

**ANALISIS DE FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE EMPRESA TEXTILES**

**IMPERMEABLES JSB**

**BOGOTA (CUNDINAMARCA)**

**ESTUDIANTE: JENNY SUSANA BECERRA**

**DOCENTE: HECTOR HORACIO MURCIA**



**UNIVERSIDAD SANTO TOMAS**

**FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**OPCIÓN GRADO**

**BUSINESS PLAN**

**JUNIO DE 2019**

## RESUMEN

Este documento presenta el análisis y factibilidad de la creación de la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB que permite buscar la posición número uno en el mercado de la provisión de prendas impermeables de calidad, exclusividad y con el pacto de un precio justo y adecuado para el Cliente en la ciudad de Bogotá zona norte. Como primer paso se buscó obtener un panorama actual acerca de la conceptualización de telas impermeables e hidrofóbicas así como de la pashmina tradicional. Como segunda etapa se desarrolló un plan estratégico teniendo en cuenta los objetivos propuestos. Con la finalidad de identificar y desglosar claramente la idea general del negocio, para esto se tuvo en cuenta el método DOFA personal, 5 ideas creativas, su priorización y el modelo de Pitch del HBR. Adicionalmente, para realizar un estudio de entorno se analizó el método PESTEL aspectos externos y las cinco fuerzas de Porter. La investigación y análisis del mercado fue enfocado en el método descriptivo, basado en el levantamiento de información cualitativa y cuantitativa; para esto se realizaron encuestas al mercado objetivo en zonas influenciadas en el norte de la ciudad. Mediante una evaluación Financiera se determinó la viabilidad de la idea de negocio de la empresa Textiles Impermeables JSB. En este análisis se muestran al detalle diferentes índices y balances financieros, estableciendo la factibilidad y viabilidad del proyecto.

## ABSTRACT

This document presents the analysis and feasibility of the creation of the TEXTILES IMPERMEABLES JSB Company that allows us to find the number one position in the market for the provision of quality, exclusive and waterproof garments with the agreement of a fair and adequate price for the Client in the city of Bogotá in the northern zone, as a first step, we sought to obtain a current panorama about the conceptualization of waterproof and hydrophobic fabrics as well as traditional pashmina. As a second step, a strategic plan was developed taking into account the proposed objectives. In order to identify and clearly break down the general idea of the business, for this the personal DOFA method, 5 creative ideas, its prioritization and the Pitch model of the HBR were taken into account. In addition to carrying out an environmental study, the PESTEL method was analyzed aspects Porter's external forces and the five forces. Market research and analysis was focused on the method described, based on the collection of qualitative and quantitative information, for this purpose, surveys were conducted on the target market in influential areas in the north of the city. Through a Financial evaluation, the viability of the business idea of the TEXTIELS IMPERMEABLES JSB company was determined. Analysis shows in detail different indexes and financial balances, establishing the feasibility and viability of the project.

## TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO PRIMERO .....	13
1 .INTRODUCCIÓN .....	13
2 .ANTECEDENTES.....	18
3 .JUSTIFICACIÓN.....	20
4 .OBJETIVOS.....	21
4.1OBJETIVO GENERAL.....	21
4.2OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	21
5 .REVISIÓN DE LITERATURA .....	22
5.1 <i>Idea General del negocio</i> .....	22
5.2 <i>Estudio sobre el entorno dentro del cual se desarrolla la idea de negocio</i> .....	22
5.2.1 <i>Los factores se clasifican en cuatro bloques</i> .....	23
5.3 <i>Diagnóstico del sistema de comercialización relacionado con la posible empresa</i> ..	24
5.3.1 <i>Análisis Pest</i> .....	24
5.4 <i>Planteamiento del proyecto para el establecimiento de la empresa textiles impermeables JSB</i> .....	25
6 .METODOLOGÍA.....	26
6.1. <i>Idea</i> .....	26
6.2. <i>Entorno</i> .....	26
6.3. <i>Estudio de Mercado</i> .....	27
6.4. <i>Estudio Técnico y Financiero</i> .....	28
6.5 <i>Planeación estratégica</i> .....	29
6.5.1 <i>Objetivos estratégicos</i> .....	29

<b>6.5.2 Objetivos Tácticos.....</b>	<b>29</b>
<b>6.5.3 Objetivos Tacticos Operativos.....</b>	<b>29</b>
<b>CAPITULO SEGUNDO .....</b>	<b>30</b>
<b>7 .RESULTADOS PLANTEADOS EN LA METODOLOGIA.....</b>	<b>30</b>
<b>7.1 DESARROLLO DEL PRIMER OBJETIVO:IDEA .....</b>	<b>30</b>
<b>7.2 Análisis DOFA personal .....</b>	<b>30</b>
<b>7.3 Ideas de creatividad .....</b>	<b>31</b>
<b>7.4 Priorizacion de ideas.....</b>	<b>32</b>
<b>7.5 Conclusión de desarrollo de primer objetivo.....</b>	<b>36</b>
<b>7.6 Descripción de la idea de negocio .....</b>	<b>37</b>
<b>7.6.1Producto principal (Pashminas impermeable) .....</b>	<b>37</b>
<b>7.6.2 Oferta de valor .....</b>	<b>38</b>
<b>7.6.3 Diferencias de propuesta de valor con respecto a los competidores .....</b>	<b>42</b>
<b>7.6.4 Características del producto.....</b>	<b>42</b>
<b>7.6.5 Características Pashmina Tradicional ilustración N.13 .....</b>	<b>43</b>
<b>7.6.6 Recursos clave .....</b>	<b>43</b>
<b>7.6.7 Relaciones producto vs cliente .....</b>	<b>43</b>
<b>7.6.7 Preferencia con la marca .....</b>	<b>43</b>
<b>7.6.8 Estrategias que definen el precio .....</b>	<b>44</b>
<b>7.6.9 La empresa.....</b>	<b>44</b>
<b>7.6.10 Definiciones Técnicas .....</b>	<b>47</b>
<b>7.6.10.2 Confección a mano.....</b>	<b>47</b>
<b>7.6.10.3Tipos de costura a mano. (Costura a mano, primeros pasos).....</b>	<b>47</b>
<b>7.6.10.4 Tipos Confección industrial .....</b>	<b>48</b>
<b>7.6.10.5 Confección de Gorros impermeables.....</b>	<b>49</b>

<b>7.7 Digitalización de procesos, 7 tendencias en logística a partir del año 2018. ....</b>	<b>50</b>
<b>7.7.1. Automatización y almacenes robotizados. ....</b>	<b>50</b>
<b>7.7.2 . IoT y Bienes sensorizados .....</b>	<b>50</b>
<b>7.7.3. Big Data .....</b>	<b>51</b>
<b>7.7.4. La última milla.....</b>	<b>51</b>
<b>7.7.5. Logística Verde .....</b>	<b>51</b>
<b>7.7.6. Impresión en 3D.....</b>	<b>51</b>
<b>7.7.7. Erp Logístico .....</b>	<b>51</b>
<b>7.8.Misión.....</b>	<b>52</b>
<b>7.9.Visión.....</b>	<b>52</b>
<b>7.10 DESARROLLO DE SEGUNDO OBJETIVO:ENTORNO.....</b>	<b>53</b>
<b>7.10.1 Aspectos Externos pestel y Porter.....</b>	<b>53</b>
<b>7.10.2 Evaluación Matriz EFE.....</b>	<b>56</b>
<b>7.10.2.1Conclusión matriz EFE .....</b>	<b>58</b>
<b>7.11 DESARROLLO DE TERCER OBJETIVO: ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>59</b>
<b>7.11.1Análisis de la demanda .....</b>	<b>60</b>
<b>7.11.2 Mercado del producto.....</b>	<b>60</b>
<b>7.11.3 Significado de La palabra pashmina .....</b>	<b>60</b>
<b>7.11.4 Ciclo de vida del producto .....</b>	<b>62</b>
<b>7.11.5 Mercado y segmentación de la demanda .....</b>	<b>63</b>
<b>7.11.6 Estimación de la demanda .....</b>	<b>64</b>
<b>7.11.6.1 Valor de la Demanda .....</b>	<b>64</b>
<b>7.11.6.2 Justificación precio Pashmina Impermeable .....</b>	<b>64</b>
<b>7.11.7 Encuesta.....</b>	<b>65</b>
<b>7.11.7.1Objetivos de la encuesta .....</b>	<b>65</b>

7.11.7.2	<b>Criterios para seleccionar estas personas .....</b>	<b>66</b>
7.11.7.3	<b>Muestra.....</b>	<b>66</b>
7.11.8.	<b>Resultados.....</b>	<b>67</b>
7.11.2	<b>Conclusión general de la encuesta.....</b>	<b>79</b>
7.12	<b>Proyección de Demanda .....</b>	<b>80</b>
7.12.1	<b>Volumen y tasa de crecimiento Bogotá- 2020 por grupos de edad .....</b>	<b>80</b>
7.12.2	<b>Oferta competitiva .....</b>	<b>80</b>
7.12.3	<b>Oferta oligopólica .....</b>	<b>80</b>
7.12.4	<b>Oferta monopólica.....</b>	<b>80</b>
7.12.5	<b>Cracterísticas de los competidores en sector.....</b>	<b>82</b>
7.12.6	<b>Análisis de precios.....</b>	<b>83</b>
7.12.7	<b>Canales y estrategias de distribución.....</b>	<b>84</b>
7.12.8	<b>Tipos de canales de distribución.....</b>	<b>85</b>
7.12.9	<b>Criterios de la selección de canales de distribución. ....</b>	<b>85</b>
7.13	<b>DESARROLLO DE CUARTO OBJETIVO: ESTUDIO TECNICO Y FINANCIERO .....</b>	<b>87</b>
7.13.1	<b>ESTUDIO TECNICO.....</b>	<b>88</b>
7.13.1.2	<b>Análisis de materia prima .....</b>	<b>88</b>
7.13.1.3	<b>Localización del proyecto .....</b>	<b>91</b>
7.13.1.3	<b>Tamaño del proyecto .....</b>	<b>92</b>
7.13.1.4	<b>Proceso productivo de confección.....</b>	<b>93</b>
7.13.1.5	<b>Confección .....</b>	<b>93</b>
7.13.1.6	<b>Ficha técnica Pashmina Impermeable.....</b>	<b>94</b>
7.13.1.7	<b>Atención al cliente directo.....</b>	<b>97</b>
7.13.1.8.	<b>Atención al cliente vía telefónica .....</b>	<b>98</b>
7.13.1.9	<b>Distribución del lugar .....</b>	<b>100</b>

