ha Mejorado	Ha cambiado poco o nada	Ha desmejorado		
CONOCIMIENTO DEL TRABAJO	•	•	•	•	•			
Considera el conocimiento del Colaborador con la experiencia, educación general, adiestramiento especializado	Bien informado sobre todos los aspectos del trabajo.	Conocimiento suficiente para cumplir sus obligaciones sin ayuda	Dominio suficiente de los aspectos esenciales. Necesita cierta ayuda	Necesita bastante ayuda	Conocimiento insuficiente	Observaciones		
CANTIDAD DE TRABAJO.	•	•	•	•	•			
Considere el volumen de trabajo producido en condiciones normales. Pase por alto los errores	Trabajador Veloz. Generalmente buen productor	Produce un buen volumen	Promedio	Volumen de trabajo inferior al promedio	Trabajador muy lento	Observaciones		
CALIDAD DE TRABAJO	•	•	•	•	•			
Considere la pulcritud y seguridad de los resultados, sin atender en volumen o cantidad	Es muy exacto. Prácticamente no comete errores.	Aceptable Generalmente pulcro. Solo tiene algunos errores o rechazos.	Rara vez es necesario verificar su trabajo	A menudo su trabajo es inaceptable. Hay errores o rechazos frecuentes	Demasiados errores o rechazos	Observaciones		
INICIATIVA	•	•	•	•	•			

Página 1 de 4

Imagen 3 Evaluación de desempeño 1

Fuente (Elaboración propia, plantilla entregada por el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario)

	<b>JOSEPHS DESIGN</b> <b>EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO</b> <b>CARGOS OPERATIVOS</b>	Fecha: 01-12-2019 Versión: 01 Nº: 001
---	---	---

Considere la tendencia a contribuir, desarrollar y realizar nuevas ideas y nuevos métodos	Su iniciativa repercute en frecuente ahorro de tiempo y dinero.	Muy emprendedor	Muestra iniciativa esporádicamente	Rara vez muestra iniciativa	Necesita ayudas y asesorías constantes	Observaciones
<b>COOPERACIÓN.</b>	•	•	•	•	•	
Considere la manera de manejar las relaciones de apoyo y ayuda con su equipo de trabajo.	Se excede en sus esfuerzos para colaborar. No repara por el tiempo ni por lo que tiene que hacer	Se lleva bien con los demás. Atiende una solicitud de colaboración	Solo se limita a sus funciones. No colabora en asuntos adicionales cuando se le solicita	Se muestra renuente a colaborar. Evade colaborar	Cooperar muy poco. No se cuenta con su ayuda	Observaciones
<b>JUICIO Y SENTIDO COMÚN.</b>	•	•	•	•	•	
Hace razonamientos inteligentes, toma decisiones lógicas.	Piensa rápida y lógicamente. Se destaca.	Su pensamiento suele ser lógico.	Bastante digno de confianza	Tiende a ser ilógico	Deficiente, poco digno de confianza	Observaciones
<b>AUTOCUIDADO Y SEGUIMIENTO DE NORMAS</b>	•	•	•	•	•	
Cumple con las normas de seguridad y salud en el trabajo, es propositivo, hace pausas activas	Es constante con el cumplimiento de normas	Cumple las normas, no es constante, disperso en las actividades	Cumple las normas de vez en cuando, no es constante	No cumple las normas de manera autónoma, constantemente se le llama la atención	No cumple las normas, es inseguro para su autocuidado y el de los demás	Observaciones
<b>CAPACIDAD PARA APRENDER NUEVAS TAREAS.</b>	•	•	•	•	•	

		<b>JOSEPHS DESIGN</b> <b>EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO</b> <b>CARGOS OPERATIVOS</b>			Fecha: 01-12-2019 Versión: 01 Nº: 001	
Considere la velocidad con que el Colaborador domina nuevos procedimientos y capta las explicaciones y para retener estos conocimientos	Muy rápido para aprender y adaptarse a nuevas situaciones	Aprende pronto, recuerda las instrucciones	Necesidad promedio de instrucciones	Necesidad de muchas instrucciones	Muy lento en asimilar. Memoria insuficiente	Observaciones
<i>Instrucciones: Con base en la evaluación realizada por usted anteriormente, conteste las siguientes preguntas con sus propias palabras.</i>						
¿Es idóneo el Colaborador para el tipo de trabajo realizado? (si su respuesta es negativa, por favor explique el por qué no)					Si	No
¿Qué aportaciones ha hecho el Colaborador a la empresa, departamento o sección?						
¿En qué aspectos opina usted que debe mejorar el Colaborador?						
Escriba aquí los comentarios adicionales de carácter positivo o negativo que a su juicio no hayan sido incluidos.						