<b>7.13.1.10 ASPECTOS INTERNOS.....</b>	<b>101</b>
<b>7.13.1.11 MATRIZ DOFA .....</b>	<b>101</b>
<b>7.13.1.12MATRIZ EFI .....</b>	<b>108</b>
<b>7.13.2 ESTUDIO FINANCIERO .....</b>	<b>109</b>
<b>7.13.2.1 Determinación de la inversión inicial .....</b>	<b>110</b>
<b>7.13.2.2 Inversión fija.....</b>	<b>110</b>
<b>7.13.2.3. Costos.....</b>	<b>111</b>
<b>7.13.2.4. Balance General.....</b>	<b>121</b>
<b>7.13.2.5. Estado de resultados.....</b>	<b>124</b>
<b>7.13.2.6. Flujo de caja .....</b>	<b>125</b>
<b>7.13.2.8. Criterios de viabilidad del Proyecto .....</b>	<b>127</b>
<b>CAPITULO TERCERO .....</b>	<b>130</b>
<b>8 . ESTRATEGIAS .....</b>	<b>130</b>
<b>8.1.1 Estrategias del producto .....</b>	<b>130</b>
<b>8.1.2 Estrategias de precios.....</b>	<b>131</b>
<b>8.1.3 Estrategias de plaza.....</b>	<b>131</b>
<b>8.1.4 Estrategias de publicidad y promoción.....</b>	<b>132</b>
<b>8.2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL .....</b>	<b>133</b>
<b>8.2.1 Ámbito jurídico.....</b>	<b>133</b>
<b>8.2.2 Organigrama.....</b>	<b>134</b>
<b>8.3 ASPECTOS LEGALES.....</b>	<b>143</b>
<b>8.3.1 NORMATIVIDAD TÉCNICA .....</b>	<b>143</b>
<b>9 .CONCLUSIONES.....</b>	<b>146</b>
<b>10 .RECOMENDACIONES .....</b>	<b>147</b>
<b>11 .BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>148</b>

## Lista de Ilustraciones

<b>Ilustración 1.Tipos de Fibras .....</b>	<b>16</b>
<b>Ilustración 2.Macroentorno y Microentorno de una Empresa .....</b>	<b>24</b>
<b>Ilustración 3.Dofa Personal .....</b>	<b>30</b>
<b>Ilustración 4.Lideres en Industria .....</b>	<b>32</b>
<b>Ilustración 5.Amor por la idea .....</b>	<b>33</b>
<b>Ilustración 6.Costo de implementación .....</b>	<b>33</b>
<b>Ilustración 7.Oportunidades de crecimiento .....</b>	<b>34</b>
<b>Ilustración 8.Situación del mercado .....</b>	<b>34</b>
<b>Ilustración 9.Trabajo pesado .....</b>	<b>35</b>
<b>Ilustración 10.Amenazas.....</b>	<b>36</b>
<b>Ilustración 11.Modelo pashmina Impermeable.....</b>	<b>38</b>
<b>Ilustración 12 Pendón Pashmina .....</b>	<b>39</b>
<b>Ilustración 13.Foto modelo pashmina con gorro impermeable escodido .....</b>	<b>40</b>
<b>Ilustración 14.Foto modelo pashmina Impermeable con gorro a luz .....</b>	<b>41</b>
<b>Ilustración 15.Pashmina estilo bufanda de abrigo .....</b>	<b>42</b>
<b>Ilustración 16.Efecto hidrofóbico en la agregación de anfifilos.....</b>	<b>45</b>
<b>Ilustración 17.Precios Competencia pashminas .....</b>	<b>65</b>
<b>Ilustración 18.Gráfica pregunta N.1.....</b>	<b>69</b>
<b>Ilustración 19.Gráfica pregunta N.2.....</b>	<b>70</b>
<b>Ilustración 20.Gráfica pregunta N.3.....</b>	<b>71</b>
<b>Ilustración 21.Gráfica pregunta N.4.....</b>	<b>72</b>
<b>Ilustración 22.Gráfica pregunta N.5.....</b>	<b>73</b>
<b>Ilustración 23.Gráfica pregunta N.6.....</b>	<b>74</b>

<b>Ilustración 24.Gráfica pregunta N.7</b> .....	75
<b>Ilustración 25.Gráfica pregunta N.8</b> .....	76
<b>Ilustración 26.Gráfica pregunta N.9</b> .....	77
<b>Ilustración 27.Gráfica pregunta N.10</b> .....	78
<b>Ilustración 28.Gráfica pregunta N.11</b> .....	79
<b>Ilustración 29.Mapa Ubicación Empresa Textiles Impermeables JSB</b> .....	92
<b>Ilustración 30.Proceso confección Diagrama Flujo</b> .....	96
<b>Ilustración 31.Atención al cliente directo</b> .....	99
<b>Ilustración 32.Atención al cliente vía telefónica</b> .....	99
<b>Ilustración 33.Distribución de la Planta</b> .....	101
Ilustración 34.Cotización máquina plana .....	111
Ilustración 35.Organigrama Empresa textiles Impermeables JSB .....	134

### **Lista de Tablas**

<b>Tabla 1.Lista de chequeo de los aspectos Externos PESTEL</b> .....	54
<b>Tabla 2.Lista de chequeo para Análisis de las 5 Fuerzas de Porter</b> .....	55
Tabla 3.Matriz EFE.....	56
Tabla 4.MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS (EFE).....	57
Tabla 5.Preguntas encuesta sobre Introducción Empatía.....	68
<b>Tabla 6.Porcentajes Pregunta N.1</b> .....	68
<b>Tabla 7.Porcentajes Pregunta N.2</b> .....	69
<b>Tabla 8.Porcentajes Pregunta N.3</b> .....	70
<b>Tabla 9.Porcentajes Pregunta N.4</b> .....	71

<b>Tabla 10.Porcentajes Pregunta N.5</b> .....	72
<b>Tabla 11.Porcentajes Pregunta N.6</b> .....	73
<b>Tabla 12.Porcentajes Pregunta N.7</b> .....	74
<b>Tabla 13.Porcentajes Pregunta N.8</b> .....	75
<b>Tabla 14.Porcentajes Pregunta N.9</b> .....	76
<b>Tabla 15.Porcentajes Pregunta N.10</b> .....	77
<b>Tabla 16.Porcentajes Pregunta N.11</b> .....	78
<b>Tabla 17.Tabla de competidores directos en el Sector</b> .....	81
<b>Tabla 18.Proveedores de Materia prima</b> .....	90
<b>Tabla 19.Proveedores de maquinaria</b> .....	90
<b>Tabla 20.Ficha tecnica Pashmina Impermeable</b> .....	95
<b>Tabla 21.MATRIZ DOFA</b> .....	101
<b>Tabla 22.DOFA EMPRESARIAL</b> .....	104
Tabla 23.MATRIZ EFI-FACTORES INTERNOS.....	108
Tabla 24.inversión inicial.....	110
Tabla 25.Total Activos inversión fija.....	111
Tabla 26.otros costos de Producción.....	112
Tabla 27.Gastos de venta y administración.....	113
<b>Tabla 28.Variables macroeconómicas</b> .....	113
<b>Tabla 29.Costo de Materia Prima</b> .....	114
<b>Tabla 30.Costo de mano de obra</b> .....	115
<b>Tabla 31.Unidades vendidas</b> .....	116
<b>Tabla 32.Incremento de precios</b> .....	117
<b>Tabla 33.Obligaciones Financieras</b> .....	118
<b>Tabla 34.Consolidado de Proyecciones</b> .....	118

<b>Tabla 35. Balance General .....</b>	<b>121</b>
<b>Tabla 36. Estado de Resultados .....</b>	<b>124</b>
<b>Tabla 37. Flujo de caja.....</b>	<b>125</b>
<b>Tabla 38. Criterios de viabilidad del Proyecto .....</b>	<b>127</b>

## **CAPITULO PRIMERO**

### **1 .INTRODUCCIÓN**

El presente documento tiene como finalidad analizar la factibilidad de la creación de la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB, de tal manera que se aporten ideas y herramientas con la posibilidad de éxito en el mediano plazo en el ejercicio de su actividad económica.

Ninguna empresa puede evitar la influencia del medio en que se desarrolle y funcione a lo largo de su existencia como entidad productiva, pero sí se pueden prever ciertas situaciones y condiciones para manejarlas, de tal manera que disminuyan el impacto negativo de los cambios o fluctuaciones que pueden darse por procesos macroeconómicos de las zonas donde su influencia como empresa ayuda al desarrollo del entorno de la sociedad en la que está emplazada.

Por lo tanto, cada estrategia que se utilice debe analizarse previamente y en algunos casos, y de ser posible, probarse en diversos y diferentes esquemas o escenarios. Entre las estrategias más comunes y que muchas veces determinan el éxito o fracaso son: seguir de cerca a los consumidores en sus gustos y/o preferencias, estar pendiente a los cambios de la competencia, buscar adaptarse rápidamente a las nuevas tendencias, analizar el espacio productivo, organizar y mantener el personal idóneo, cuantificar los ingresos y egresos, mantener la agilidad y la versatilidad con la que se enfrente la empresa a las diferentes externalidades.

Toda Entidad o Grupo económico merece ser parte de un estudio si se desea obtener el máximo beneficio de su actividad, teniendo siempre presente que es bastante difícil captar todas y cada una de las características económicas en su máxima expresión, es decir: El Éxito no está garantizado, pero puede asegurarse un notable porcentaje, con la previsión, el cuidado y la constancia.

“A partir de la segunda mitad del Siglo XX la industria textil y del vestido comenzó a tomar fuerza, su producción a nivel mundial creció a un ritmo acelerado convirtiéndose en un motor de crecimiento importante para muchos países. La industria se especializó en aparatos productivos para crear, confeccionar y producir insumos dirigidos a la industria de textiles en general.

A nivel nacional la industria textil y de la confección ocupa un lugar destacado por su aporte en el PIB Nacional Colombiano y por consiguiente en la notoria participación en la generación y mantenimiento de empleos. A partir del año 2000 la actividad comenzó a experimentar dificultades por la introducción indiscriminada de productos de origen chino; sin embargo en fechas recientes la industria del vestido ha logrado volver a repuntar, debido principalmente a que los insumos y productos traídos de otros países no cumplen con la calidad y son altamente perecederos, lo cual impacta notablemente a las economías familiares y en especial en aquellas que viven en lugares relativamente apartados de las grandes ciudades y que son altamente susceptibles de recibir productos de contrabando para comerciarse casi que exclusivamente en estas pequeñas ciudades y pueblos” (Banco Mundial, 2010)

Un panorama como este, en esencia prometedor, le genera retos a la industria textil colombiana que debe repensar su estrategia de negocio para competir en un mercado cada vez más especializado. Hoy la moda está en las manos del consumidor, razón por la cual las prioridades estratégicas de todo negocio deben girar en torno a él, ofreciéndole una oferta de moda variada y permanente y con tiempos de respuesta rápidos y flexibles.

Las oportunidades que se deben maximizar con la llegada de tratados de libre comercio y alianzas con países vecinos, permiten atraer la mirada de inversionistas internacionales, consolidar mercados con otros países, exportar productos, complementar la oferta de insumos y desarrollar transferencia de conocimiento con los países socios. Colombia debe analizar la

competitividad con un enfoque a la innovación, para que este sector siga sonando fuerte en los próximos años.

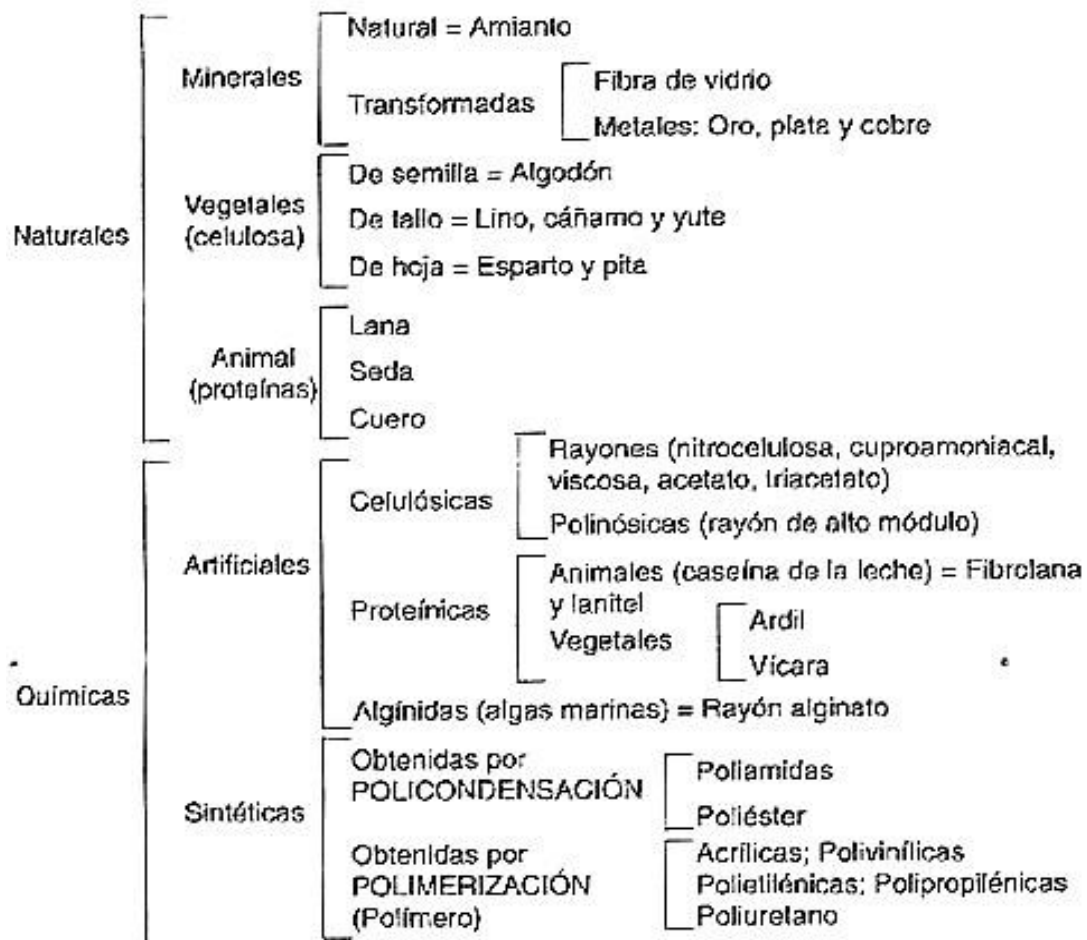
Crear empresa es muy complicado y crear industria es aún más difícil, pero con técnica, ánimo y preparación puede cumplirse con la visión de tener una organización especializada en hacer las cosas bien, generar progreso y obtener los beneficios económicos adecuados para trascender por muchos años en el ejercicio y la actividad económica.

De acuerdo con lo anterior, la naciente Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB está clasificada dentro de la industria textil, dado que se dedicará a la confección y elaboración de pashminas con gorro impermeable adherido, así mismo a elaboración de prendas elaboradas con telas impermeables hidrófibras.

Hoy en día, la innovación es el sello distintivo de la industria de fibras manufacturadas. Las fibras más numerosas y diversas que las encontradas en la naturaleza son ahora rutinariamente creadas en los laboratorios de la industria. Variantes de nylon, poliéster y olefina se utilizan para producir alfombras que pueden ser fácilmente lavadas, incluso 24 horas después de haber sido manchada. Spandex elástico y poliésteres símil seda lavables a máquina ocupan lugares sólidos en el mercado de prendas. Los mejores microfibras están rehaciendo el mundo de la moda.

Para usos industriales, las fibras manufacturadas implacablemente reemplazan a los materiales tradicionales; desde los pañales super-absorbentes hasta los materiales de construcción de trajes espaciales. También tienen lugar las telas no tejidas de fibras sintéticas cuyas aplicaciones se encuentran en batas quirúrgicas y la ropa desechable entre otros usos. Las telas no tejidas, rígidas como el papel o suaves y cómodas como el paño, se hacen sin tricotar o tejer. (Pellini, C., 2014).

### Ilustración 1. Tipos de Fibras



(Pellini, C., 2014).

### **Cronología de la producción comercial de algunas fibras**

1889 - Celulosa regenerada

1890 - Rayón cupramonio

1892 - Rayón viscosa

1924 - Acetato

1930 - Acrilonitrilo

1936 - Vidrio

1939 - Nylon

1939 - Vinyon

1939 - Vinyon

1941 - Saran

1946 - Metálicas

1949 - Modacrílica

1949 - Olefinas

1950 - Acrílico

1953 - Poliéster

1959 - Spandex

1960 - Modal

1961 - Aramidas

1968 - Carbono

1972 - Aramidas

1979 - Dyneema/Spectra

1983 - PBI

1983 - Sulfar

1992 - Lyocell

2002 - PLA

Nota: pueden existir incongruencias en la cronología de la producción de fibras dependiendo de la fuente.

(Blog dedicado a los materiales plásticos, 2012)

## 2 .ANTECEDENTES

“La ciudad de Bogotá(Cundinamarca) capital de la República de Colombia catalogada como la ciudad de las oportunidades cumple 481 años, teniendo en la actualidad aproximadamente 7.200.000 habitantes según DANE al año 2018; para el 2032 llegará a 8.374.333 creando a partir de múltiples situaciones y causas un paso obligado de comerciantes viajeros y desarrollo de industria. Bogotá se destaca por su fortaleza económica asociada al tamaño de su producción, las facilidades para crear empresas y hacer negocios, la madurez financiera, la atracción de empresas globales y la calidad de su capital humano, Bogotá es el principal mercado de Colombia y de la Región Andina, y el primer destino de la inversión extranjera directa que llega a Colombia; igualmente es la plataforma empresarial más grande de Colombia en donde ocurren la mayoría de los emprendimientos de alto impacto”. (DANE, oiganoticias 2019)

Bogotá también cuenta con el Centro de Ferias y Exposiciones de Corferías, que es sede de eventos de tipo cultural. Aquí se llevan a cabo varias Ferias como Expo artesanías, y Ferias del libro entre otras, las cuales permite el fácil acceso a hacer emprendimiento e introducir productos y servicios en el mercado.

El asentamiento de nuevas empresas origina la creación de nuevas organizaciones para proveer insumos, productos y servicios igual que entidades que los distribuyen con mayor facilidad y menor tiempo, como lo son centros comerciales y tiendas de cadena. Según cifras oficiales del Gobierno, el mercado de los centros comerciales en Colombia no parece afectarse por la situación que se vive en sus locales. En 2018, los complejos nacionales alcanzaron una facturación de 40 000 millones de dólares y un crecimiento del 2,8 % anual, mientras que para este año se espera la apertura de al menos 11 nuevos centros comerciales de gran tamaño.

*(Departamento Administrativo Distrital de Estadísticas (DANE). (s.f.). DANE. Obtenido de DANE: [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co) )*

“El clima de Bogotá, debido a su altitud (2640 metros sobre el nivel del mar), es un tipo de clima tropical pero con influencias de la montaña. Así pues, es un tipo de clima moderadamente frío, aunque bastante suave y llevadero.

Durante el año Bogotá se encuentra con una temperatura media que ronda los 15°C”, teniendo en cuenta este dato se encuentra la necesidad de crear la empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB que desarrolla una nueva alternativa, confeccionar prendas con telas hidrofóbicas que a su vez son fabricadas con telas ecológicas y suministros reciclables; de esta forma TEXTILES IMPERMEABLES JSB ofrece un sistema de protección impermeabilizado para los tiempos variables como lo son lluvia, vientos y ratos de sol , sin dejar de lado la coincidencia en el atuendo con oficio, ocupación, labor o profesión. En todos los casos se ha descubierto que la mejor opción de Distribuir y comercializar estas prendas es a través de los centros comerciales y tiendas de cadena ya que son un buen punto para que emprendedores y empresas reconocidas con alguna exclusividad e innovación ofrezcan y exhiban productos y servicios de alta calidad de fácil acceso y distinción”. (INVIAS, 2016).

El presente trabajo de investigación referido a “Analizar la factibilidad de realizar un proyecto de creación de una empresa de confección de prendas impermeables con telas hidrofóbicas en Ciudad de Bogotá D.C.” se basará en la modalidad del proyecto, pues corresponde a un proyecto de desarrollo por cuanto está encaminado a resolver problemas prácticos a través de una evaluación del proyecto en mención.

### 3 .JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se enfocará en analizar la factibilidad de establecer una empresa de TEXTILES IMPERMEABLES JSB que permita buscar la posición número uno en el mercado de la provisión de prendas impermeables de calidad, exclusividad y con el pacto de un precio justo y adecuado para el Cliente en la ciudad de Bogotá zona norte.

Si bien existe competencia en el medio de la confección y diseño de prendas confeccionadas con telas impermeables para diversos clientes quizás falta el contrapeso para que esta sana competencia se vea reflejada en los productos que se les ofrecen a los clientes.

Esta investigación de analizar la factibilidad de establecer La Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB propenderá porque los Clientes de Bogotá no sigan buscando en otras ciudades como Medellín, Manizales y Bucaramanga, entre otras, prendas confeccionadas con telas hidrofóbicas e impermeables que muy bien pueden fabricarse y confeccionarse en esta ciudad.

El analizar la factibilidad de establecer una empresa que confeccione prendas impermeables con materia prima ecológica resulta un proyecto efectivo pues además de ser muy barato de producir, este proyecto pretende implementar dichas prendas en el mercado a bajo costo para que sea accesible a los clientes. Esto beneficiaría no solo la economía sino que reduciría la contaminación ambiental.

De acuerdo con esta justificación se formula la siguiente pregunta problema:

¿Cómo analizar la factibilidad de establecer una empresa que confeccione prendas impermeables con materia prima ecológica en la Ciudad de Bogotá D.C?

## **4 .OBJETIVOS**

### **4.1OBJETIVO GENERAL**

Analizar la factibilidad de realizar un proyecto de creación de una empresa de confección de prendas impermeables con telas hidrofóbicas en Ciudad de Bogotá D.C.