Imagen 5 Evaluación de desempeño 3

Fuente (Elaboración propia, plantilla entregada por el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario)

 <small>Sistema de gestión de calidad</small>	<b>JOSEPHS DESIGN</b> <b>EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO</b> <b>CARGOS OPERATIVOS</b>	Fecha: 01-12-2019 Versión: 01 N°: 001		
<i>A pesar de haber tenido errores su Colaborador, cuál cree usted que sería la evaluación Global, según su buen criterio. Señale con una "X"</i>				
Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Deficiente
Observaciones				
Evaluador			Evaluado	
Cargo			Cargo	
Firma			Firma	
Cédula			Cédula	
Fecha			Fecha	
Observaciones del evaluado.				
Página 4 de 4				

Imagen 6 Evaluación de desempeño 4

Fuente (Elaboración propia, plantilla entregada por el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario)

	<b>MANUAL DESCRIPTIVO DE CARGOS Y FUNCIONES DE LA EMPRESA JOSEPHS DESIGN S.A.S.</b>	<b>1. CÓDIGO:</b>	
		D-CALI-3-RE2	
		<b>2. VERSIÓN:</b>	
		1	
		<b>3. FECHA:</b>	
		01 De diciembre de 2019	
<b>NOMBRE DEL CARGO: Agente de Ventas</b>			
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>			
<b>ÁREA O GERENCIA</b>		Ventas	
<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO</b>		Jefe de ventas	
<b>PERSONAS EN EL MISMO CARGO</b>		13	
<b>CARGO SUPERIOR AL SIGUIENTE NIVEL</b>		Subgerente General	
<b>OBJETIVO GENERAL DEL CARGO</b>			
Responsable de vender al cliente el producto, mostrar sus características, forma de uso, resolver dudas, brindar la información que sea necesaria para que el cliente se convenza de comprar.			
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>			
1.	elaborar planes y presupuesto de ventas,		
2.	fijar metas y objetivos,		
3.	calcular la demanda,		
4.	pronosticar las ventas,		
5.	reclutamiento, selección y capacitación de los vendedores a cargo.		
6.	Dirección y administración del proyecto del tejido de punto		
7.			
8.			
<b>NIVEL EDUCATIVO</b>		<b>CURSOS ADICIONALES</b>	
Ingeniería Textil		Manejo de ventas	
<b>CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS</b>			
<b>ASPECTO</b>	<b>NIVEL</b>		
	<b>ALTA</b>	<b>MEDIA</b>	<b>BAJA</b>
Administración de recursos	X		
Trabajo bajo presión	X		
Revisión de Diseños	X		
Capacidad analítica	X		
Manejo de Clientes	X		
Comunicación escrita	X		
Destreza manual	X		

**Imagen 7 Manual 1**

**Fuente (Elaboración propia, plantilla entregada por el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario)**

 Sistema de gestión de calidad	<b>JOSEPHS DESIGN</b> <b>EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO</b> <b>CARGOS OPERATIVOS</b>				Fecha: 01-12-2019 Versión: 01 N°: 001	
Considere la velocidad con que el Colaborador domina nuevos procedimientos y capta las explicaciones y para retener estos conocimientos	Muy rápido para aprender y adaptarse a nuevas situaciones	Aprende pronto, recuerda las instrucciones	Necesidad promedio de instrucciones	Necesidad de muchas instrucciones	Muy lento en asimilar. Memoria insuficiente	Observaciones
<i>Instrucciones: Con base en la evaluación realizada por usted anteriormente, conteste las siguientes preguntas con sus propias palabras.</i>						
<i>¿Es idóneo el Colaborador para el tipo de trabajo realizado? (si su respuesta es negativa, por favor explique el por qué no)</i>					Si	No
<i>¿Qué aportaciones ha hecho el Colaborador a la empresa, departamento o sección?</i>						
<i>¿En qué aspectos opina usted que debe mejorar el Colaborador?</i>						
<i>Escriba aquí los comentarios adicionales de carácter positivo o negativo que a su juicio no hayan sido incluidos.</i>						