### **4.2OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar y desglosar claramente la idea general del negocio de fabricar y confeccionar prendas impermeables con telas hidrofóbicas para empresas distribuidoras, determinando la necesidad y oportunidad de negocio que representa esta actividad en Bogotá.
- Realizar un estudio sobre el entorno dentro del cual se desarrollará la idea de negocio estableciendo una evaluación de los factores externos a ella.
- Efectuar un diagnóstico del sistema de comercialización relacionado con la posible empresa, considerando una metodología integral, basada en técnicas modernas.
- Plantear un proyecto para el establecimiento de la empresa **TEXTILES IMPERMEABLES JSB** considerando aspectos internos para su ejecución, teniendo en cuenta el tamaño de la empresa, la localización espacial, la tecnología básica para resaltar en el medio en que se va a competir, el análisis financiero de su viabilidad y el posible plan de acción a llevar cabo.

## 5 .REVISIÓN DE LITERATURA

### 5.1 Idea General del negocio

Se observa que se propone abordar la idea de negocio en 8 pasos :

Concepto de negocio

Propuesta de valor

Modelo de negocio

ventajas competitivas

Fuentes de ingresos

Clientes y Mercadeo

Financiación

Experiencia del equipo

Todo proyecto parte de una idea empresarial que por lo general está basada en una oportunidad del mercado .A la hora de identificar una oportunidad y, por lo tanto, desarrollar una buena idea, el emprendedor tiene que tener en cuenta sus capacidades creativas e innovadoras, motivaciones, experiencia acumulada sobre el área o sector. Para lo cual requiere tener un profundo conocimiento del entorno (de la situación socioeconómica, del mercado, de los clientes, de los competidores), pues tiene que valorar las necesidades que puede satisfacer, los huecos de mercado que puede cubrir y la ventaja competitiva respecto a la competencia. (montes, 2009).

### 5.2 Estudio sobre el entorno dentro del cual se desarrolla la idea de negocio

El estudio del entorno para desarrollar una idea de negocio trata de una herramienta estratégica útil para comprender los ciclos de un mercado, la posición de una empresa, o la dirección operativa.

### 5.2.1 Los factores se clasifican en cuatro bloques

\* **Político - legales:** Factores relacionados con la regulación legislativa de un gobierno. Ejemplo: Legislación antimonopólico, Leyes de protección del medio ambiente y a la salud, Políticas impositivas, Regulación del comercio exterior, Regulación sobre el empleo, Promoción de la actividad empresarial, Estabilidad gubernamental.

\* **Económicos:** Factores de índole económica que afectan al mercado en su conjunto (a unos sectores más que a otros). De entre ellos, podemos mencionar: ciclo económico, Evolución del PNB, Tipos de interés, Oferta monetaria, Evolución de los precios, Tasa de desempleo, Ingreso disponible, Disponibilidad y distribución de los recursos, Nivel de desarrollo.

\* **Socio-culturales:** Configuración de los integrantes del mercado y su influencia en el entorno. Véase variables como la evolución demográfica, Distribución de la renta, Movilidad social, Cambios en el estilo de vida, Actitud consumista, Nivel educativo, Patrones culturales y la Religión.

\* **Tecnológicos:** Estado de desarrollo tecnológico y sus aportes en la actividad empresarial. Depende de su estado la cifra en gasto público en investigación, Preocupación gubernamental y de industria por la tecnología, Grado de obsolescencia, Madurez de las tecnologías convencionales, Desarrollo de nuevos productos, Velocidad de transmisión de la tecnología (Wikipedia, 2013) .

### 5.3 Diagnóstico del sistema de comercialización relacionado con la posible empresa

#### Ilustración 2. Macroentorno y Microentorno de una Empresa



(empresa, 2018)

#### 5.3.1 Análisis Pest

El análisis Pest se puede definir como el estudio de los factores políticos -legales , económicos , Socioculturales , tecnológicos que influyen sobre una determinada organización .El objetivo del análisis Pest es identificar las variables del ambiente mas externo de la empresa que afectan o pueden afectar a la estrategia a seguir por la empresa en el futuro.

Para realizar este analisis se requieren dos cosas :

Determinar el mercado y los limites de la actuacion de la empresa

Definir los sitios geograficos donde opera la empresa o al menos donde quiere centrar el estudio. (empresa o. , 2018) Para analizar la factibilidad de realizar un proyecto de creación de una empresa de confección de prendas impermeables con telas hidrofóbicas en Ciudad de

Bogotá D.C.” se debe crear un marco metodológico eficiente que permita identificar la viabilidad del proyecto.

La metodología también denominada “material y métodos” o “procedimientos” consiste en: El diseño metodológico es la descripción de cómo se va a realizar la investigación, o también; La estrategia utilizada para comprobar una hipótesis o un grupo de hipótesis. Un diseño metodológico es la forma particular como cada interventor/a organiza su propuesta de intervención. Lo metodológico debe estar soportado por la postura epistemológica, conceptual y ontológica del interventor/a; es decir, cada diseño metodológico ha de responder con coherencia interna a la concepción de ser humano, a la concepción de educación y a los principios pedagógicos que orientan a cada interventor/a en su quehacer. Por lo tanto, se puede decir que el tipo de diseño utilizado en este proyecto es de tipo metodológico ya que es una descripción de cómo se va a llevar a cabo la investigación y para observar si es viable realizar un proyecto de creación de una empresa de confección de prendas impermeables con telas hidrofóbicas en Ciudad de Bogotá D.C. (Dormer, 1995) .

#### **5.4 Planteamiento del proyecto para el establecimiento de la empresa textiles impermeables JSB**

En este punto se consideran aspectos internos y externos para su ejecución en temas tales como (aspectos políticos-económicos-socioculturales-tecnológicos-ecológicos y legales) teniendo en cuenta tamaño de la empresa, localización espacial, la tecnología básica para resaltar en el medio en que se va a competir, el análisis financiero de su viabilidad y el posible plan de acción. En este sentido se aprecia que las empresas son sistemas abiertos que deben mantener el equilibrio entre las influencias provenientes del mundo externo y las exigencias y necesidades internas (Evan, 1976). La cultura cambia de manera natural en respuesta a las transformaciones que se producen en la empresa, en sus miembros o en su entorno (Hodge, Anthony y Gales, 1998), al ser un producto de doble proceso: de

importación cultural desde el entorno social de la empresa y de construcción desde dentro (Kaufmann, 1993). Por lo tanto, a la hora de estudiar la cultura de una empresa hay que considerar necesariamente cuál es el contexto en que desarrolla su actividad, y el papel de la organización interna como elemento clave del éxito. (J, 2008)

## **6 .METODOLOGÍA**

El presente trabajo de investigación referido a “Analizar la factibilidad de realizar un proyecto de creación de una empresa de confección de prendas impermeables con telas hidrofóbicas en Ciudad de Bogotá D.C.” se basará en la modalidad del proyecto, pues corresponde a un proyecto de desarrollo por cuanto está encaminado a resolver problemas prácticos a través de una evaluación del proyecto en mención.

Para abordar de manera organizada el desarrollo del proyecto y a la vez que sea coherente con los objetivos propuestos se tendrán en cuenta estas etapas:

### **6.1. Idea**

Identificar y desglosar claramente la idea general del negocio de fabricar y confeccionar prendas impermeables con telas hidrofóbicas para empresas distribuidoras, determinando la necesidad y oportunidad de negocio que representa esta actividad en Bogotá.

Para identificar y desglosar claramente la idea general del negocio se tendrá en cuenta un DOFA personal, identificar 5 ideas creativas, priorizar las ideas creativas y por último plasmar la idea de negocio basado en modelo de Pitch del HBR (Avaloz, 2016).

### **6.2. Entorno**

Realizar un estudio sobre el entorno dentro del cual se desarrollará la idea de negocio estableciendo una evaluación de los factores externos a ella.

Para medir el segundo objetivo propuesto de realizar un estudio sobre el entorno dentro del cual se desarrollará la idea de negocio estableciendo una evaluación de los factores externos a ella, se realizarán encuestas que determinen variables de categorización y un mapa de empatía que arroja la empatía que tiene el producto ante sus posibles clientes. También se planteará un análisis externo por método PESTEL y cinco fuerzas de Porter; esto permitirá medir el objetivo de plantear un proyecto para el establecimiento de la empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB considerando aspectos externos para su ejecución.

### **6.3. Estudio de Mercado**

Efectuar un diagnóstico del sistema de comercialización relacionado con la posible empresa, considerando una metodología integral, basada en técnicas modernas.

Al efectuar un diagnóstico del sistema de comercialización relacionado con la posible empresa, se tendrán en cuenta las 4ps del vendedor (empresa), por las 4cs del cliente (Cliente –Costo –Comunicación y Conveniencia), así se identificará si es rentable plantear proyecto.

Es importante identificar las bases en las que se fundamenta este proyecto, desarrollando las siguientes actividades.

-Identificar el mercado objetivo para Analizar la factibilidad de realizar un proyecto de creación de una empresa de confección de prendas impermeables con telas hidrofóbicas en Ciudad de Bogotá D.C.

Variables de Categorización: Para realizar este trabajo se seleccionarán 3 variables de categorización:

-Edad, Sexo- Nivel Socioeconómico de los encuestados, considerando un mapa de empatía para el producto innovador pashmina impermeable.

- Determinar lugares dónde se realizarán encuestas para identificar empatía de clientes con el producto.

- Revisar fuentes en libros, enciclopedias, biblioteca usta etc.
- Diseñar un modelo de encuesta
- Aplicar mapa de empatía a los posibles clientes
- Hacer una prueba piloto
- Hacer ajustes correspondientes
- Aplicar encuesta
- Tabular
- analizar.

#### **6.4. Estudio Técnico y Financiero**

Plantear un proyecto para el establecimiento de la empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB considerando aspectos internos para su ejecución, teniendo en cuenta el tamaño de la empresa, la localización espacial, la tecnología básica para resaltar en el medio en que se va a competir, el análisis financiero de su viabilidad y el posible plan de acción a llevar a cabo.

Estudio Técnico

- Fuentes Secundarias
- Consultar expertos
- Trámites para constituir empresa

Estudio Financiero.

- Realizar cotizaciones
- Tasas de interés
- Consultar conceptos sobre finanzas y evolución de proyectos
- Identificar responsables que ejecutarán las actividades pertinentes

Medición de los objetivos propuestos.

## **6.5 Planeación estratégica**

### **6.5.1 Objetivos estratégicos**

- Estar ubicados en un lugar estratégico en la ciudad de Bogotá que sea visitado por el consumidor(norte de la ciudad-centros comerciales).
- En el año 2020 ser una empresa líder en la producción y venta de pashminas Impermeables a nivel regional y nacional.
- Dar a conocer a la comunidad y al consumidor utilizando una buena publicidad, para que este recuerde fácilmente nuestro producto.

### **6.5.2 Objetivos Tácticos**

- Ofrecerle al consumidor una buena calidad en cuanto a la fabricación de pashminas impermeables .
- Que la comunidad conozca el producto “pashmina impermeable”.
- Saber si el consumidor se encuentra satisfecho con las pashminas Impermeables .
- Trabajar de la mano con otras empresas que también se encuentren ubicadas en nuestro sector (textil), para mostrar al cliente que somos una empresa competidora en el mercado.

### **6.5.3 Objetivos Tacticos Operativos**

- Poseer el apoyo de los proveedores para garantizar una buena calidad de las pashminas al consumidor.
- Dar muestras de manera física al consumidor.
- Tener un buen desempeño en cuanto a la competencia con otras empresas del sector.

## CAPITULO SEGUNDO

**7 .RESULTADOS PLANTEADOS EN LA METODOLOGIA****7.1 DESARROLLO DEL PRIMER OBJETIVO:IDEA****7.2 Análisis DOFA personal**

Para determinar y definir la idea se organizó el DOFA personal, tratando de identificar Ideas Creativas y priorizarlas.

**Ilustración 3.Dofa Personal**

<b>DOFA PERSONAL</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	Sociable, emprendedora, amable, honesta, crítica, fiel tolerante, trabajadora ,creativa, don de gentes.	Dispersa, olvidadiza, noble.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS F.O</b>	<b>ESTRATEGIAS D.O</b>
Vida social, familia, estudio , experiencia y relacionarme con diferentes culturas	Mostrar más la parte en que me fortalezco para así mismo poner a cabo mis oportunidades lograr cumplir mis proyectos.  Como estrategia tengo 5 ideas creativas que mantienen toda mi intención a estudiar y llevar a cabo como lo son :  -Escuela de futbol supercampeones F:C.  -Empresa de confección de prendas impermeables con telas	Con las oportunidades que tengo debo fusionarlas junto con mis debilidades para así ir las minimizando y poder cambiar las partes que me debilitan como ser humano.

	<p>hidrofóbicas en ciudad de Bogotá D.C.</p> <p>-Servicio de spa y salud para empresas para motivacion del personal.</p> <p>-Servicio educativo y tecnologico para poblaciones más vulnerables.</p> <p>-Servicio de lavanderia y costureria monitoreada desde casa.</p>	
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS F.A</b>	<b>ESTRATEGIAS D.A</b>
Competencia, poco empleo y personas malintencionadas.	Es importante saber que en el mundo ocasionalmente no todos son honestos y en base a mis fortalezas debo moverme para así no dejar que estas amenazas me causen problemas.	Ponerme metas para enfrentarme con mis debilidades para que al bajarlas pueda saber enfrentar lo que me está amenazando o que en algún eventualidad me pueda amenazar

### 7.3 Ideas de creatividad

Teniendo en cuenta el DOFA PERSONAL, se definieron 5 ideas de creatividad que permitieron que posteriormente solo 1 fuera la escogida.

- **ESCUELA DE FUTBOL SUPERCAMPEONES F.C**
- **EMPRESA DE CONFECCIÓN DE PRENDAS IMPERMEABLES CON TELAS HIDROFÓBICAS EN CIUDAD DE BOGOTÁ D.C.**
- **SERVICIO DE SPA Y SALUD PARA EMPRESAS PARA MOTIVACION DEL PERSONAL.**
- **SERVICIO EDUCATIVO Y TECNOLOGICO PARA POBLACIONES MÁS VULNERABLES.**
- **SERVICIO DE LAVANDERIA Y COSTURERIA MONITOREADA DESDE CASA.**

#### 7.4 Priorización de ideas

Después de haber organizado las ideas de creatividad se escogió la metodología de Priorización de ideas:

La metodología para priorizar ideas consideró los siguientes aspectos

Líderes en la industria (si – no)

Amor por la idea(de 1 – 5) donde 5 es mucho y 1 nada

Costos de implementación(de 1 – 5) donde 5 es costoso y 1 barato

Oportunidades de crecimiento(fácil, posible, difícil, muy difícil)

Situación del mercado(estable, competitiva, en auge, estancada)

Trabajo pesado(de 1 – 5) donde 5 es muy pesado 1 suave

Amenazas(de 1 – 5) donde 5 son muchas amenazas y 1 pocas.

#### Ilustración 4.Lideres en Industria

IDEA EMPRESARIAL	PONDERACIÓN ASIGNADA
ESCUELA DE FUTBOL SUPERCAMPEONES F.C	SI
EMPRESA DE CONFECCIÓN DE PRENDAS IMPERMEABLES CON TELAS HIDROFÓBICAS EN CIUDAD DE BOGOTÁ D.C.	SI
SERVICIO DE SPA Y SALUD PARA EMPRESAS PARA MOTIVACION DEL PERSONAL.	SI
SERVICIO EDUCATIVO Y TECNOLÓGICO PARA POBLACIONES MAS VULNERABLES	NO
SERVICIO DE LAVANDERIA Y COSTURERIA MONITOREADA DESDE CASA.	SI

Fuente:(Becerra, 2019)

### Ilustración 5. Amor por la idea

IDEA EMPRESARIAL	PONDERACIÓN ASIGNADA
ESCUELA DE FUTBOL SUPERCAMPEONES F.C	4
<input type="checkbox"/> EMPRESA DE CONFECCIÓN DE PRENDAS IMPERMEABLES CON TELAS HIDROFÓBICAS EN CIUDAD DE BOGOTÁ D.C.	5
SERVICIO DE SPA Y SALUD PARA EMPRESAS PARA MOTIVACION DEL PERSONAL.	3
SERVICIO EDUCATIVO Y TECNOLOGICO PARA POBLACIONES MAS VULNERABLES	2
SERVICIO DE LAVANDERIA Y COSTURERIA MONITOREADA DESDE CASA.	4

Fuente:(Becerra, 2019)

### Ilustración 6. Costo de implementación

IDEA EMPRESARIAL	PONDERACIÓN ASIGNADA
ESCUELA DE FUTBOL SUPERCAMPEONES F.C	NO
<input type="checkbox"/> EMPRESA DE CONFECCIÓN DE PRENDAS IMPERMEABLES CON TELAS HIDROFÓBICAS EN CIUDAD DE BOGOTÁ D.C.	NO
SERVICIO DE SPA Y SALUD PARA EMPRESAS PARA MOTIVACION DEL PERSONAL.	SI

SERVICIO EDUCATIVO Y TECNOLÓGICO PARA POBLACIONES MAS VULNERABLES	SI
SERVICIO DE LAVANDERIA Y COSTURERIA MONITOREADA DESDE CASA.	SI

Fuente:(Becerra, 2019)

### **Ilustración 7.Oportunidades de crecimiento**

<b>IDEA EMPRESARIAL</b>	<b>PONDERACIÓN ASIGNADA</b>
ESCUELA DE FUTBOL SUPERCAMPEONES F.C	POSIBLE,
<input type="checkbox"/> EMPRESA DE CONFECCIÓN DE PRENDAS IMPERMEABLES CON TELAS HIDROFÓBICAS EN CIUDAD DE BOGOTÁ D.C.	POSIBLE
SERVICIO DE SPA Y SALUD PARA EMPRESAS PARA MOTIVACION DEL PERSONAL.	DIFÍCIL
SERVICIO EDUCATIVO Y TECNOLÓGICO PARA POBLACIONES MAS VULNERABLES	MUY DIFÍCIL
SERVICIO DE LAVANDERIA Y COSTURERIA MONITOREADA DESDE CASA.	POSIBLE

Fuente:(Becerra, 2019)

### **Ilustración 8.Situación del mercado**

<b>IDEA EMPRESARIAL</b>	<b>PONDERACIÓN ASIGNADA</b>
ESCUELA DE FUTBOL SUPERCAMPEONES F.C	EN AUGE
<input type="checkbox"/> EMPRESA DE CONFECCIÓN DE PRENDAS IMPERMEABLES CON TELAS HIDROFÓBICAS EN CIUDAD DE BOGOTÁ D.C.	EN AUGE
SERVICIO DE SPA Y SALUD PARA EMPRESAS PARA MOTIVACION DEL PERSONAL.	COMPETITIVA
SERVICIO EDUCATIVO Y TECNOLÓGICO PARA POBLACIONES MAS VULNERABLES	ESTABLE
SERVICIO DE LAVANDERIA Y COSTURERIA MONITOREADA DESDE CASA.	ESTABLE

Fuente:(Becerra, 2019)

### **Ilustración 9.Trabajo pesado**

<b>IDEA EMPRESARIAL</b>	<b>PONDERACIÓN ASIGNADA</b>
ESCUELA DE FUTBOL SUPERCAMPEONES F.C	3
<input type="checkbox"/> EMPRESA DE CONFECCIÓN DE PRENDAS IMPERMEABLES CON TELAS HIDROFÓBICAS EN CIUDAD DE BOGOTÁ D.C.	3
SERVICIO DE SPA Y SALUD PARA EMPRESAS PARA MOTIVACION DEL PERSONAL.	4
SERVICIO EDUCATIVO Y TECNOLÓGICO PARA POBLACIONES	5

MAS VULNERABLES	
SERVICIO DE LAVANDERIA Y COSTURERIA MONITOREADA DESDE CASA.	3

Fuente:(Becerra, 2019)

### **Ilustración 10.Amenazas**

<b>IDEA EMPRESARIAL</b>	<b>PONDERACIÓN ASIGNADA</b>
ESCUELA DE FUTBOL SUPERCAMPEONES F.C	3
<input type="checkbox"/> EMPRESA DE CONFECCIÓN DE PRENDAS IMPERMEABLES CON TELAS HIDROFÓBICAS EN CIUDAD DE BOGOTÁ D.C.	5
SERVICIO DE SPA Y SALUD PARA EMPRESAS PARA MOTIVACION DEL PERSONAL.	4
SERVICIO EDUCATIVO Y TECNOLOGICO PARA POBLACIONES MAS VULNERABLES	5
SERVICIO DE LAVANDERIA Y COSTURERIA MONITOREADA DESDE CASA.	3

Fuente:(Becerra, 2019)

### **7.5 Conclusión de desarrollo de primer objetivo**

El resultado de aplicar la técnica para priorizar las ideas da los siguientes resultados en orden jerárquico:

**EMPRESA DE CONFECCIÓN DE PRENDAS IMPERMEABLES CON TELAS HIDROFÓBICAS EN CIUDAD DE BOGOTÁ D.C.**

Escuela de fútbol Súper Campeones F.C

Servicio de spa y salud para empresas para motivación del personal.

Servicio educativo y tecnológico para poblaciones más vulnerables

Servicio de lavandería y costuraría monitoreada desde casa.

## **7.6 Descripción de la idea de negocio**

Basado en el modelo de Pitch del HBR (Avaloz, 2016)

La idea general del negocio es analizar la viabilidad de crear una microempresa que confeccione prendas impermeables y que ofrezca productos innovadores como son las Pashminas impermeables.

### **7.6.1 Producto principal (Pashminas impermeable)**

Es básicamente la pashmina tradicional que adicionalmente tiene adherido por medio de un bolsillo un gorro impermeable (elaborado con telas hidrofóbicas), que permite el cubrimiento total de lluvia y sol, convirtiéndose en un accesorio útil que reemplaza el encarte de llevar paraguas.