Comunicación oral		X			
Concentración		X			
Precisión		X			
Responsabilidad		X			
Trabajo en equipo		X			
Complejidad del trabajo		X			
Creatividad		X			
<b>EXPERIENCIA INTERNA</b>	<b>EXPERIENCIA EXTERNA</b>	<b>ENTRENAMIENTO</b>	SI		NO X
Mas de un año					
<b>TOMA DE DECISIONES</b>					
<b>DECISIONES AUTÓNOMAS</b>			<b>FRECUENCIA</b>		
Toma de decisiones constantes de gran y poca relevancia con respecto a la calidad de las telas que se producen. Planeación del trabajo en líneas generales y en detalle con gran importancia. Manejo de clientes.			Diaria		
<b>DECISIONES SUPERVISADAS</b>			<b>FRECUENCIA</b>		
Calidad y presupuesto de materias primas e insumos. Desarrollo y ejecución de proyectos. Colecciones de nuevos productos a la tela.			Constante		
<b>RESPONSABILIDADES</b>					
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>		SI	X	NO	
<b>ELEMENTOS A CARGO</b>		<b>PROBABILIDAD DE DAÑO</b>			
		0%-30%	31%-60%	61%-100%	
Computador de Escritorio		X			
Teléfono		X			
<b>INFORMACIÓN CONFIDENCIAL</b>		SI		NO	
<b>IMPORTANCIA</b>			<b>TIPO DE INFORMACIÓN</b>		
<b>BAJA</b>	<b>MEDIA</b>	<b>ALTA</b>			
		X	Información de proyectos en proceso		
<b>CONTACTOS</b>					
a1958alvarado@gmail.com Teléfono: 4361963 Ext: 105					
<b>PERSONAL A CARGO</b>		SI	X	NO	
<b>TIPO DE SUPERVISIÓN</b>			<b>NIVEL OCUPACIONAL Y CANTIDAD</b>		
Vigilancia y control de resultados de los desarrollos propuestos					
<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>					
<b>CONDICIONES FÍSICAS, PUESTO DE TRABAJO</b>					
<b>CONDICIÓN</b>			<b>CALIFICACIÓN</b>		
			0-3	4-6	7-10
Iluminación				X	
Ventilación				X	
Temperatura				X	

**Imagen 8 Manual 2**

**Fuente (Elaboración propia, plantilla entregada por el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario)**

Comunicación oral		X			
Concentración		X			
Precisión		X			
Responsabilidad		X			
Trabajo en equipo		X			
Complejidad del trabajo		X			
Creatividad		X			
<b>EXPERIENCIA INTERNA</b>	<b>EXPERIENCIA EXTERNA</b>	<b>ENTRENAMIENTO</b>	SI		NO
Mas de un año					X
<b>TOMA DE DECISIONES</b>					
<b>DECISIONES AUTÓNOMAS</b>			<b>FRECUENCIA</b>		
Toma de decisiones constantes de gran y poca relevancia con respecto a la calidad de las telas que se producen. Planeación del trabajo en líneas generales y en detalle con gran importancia. Manejo de clientes.			Diaria		
<b>DECISIONES SUPERVISADAS</b>			<b>FRECUENCIA</b>		
Calidad y presupuesto de materias primas e insumos. Desarrollo y ejecución de proyectos. Colecciones de nuevos productos a la tela.			Constante		
<b>RESPONSABILIDADES</b>					
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>		SI	X	NO	
<b>ELEMENTOS A CARGO</b>		<b>PROBABILIDAD DE DAÑO</b>			
		0%-30%	31%-60%	61%-100%	
Computador de Escritorio		X			
Teléfono		X			
<b>INFORMACIÓN CONFIDENCIAL</b>		SI		NO	
<b>IMPORTANCIA</b>		<b>TIPO DE INFORMACIÓN</b>			
BAJA	MEDIA	ALTA			
		X	Información de proyectos en proceso		
<b>CONTACTOS</b>					
a1958alvarado@gmail.com Teléfono: 4361963 Ext: 105					
<b>PERSONAL A CARGO</b>		SI	X	NO	
<b>TIPO DE SUPERVISIÓN</b>			<b>NIVEL OCUPACIONAL Y CANTIDAD</b>		
Vigilancia y control de resultados de los desarrollos propuestos					
<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>					
<b>CONDICIONES FÍSICAS, PUESTO DE TRABAJO</b>					
<b>CONDICIÓN</b>		<b>CALIFICACIÓN</b>			
		0-3	4-6	7-10	
Iluminación			X		
Ventilación			X		
Temperatura			X		