Pashmina impermeable la hace única su innovación de gorro impermeable adherido por medio de un bolsillo, teniendo en cuenta que el material está hecho con materiales ecológicos, de alta tecnología.

El objetivo inmediato es crear un producto innovador y útil que proteja al cliente ante los cambios climáticos.

### **Ilustración 11. Modelo pashmina Impermeable**



Fuente:(Becerra, 2019)

#### **7.6.2 Oferta de valor**

La oferta de valor que se quiere darle a la PASHMINA es que siendo un artículo decorativo, que sirve para abrigarse y cuidar la garganta, en la actualidad se está viviendo una ola invernal fuerte; este accesorio también es símbolo de elegancia y distinción y por estas razones se quiere convertirla además en protección para la lluvia.

¿Cómo? Haciendo las PASHMINAS con doble fondo para que sea impermeable y proteja de la lluvia haciendo las veces de una sombrilla, pero teniendo la ventaja de no cargar nada adicional; es decir que en un solo artículo se encuentren varias funciones.

Ilustración 12 Pendón Pashmina



Fuente:(Becerra, 2019)

**Ilustración 13. Foto modelo pashmina con gorro impermeable escodido**



Fuente:propia

**Ilustración 14. Foto modelo pashmina Impermeable con gorro a luz**



Fuente:propia

### 7.6.3 Diferencias de propuesta de valor con respecto a los competidores

La principal diferencia que se quiere evidenciar con respecto a la competencia es que hasta el momento las PASHMINAS se venden en el mercado con el objetivo de decorar o como un accesorio para abrigarse del frío, darle un uso adicional impermeable sin que este artículo pierda su estética.

### 7.6.4 Características del producto

A diario mujeres y hombres usan y tiene en su guardarropa accesorios que complementan su vestuario, aunque algunas de esas prendas no tienen usos tan prácticos.

Una de esas prendas que requiere de una propuesta de valor es la **PASHMINA o BUFANDA**. Este accesorio está de moda y además es usado por hombres y mujeres sin límite de edad, ni un estilo de vida determinado.

Pashmina , pañuelo, mascada, chalina o como quieran llamarlo, un accesorio infaltable para el invierno. Particularmente se consideran los pañuelos como un accesorio poderosísimo, ya que puede cambiar el look un segundo, dando el toque chic con diferentes estilos, desde los ultra femeninos y sofisticados hasta los más casuales y confortables.

Además de ser un accesorio tan versátil, se pueden encontrar Pashminas fácilmente en cualquier lugar, con una gran variedad de modelos colores, texturas y sobre todo precios. Este invierno las pashminas vienen llenas de estampados, floreadas, de cuadraditos, puntitos, rayas, brillos y hasta calaveras.

#### **Ilustración 15.Pashmina estilo bufanda de abrigo**



(moda, 2019)

### **7.6.5 Características Pashmina Tradicional ilustración N.13**

- (moda, 2019) GFM Pashmina estilo bufanda para el día de la noche damas de honor o desgaste nupcial. Bueno para toda la temporada.
- Textura suave con tejido de sarga que dan pashmina Niza brillo
- Tamaño aproximado: L: 180 cm + 10 cm Franja en cada lado (Longitud total: 200 cm) x Ancho: 72 cm
- Viscosa

### **7.6.6 Recursos clave**

Los recursos claves para la fabricación de Pashmina Impermeable, serán la tela de la pashmina tradicional (algodón, seda etc) y para gorro adicional la tela impermeables hidrofóbica que permitan la comodidad y tranquilidad que los clientes buscan al comprar este producto; para la comercialización se contara con recurso humano altamente calificado en ventas, que ofrezca un buen servicio y amabilidad a los posibles clientes haciéndolos sentir una experiencia diferente en comparación con la competencia.

### **7.6.7 Relaciones producto vs cliente**

Para establecer una excelente relación y afianzar a los clientes, se tiene en cuenta la implementación de la tarjeta exclusiva de la marca, así el cliente tendrá acceso a descuentos para obtener sus PASHMINAS a precios más bajos. De esta manera el cliente creará una relación más fuerte con la marca.

### **7.6.7 Preferencia con la marca**

Teniendo en cuenta que la PASHMINA es un producto útil e innovador que aún no está en el mercado nacional e internacional, la oferta de valor para los clientes con respecto a la competencia es darle una nueva opción de uso con nuevas características además muy practica conservando su estética y diferentes diseños para cualquier tipo de atuendo.

### 7.6.8 Estrategias que definen el precio

Después de hacer un estudio de mercado a través de una encuesta dirigida a personas que usen PASHMINAS, verificando la competencia, se determinará precio del producto, además tendrá en cuenta precio de la competencia en pashminas tradicionales.

### 7.6.9 La empresa

Philp Kotler (2000) señala que un producto es cualquier cosa servicio o idea que puede ofrecerse en un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad así mismo Cook & Rohit (2002), coinciden que la calidad en el servicio está íntimamente relacionada con la satisfacción del cliente y la percepción de éste sobre el servicio. Atendiendo a estos dos aspectos los autores destacan que los clientes consideran cinco dimensiones para evaluar la calidad en servicio: Confiabilidad, Responsabilidad, Seguridad, Empatía y Tangibles.

La Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB ofrece prendas elaboradas con telas hidrofóbicas o impermeables ,las cuales en ( Kauzmann,1959 ) ,introduce el concepto de interacción hidrofóbica, en el sugiere que las interacciones atractivas entre moléculas no polares en soluciones acuosas son producto del solvente ,resultando de la súper posición destructiva de las estructuras formadas durante la hidratación hidrofóbica lo que implica la liberación de moléculas de agua desde la esfera de hidratación Shell, hacia el agua bulk(aguas a fuera de la región de hidratación ).

En la Ilustración 6. se observa la hidratación de la zona polar (Región hidrofílica) y no polar (Región hidrofóbica). En esta última, las moléculas de agua se ordenan formando una red ordenada de hidratación (Agua Shell) que disminuye la entropía del sistema. Al aumentar la concentración de anfífilos estos de agregan liberando moléculas de agua hacia la región de aguas bulk, fuera de la esfera de hidratación aumentando la entropía del sistema.

### Ilustración 16. Efecto hidrofóbico en la agregación de anfífilos.



(ingeniería, 2015)

Michael Porter (1986) señala que en la medida que los canales de distribución para un producto estén bien atendidos por las firmas establecidas, los nuevos competidores deben convencer a los distribuidores que acepten sus productos para el canal, compartir costos de promoción del distribuidor, comprometerse en mayores esfuerzos promocionales en el punto de venta, etc., lo que reducirá las utilidades de la compañía entrante. Cuando no es posible penetrar los canales de distribución existentes, la compañía entrante adquiere a su costo su propia estructura de distribución y aun puede crear nuevos sistemas de distribución y apropiarse de parte del mercado. Por tanto el objetivo de la empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB es que sus prendas sean distribuidas en empresas distribuidoras como centros comerciales y entidades de cadenas.

William Martin (2017) manifiesta que, para poder servir al cliente, es imprescindible:

1. Conocer sus necesidades –El cliente que elige un producto o servicio necesita sentir que ese está comunicando en forma efectiva, que se le comprende perfectamente, además, impedir una comprensión inadecuada del beneficio que puede obtener con este producto o servicio.

2. Recibirlo lo mejor posible –Ningún cliente que se sienta como un extraño, regresará. El cliente necesita sentir que el asesor se alegra de verlo.

3. Hacerle sentir que su presencia es muy importante-El ego y la autoestima son poderosas necesidades humanas. Todo cliente le gusta sentirse importante; por ello cualquier cosa que se haga para hacer que se sienta como un invitado especial será un paso en la mejora de la calidad de servicio al cliente.

4. Brindarle comodidad durante su presencia en la organización –Los clientes necesitan un lugar donde esperar con comodidad, hablar o hacer negocios; también necesitan tener la seguridad, de que serán atendidos en forma adecuada , con la confianza de que la organización podrá satisfacer sus necesidades.

5. Ofrecerle un servicio rápido –El cliente que acude a una organización no dispone de “todo el tiempo del mundo”, por ello es necesario atenderlo y solucionarle su problema a la brevedad, en el mínimo tiempo posible, pero sin descuidar ninguno de los puntos anteriores.

Teniendo en cuenta los conceptos de Martin (2017) acerca de lo imprescindible que resulta servir al cliente, la empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB ofrecerá prendas impermeables que de acuerdo a los cambios climáticos en la ciudad de Bogotá puedan entender la necesidad de los clientes en protegerse de ellos, ya sea del sol lluvias o fuertes vientos. Confeccionando prendas impermeables con materiales reciclables e hidrofóbicas basados en la diferenciación, innovación, creación.

Porter (2017), propone tres grandes estrategias para lograr ventajas competitivas:

1. Liderazgo en costos
2. Diferenciación
3. Enfoque

Estas estrategias le permiten a la empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB obtener un reconocimiento y liderazgo dentro del mercado en el que se desenvolverá, teniendo en cuenta

que las necesidades de los clientes cambian constantemente y éstas deben ajustarse a la mayor brevedad.

La empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB desarrolla una nueva alternativa: confeccionar prendas impermeables elaboradas con telas hidrofóbicas , su prenda estrella e innovadora son las pashminas elaboradas con telas de algodón seda, o hilo y su innovación se encuentra en un Gorro adherido a la pashmina por medio de una cremallera invisible , permitiendo que en casos de lluvias , sol o vientos, se convierta en un producto de protección sin dejar de lado la coincidencia en el atuendo con oficio, ocupación, labor o profesión promoviendo de alguna manera la generación de empleo.

Para este proyecto se ha planteado desde el primer momento un conjunto de métodos y estrategias comerciales que orientarán de una manera razonable el éxito; Cabe señalar también que la creación de este producto reúne una serie de puntos a su favor que lo convierten en atractivo y accesible al consumidor.

#### **7.6.10 Definiciones Técnicas**

##### **7.6.10.1 Confección**

“Confección, termino referente a tener varias piezas para formar una prenda de vestir o para el hogar” (Beltrán, 2014)

##### **7.6.10.2 Confección a mano**

Se realiza con aguja e hilos, donde de acuerdo a la colocación y número de hilos se puede lograr un trabajo único, por lo que en la mayoría de las ocasiones se clasifica como un trabajo artesanal. . (Sena, 2018).

##### **7.6.10.3Tipos de costura a mano. (Costura a mano, primeros pasos)**

- Hilvan
- Hilvan Largo
- Punto de bastilla o Hilvan menudo

- Pespunte
- Pespunte abierto
- Sobrehilado
- Punto de ojal
- Punto de dobladillo
- Costura invisible de dobladillo
- Costura de dobladillo plano
- Punto de escapulario
- Remate de prendas

(t&m, 2013).

#### **7.6.10.4 Tipos Confección industrial**

Comienza cuando se logra automatizar el movimiento de zigzag de la máquina con la posibilidad de atender los pedidos en grandes cantidades. Las variaciones de la confección industrial son tres, las cuales consisten en confección de prendas ejemplo ( pashminas) elaboración de gorros impermeables y unión de las mismas. (Sena, 2018).

La forma de realizar la confección industrial de prendas es comenzar por digitalizar la imagen en la prenda ejemplo (pashminas). Este procedimiento se conoce como “*ponchado*”, la cual consiste en convertir una imagen vectorial y sencilla en una figura a color sobre un material adecuado a la capacidad del elemento de salida utilizado.

Para la técnica de “*ponchado*”, se incluyen los datos para el uso de los colores apropiados, el tiempo y el trayecto que la bordadora tendrá para escoger cada hilo del color respectivo, la forma, el tiempo y el camino a seguir en el bordado (Sena, 2018).

#### **7.6.10.5 Confección de Gorros impermeables**

La confección de prendas impermeables ejemplo (gorro impermeables adherido a las pashminas) se cosen en máquinas automatizadas de impresión con telas hidrofóbicas que permiten la impermeabilización y los diseños del gorro se convierten a digital, con software. Estos pueden tener diferentes tipos de “formas, diseños y colores” que agreguen texturas diferentes.

De acuerdo con lo anterior la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB desarrolla la confección industrial enfocada en la elaboración de pashminas con gorros impermeables adheridos con todo tipo de diseños ,colores, nombres, palabras, letras, figuras, etcétera, con la finalidad de entregar prendas impermeables (pashminas innovadoras con gorro impermeable )con diseños y colores, a petición de los clientes.

Por lo tanto puede trabajarse sobre camisetas, jeans, pantalones, suéteres, chaquetas, faldas, chalecos, blusas, gorras y prendas textiles confeccionadas.

La Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB se asegura de ofrecer prendas de la más alta calidad, ya que generalmente son de uso diario. Por tanto la exposición al desgaste es continua. Las prendas que utilizará la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB están hechas para durar mucho tiempo, ya que las prendas son usadas con mucha frecuencia, teniendo en cuenta los cambios climáticos mencionados anteriormente. Asimismo Calidad, diseños, estilos y variedad de los colores son muy importantes para satisfacer la demanda.

#### **7.6.10.6 Productos**

Dentro de los productos que ofrece la empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB se encuentran los pashminas, pañoletas, chalinas, pañuelos de cuello con gorro adherido invisible que ofrece un sistema impermeable, se proyecta a 2 años confeccionar también suéteres, pantalones, blusas, faldas, camisetas o playeras tipo polo, chalecos, playeras

escolares, pants deportivos, pantalón, chaqueta, pants felpa (leggis) y pants felpa sport satinada (leggis satinado) todos confeccionados con telas hidrofóbicas reciclables.

Con base en las necesidades y las exigencias del mercado, La empresa tiene la diferenciación que estimula a las empresas a comprar dichos productos, por su innovación en su gorro confeccionado con telas hidrofóbicas y ambientalistas, fabricadas con telas reciclables. Por lo que la ventaja competitiva de la empresa se basa en los siguientes atributos.

- ✚ Innovación
- ✚ Exclusividad de diseños (para toda edad y ocasión)
- ✚ Calidad del producto.
- ✚ Servicio exclusivo y el obligatorio buen trato a los clientes.
- ✚ Una entrega en tiempo y forma de acuerdo a los lineamientos de trabajo.
- ✚ Precios competitivos.

## **7.7 Digitalización de procesos, 7 tendencias en logística a partir del año 2018.**

### **7.7.1. Automatización y almacenes robotizados.**

La robótica y automatización transforman y optimizan las cargas de trabajo, colaborarán o incluso suplantarán a las personas en almacenes y centros de distribución

### **7.7.2 . IoT y Bienes sensorizados**

La tecnología que dota de inteligencia a las cosas y los negocios, ofrece múltiples posibilidades a través de la interconexión de cadenas; controlar en tiempo real el trayecto de sus productos, saber el estado físico de las mercancías, conocer que rutas son mejores para llegar a destino ,etc.

### **7.7.3. Big Data**

Permite recopilar la información que se genera durante la cadena de suministro, proporcionando: mejora en la eficiencia en los procesos, control eficiente de los activos de la empresa, distribución más ágil y detectar mejores rutas, optimización, seguimiento de productos y máquinas, fijación anticipada de precios según costos logísticos

### **7.7.4. La última milla**

Serán tendencia por su relación con el comercio electrónico.

### **7.7.5. Logística Verde**

El sector del transporte es el origen del 10% de las emisiones de CO<sub>2</sub> a nivel mundial, lo que preocupa a la sociedad por fomentar entornos sostenibles a través de iniciativas de logística verde como : repartos o recogidas en bicicletas o vehículos ecológicos , taquillas para centralizar las entregas.

### **7.7.6. Impresión en 3D**

Impresión tridimensional en movimiento o dentro del propio almacén estas aportan :manufacturas de productos ,reducción de costos y personalización de productos .

### **7.7.7. Erp Logístico**

Software de Gestión ERP Permite administrar y generar todos los procesos de la organización logística de una Empresa . (Martha Ballester 2018).

La empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB de las 7 tendencias actualmente va a manejar Big Data porque establece un mapa objetivo y detallado que posibilita procesos más eficientes.

- Controla mejor los activos de la empresa.
- Segmenta según necesidades e intereses de la demanda.
- Detecta mejores rutas, optimización.

- Seguimiento de la situación de máquinas y productos.
- Fijación anticipada según costes logísticos del precio de los productos.

### **7.8.Misión**

Según el profesor Rafael Muñoz Gonzales, autor del libro «Marketing en el siglo XXI», la misión "define la razón de ser de la empresa, condiciona sus actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas".

Lumpkin y Dess De Vicuña (2012) al hablar de misión incluye el plan estratégico como conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo.

A partir de este análisis, la misión de la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB es: “Ofrecer prendas de diseño, innovación y tecnología impermeable con telas hidrofóbicas , satisfaciendo las expectativas del cliente a través de un producto innovador y de calidad”.

### **7.9.Visión**

(Philip Kotler ,2004) como “un importante elemento de la planificación estratégica” La Misión Describe el rol que desempeña actualmente la organización para el logro de su visión, es la razón de ser de la empresa. Según Arthur Thompson y A. J. Strickland, el simple hecho de establecer con claridad lo que está haciendo el día de hoy no dice nada del futuro de la compañía, ni incorpora el sentido de un cambio necesario y de una dirección a largo plazo. Hay un imperativo administrativo todavía mayor, el de considerar qué deberá hacer la compañía para satisfacer las necesidades de sus clientes el día de mañana y cómo deberá evolucionar la configuración de negocios para que pueda crecer y prosperar. Por consiguiente, los administradores están obligados a ver más allá del negocio actual y pensar

estratégicamente en el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado y competitivas, etc Por lo tanto, la Visión de la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB será:

“Llegar a ser en el 2021 la primera opción en diseño innovación y tecnología de prendas impermeables, confeccionadas con telas hidrofóbicas, reconocida a nivel regional por brindar un producto que superan las expectativas del cliente”.

### **7.10 DESARROLLO DE SEGUNDO OBJETIVO:ENTORNO**

Realizar un estudio sobre el entorno dentro del cual se desarrollará la idea de negocio estableciendo una evaluación de los factores externos a ella.

Para medir el segundo objetivo propuesto de realizar un estudio sobre el entorno dentro del cual se desarrollará la idea de negocio estableciendo una evaluación de los factores externos a ella, se realizarán encuestas que determinen variables de categorización y un mapa de empatía que arroja la empatía que tiene el producto ante sus posibles clientes. También se planteará el análisis externo por método PESTEL y cinco fuerzas de Porter; esto permitirá medir el objetivo de plantear un proyecto para el establecimiento de la empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB considerando aspectos externos para su ejecución. (Murcia, 2015)

#### **7.10.1 Aspectos Externos pestel y Porter**

**Tabla 1. Lista de chequeo de los aspectos Externos PESTEL**

ASPECTOS EXTERNOS IDENTIFICADOS	CLASIFICACIÓN	
	POSITI VA	NEGATI VA
<b>ASPECTOS EXTERNOS POLITICOS</b>		
Política monetaria y financiera estable	x	
Transparencia, solidez y madurez en el sistema político		x
Programas gubernamentales de apoyo (Fondo –emprender, ferias empresariales etc.) en términos de acceso a mercados, financiación y apoyo en comercialización y fortalecimiento empresarial)	x	
<b>ASPECTOS EXTERNOS ECONOMICOS</b>		
Crecimiento de importaciones de materias primas y productos terminados provenientes de países como china		x
Crecimiento significativo de empresas textiles de moda diseño e innovación colombianas que surgen en mercado internacional	x	
Baja participación en mercados internacionales		x
<b>ASPECTOS EXTERNOS SOCIO – CULTURALES</b>		
Reconocimiento y valoración positiva del mercado de la moda hacia el producto.	x	
Tasa de natalidad e inmortalidad de la población	x	
Alta participación de informalidad y de contrabando		x
Colombia Sede cultural de Colombiatex y colombiamoda	x	
Nichos de mercado inexplorados	x	

ASPECTOS EXTERNOS TECNOLOGICOS		
Implementación de Tic Tecnologías de la información	x	
Maquinaria en proceso de deterioro con el uso continuo		x
ASPECTOS EXTERNOS ECOLOGICOS		
Existencia de telas ecológicas y reciclables	x	
ASPECTOS EXTERNOS LEGALES		
Programación Patente por diseño e implementación	x	
Ley ambiental empresas confecciones	x	
<b>TOTALES</b>	<b>11</b>	<b>5</b>

*Fuente: Facultad de Administración de Empresas, U. Santo Tomás (2016 y 2017).*

*Trabajos de grado sobre temas de fortalecimiento empresarial*

**Tabla 2. Lista de chequeo para Análisis de las 5 Fuerzas de Porter**

ANÁLISIS DE PORTER	CLASIFICACIÓN	
	POSITIVA	NEGATIVA
Poder de negociación de los proveedores.		
Valor relación oferta-valor debe estar ajustado al costo de la producción	x	
Ofrecer mayor variedad de productos sustitutos	x	
Rivalidad entre competidores de la industria		
Diferenciación de productos	x	
Inversión de capital	x	
Políticas gubernamentales que favorezcan	x	
Amenazas de nuevos aspirantes (competidores)		

entrantes)		
Aparición de nuevos productos que podrían llegar a ocupar gran parte del mercado.		x
Amenazas de productos o servicios sustitutos		
Posibilidad de productos sustitutos cercanos como lo Son los paraguas.		x
Precios que compiten con el resto de los productos confeccionado con talas impermeables.		x
Poder de negociación de los compradores		
Mantener buena comunicación clientes proveedores	x	
Establecer beneficios económicos para ambas partes	x	
Ofrecer mayor variedad de productos innovadores	x	
<b>TOTALES</b>	<b>8</b>	<b>3</b>