**Imagen 9 Manual 3**

**Fuente (Elaboración propia, plantilla entregada por el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario)**

Mobiliario		X		
<b>CONDICIONES DESFAVORABLES</b>				
<b>CONDICIÓN</b>		<b>PORCENTAJE DE LA JORNADA LABORAL</b>		
		<b>0%-30%</b>	<b>31%-60%</b>	<b>61%-100%</b>
Polvo		X		
Suciedad		X		
Calor		X		
Frío		X		
Humo		X		
Olores		X		
Ruido		X		
Humedad		X		
Exceso de agua		X		
<b>RIESGOS</b>	<b>SI</b>	X	<b>NO</b>	
<b>FACTORES DE RIESGO</b>		<b>PROBABILIDAD</b>		
Riesgos Físicos: Ruidos		0% - 30%		
Riesgos Ergonómicos: Postura y Movimientos Repetivos		31% - 60%		
Riesgos Psicosociales: Estrés, Fatiga laboral, monotonía		31% - 60%		
<b>POSIBILIDAD DE ACCIDENTES DE TRABAJO</b>	<b>SI</b>	X	<b>NO</b>	
<b>GRAVEDAD DEL ACCIDENTE</b>		<b>PROBABILIDAD</b>		
		<b>0%-30%</b>	<b>31%-60%</b>	<b>61%-100%</b>
Lesiones de poca importancia		X		
Enfermedades profesionales		X		
Incapacidad parcial		X		
Incapacidad total		X		

**Imagen 10 Manual 4**

**Fuente (Elaboración propia, plantilla entregada por el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario)**

## 12. Bibliografía

- Cluster Bogotá (2018). Prendas de vestir, Industria Textil colombiana 2018: telas inteligentes y tendencias ecológicas, *Cluster una iniciativa de la cámara de comercio Bogotá*, Abril 18 – 2019. <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2018/Febrero-2018/Industria-Textil-Colombiana-2018-telas-inteligentes-y-tendencias-ecologicas>
- Dinero (2017). Gobierno Nacional busca protegerla industria textil colombiana, revista dinero Julio 16 – 2019 tomado de <https://www.dinero.com/economia/articulo/medidas-para-proteger-la-industria-textil-colombiana/251366>.
- Mejía-Giraldo, Juan Felipe. (2019). Propósitos organizacionales como alternativa para los problemas que proponen los modelos canvas y lean canvas. *Innovar*, 29(72), 31-40. <https://dx.doi.org/10.15446/innovar.v29n72.77891>.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) , Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) & Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) (2016). Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento, UECD Development Centre. doi:10.1787/leo-2017-es

Pineda de Cuadros, Nubia Elena. (2009). Primera industria textil de algodón en Colombia, 1884-1905. Compañía Industrial de Samacá "Fábrica de hilados y tejidos de algodón". *HiSTOReLo. Revista de Historia Regional y Local*, 1(2), 136-168. Retrieved December 10, 2019, from [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2145-132X2009000200005&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2145-132X2009000200005&lng=en&tlng=es).

Procolombia (2014). Colombia crecimiento, confianza y oportunidad para invertir, primer semestre, sistema de moda, *Portal oficial de inversión colombiana* Marzo 15 – 2019. <https://www.inviertaencolombia.com.co/zonas-francas-y-otros-incentivos/zonas-francas-permanentes/124-sectores/manufacturas/textil-y-confeccion/569-descripcion-del-sector.html>

Rosas Salas, Sergio Francisco. (2013). Agua e industria en Puebla: El establecimiento de la fábrica textil La Covadonga, 1889-1897. *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*, 34(136), 223-264. Recuperado en 10 de octubre de 2019, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-39292013000400009&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-39292013000400009&lng=es&tlng=es).