*Fuente: Facultad de Administración de Empresas, U. Santo Tomás (2016 y 2017).*

*Trabajos de grado sobre temas de fortalecimiento empresarial*

### **7.10.2 Evaluación Matriz EFE**

**Tabla 3. Matriz EFE**

**Tabla 4.MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS (EFE)**

Matriz EFE-FACTORES EXTERNOS				
N	FACTORES	PE	CALIFICACION	PESO
o.		SO		PONDERADO
<b>OPORTUNIDADES</b>				
1	Política monetaria, financiera estable.	0,0 4	2	0,08
2	Programas gubernamentales de apoyo (Fondo – emprender, ferias empresariales etc.)en términos de acceso a mercados, financiación y apoyo en comercialización y fortalecimiento empresarial)	0,0 8	2	0,16
3	Crecimiento significativo de empresas textiles de moda diseño e innovación colombianas que surgen en mercado internacional	0,0 5	3	0,15
4	Reconocimiento y valoración positiva del mercado de la moda hacia el producto.	0,1	4	0,4
5	Tasa de natalidad e inmortalidad de la población	0,0 03	2	0,006
6	Colombia Sede cultural de Colombiatex y colombiamoda	0,1	3	0,3
7	Nichos de mercado inexplorados	0,0 1	3	0,03
8	Implementación de Tic Tecnologías de la información	0,1	3	0,3

9	Existencia de telas ecológicas y reciclables	0,1	2	0,2
10	Programación Patente por diseño e implementación	0,1	2	0,2
11	Ley ambiental empresas confecciones	0,1	2	0,2
<b>AMENAZAS</b>				
1	Transparencia, solidez y madurez en el sistema político	0,06	2	0,012
2	Crecimiento de importaciones de materias primas y productos terminados provenientes de países como china	0,02	2	0,04
3	Baja participación en mercados internacionales	0,03	2	0,06
4	alta participación de informalidad y de contrabando	0,1	2	0,2
5	Maquinaria en proceso de deterioro con el uso continuo	0,06	3	0,18
TOTAL		0,99		2,518

Fuente:(Becerra, 2019)

#### 7.10.2.1 Conclusión matriz EFE

De acuerdo con este resultado se concluye que la posible empresa se encuentra en un nivel cercano al promedio de 2,5 establecido para estos análisis, indicando que está en un punto

intermedio de elementos positivos (oportunidades) y negativos (amenazas) para fortalecer su acción.

### **7.11 DESARROLLO DE TERCER OBJETIVO: ESTUDIO DE MERCADO**

Efectuar un diagnóstico del sistema de comercialización relacionado con la posible empresa, teniendo en cuenta los aspectos de mercado cambiando las 4ps del vendedor (empresa), por las 4cs del cliente (Cliente –Costo –Comunicación y Conveniencia), es decir cambiar un enfoque de transacción a uno de relación con el cliente.

Al efectuar un diagnóstico del sistema de comercialización relacionado con la posible empresa, se tendrán en cuenta las 4ps del vendedor (empresa), por las 4cs del cliente (Cliente –Costo –Comunicación y Conveniencia), así se identificará si es posible plantear el proyecto.

Es importante identificar las bases en las que se fundamenta este proyecto, desarrollando las siguientes actividades.

-Identificar el mercado objetivo para Analizar la factibilidad de realizar un proyecto de creación de una empresa de confección de prendas impermeables con telas hidrofóbicas en Ciudad de Bogotá D.C.

Concepto estudio de mercado: Hayes(2003), el estudio de mercado “consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización“.

De acuerdo al concepto de los autores citados la empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB pretende analizar perspectivas del consumidor final, lo cual marcará la pauta para el

planteamiento de estrategias de crecimiento, a través de una investigación de mercado planteada.

Para la empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB el Estudio de Mercado es determinante, pues permite estimar el grado de aceptación de las prendas dentro del nicho de mercado al cual va dirigido el producto, además de saber si los clientes potenciales estarán dispuestos a comprarlo, así mismo la empresa puede identificar si tienen una necesidad cubierta y si se requieren fabricación de prendas específicas que satisfagan, al cliente.

El presente ejercicio académico tiene como objetivo determinar si existe una demanda insatisfecha, así como la posibilidad de la empresa para cubrir dicha demanda, lo que permitirá continuar con los demás estudios que dará un sustento crucial para el apartado financiero.

### **7.11.1 Análisis de la demanda**

#### **7.11.2 Mercado del producto**

La empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB nace teniendo en cuenta los cambios climáticos que permite la protección a lluvia, sol, y fuertes vientos por medio de telas hidrofóbicas impermeables donde su producto estrella son las pashminas.

#### **7.11.3 Significado de La palabra pashmina**

El nombre proviene de Pashmineh, formado por la palabra persa pashm (= "lana"). Según la (RAE.2014) ‘tejido hecho con pelo de una cabra del Himalaya’ y ‘fular de pashmina’, de esta forma la innovación del producto se encuentra en gorro impermeable confeccionado con telas hidrofóbicas y suministros reciclables adheridos a pashmina. (RAE.2014) .

Según noticia de canal (RCN 2016) la tienda de Macla de la diseñadora Marcela McCausland explica como tener varios looks con una pashmina, de acuerdo a Paula Rojas asesora de imagen invitada la tienda informa como lucir este accesorio y varios estilos,

En Colombia informa que “Dentro de los muchos accesorios para vestir, la pashmina es quizás el más versátil y el que permite mayor creatividad. Es la prenda ideal para complementar nuestro estilo, además de protegernos del frío nos ayuda lucir diferentes y marcar la diferencia.

Siempre debemos tener una pashmina de un color básico ya que combinan con prácticamente todo. La gran ventaja es que se consiguen de todos los estilos y colores, las hay casuales y también formales por lo que puedes tener muchas combinaciones.

Para la empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB Pashmina Impermeables es una prenda que busca un look sofisticado en toda ocasión, los diseños vienen con detalles en piedras, pashminas y estampados de flores, pepas, animal print, que se pueden combinar con cualquier atuendo de día o de noche. Lo más importante al usar una bufanda o pashmina, o incluso un pañuelo al cuello, es tener presente la ocasión y ser creativo, pues hay infinidad de maneras de vestirlos. Funciona la sencilla lógica de elegir estampadas cuando use prendas lisas, y viceversa. Igual, con tonos claros y oscuros, por ello es que el uso de este elemento en las personas se ha vuelto un instrumento de primera necesidad independiente de la actividad en que se desenvuelven.

Así mismo, la empresa “ TEXTILES IMPERMEABLE JSB ”, nace también de la necesidad no solo de crear algo innovador por medio de gorro impermeable fabricado con telas hidrofóbicas adherido a pashminas, sino de ayudar de alguna manera a personas, que deseen protegerse de cambios climáticos como el invierno, el sol o el frío, sin dejar de lado la coincidencia en el atuendo con oficio, ocupación, labor o profesión. TEXTILES IMPERMEABLES JSB desarrolla una nueva alternativa con un sistema de protección realizado con telas altamente ecológicas, impermeabilidad y repelencia al agua, ( fayette, 2019).

De acuerdo con lo anterior, la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB pretende sacar ventaja de tecnología constante en la fabricación de telas , pues la demanda de Prendas impermeables se ha ido incrementando, ya que los confeccionistas lo han incorporado a sus procesos productivos, subcontratando este servicio debido a que las prendas de vestir presentan un valor agregado, teniendo en cuenta sus diseños y tendencias.

Así también a pesar de que en los últimos años la comercialización a nivel nacional se ha visto disminuida por la introducción de productos chinos, coreanos y americanos, la industria del vestido mantiene activas más de cinco mil microempresas de variados tamaños y capacidades.

Según el economista (clavijo, 2018)“A lo largo de 2018, se ha venido escalando la guerra comercial entre Asia y Occidente, tras las impertinentes y sorprendentes medidas adoptadas por la Administración Trump. En un acto unilateral, los Estados Unidos adoptó sobretaranceles, hasta de 25%, a las importaciones de aluminio y acero provenientes de China, con el supuesto objetivo de dar impulso a los productores de estos bienes en su país.”

#### **7.11.4 Ciclo de vida del producto**

De acuerdo a la noticia publicada (cienciaplus, 2018)“Las telas naturales se vuelven impermeables con nuevos revestimientos” Un nuevo recubrimiento impermeable no solo agrega repelencia al agua a tejidos naturales como el algodón y la seda, sino que también es más efectivo que los recubrimientos existentes. El material, producido en el Instituto Tecnológico de Massachusetts, ha sido presentado en la revista 'Advanced Functional Materials'. "El desafío ha estado impulsado por los reguladores ambientales" debido a la eliminación gradual de los productos químicos de impermeabilización existentes".

La Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB nace como una empresa familiar que busca abrirse camino en Norte de Bogotá, Departamento de Cundinamarca. Debido a que la empresa aún no se encuentra operando en el mercado se puede catalogar en una etapa introductoria.

Por otro lado la confección de prendas impermeables se clasifica como un producto tangible e imperecedero debido a sus características físicas y tiempo de vida; adicionalmente, se ve afectada por cuestiones de estilo, moda estacional y moda pasajera, elementos que afectan los tiempos de planeación, producción y comercialización de todas las prendas. Tomando en cuenta estas características, y considerando el tipo de trabajo que desarrolla la Empresa TEXTILES A IMPERMEABLES JSB se encontrará en la etapa inicial pues aún no cuenta con una base sólida dentro del mercado.

#### **7.11.5 Mercado y segmentación de la demanda**

(gabriel, 2001) (Keynes, 2019)”. De igual forma, puede considerarse que el Mercado en los Proyectos de Inversión se entiende como el conjunto de personas que necesitan un producto y/o servicio además de tener la posibilidad de adquirirlo.

En una empresa o nuevo proyecto es importante llevar a cabo estos estudios, ya que conllevarán a una mejor toma de decisiones que se deberán tomar respecto a sus consumidores, delimitando su perfil y las características que hacen que se demande el servicio o producto. En este caso específico el servicio de la confección y fabricación de TEXTILES IMPERMEABLES JSB va dirigido a personas y empresas distribuidoras como Tiendas de Cadena, centros comerciales, que se encuentren ubicadas dentro de la ciudad de Bogotá y sus alrededores.

Por lo tanto el universo será inicialmente a entidades privadas como Falabella o Tiendas de cadena que puedan distribuir el producto de la mejor forma. De esta manera el objetivo de la investigación de mercado será determinar el grado económico de éxito o de fracaso que

llegará a tener la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB al momento de su inserción en el mercado de Ciudad de Bogotá (Cundinamarca).

#### **7.11.6 Estimación de la demanda**

(Keynes, 2019) "La demanda agregada es la variable que determina a las demás (producción agregada y renta): ... Por lo que según este modelo resulta fundamental comprender bien a la demanda agregada. A través de estos datos es posible predecir una demanda suficiente para instalar un nuevo negocio con las características de la Empresa textiles Impermeables JSB.

El Estudio de Mercado comienza con la cuantificación de la muestra, pues esta ayuda a delinear los parámetros de las necesidades reales de la población a la cual va dirigido el servicio. Lo anterior lleva a establecer la diferencia entre la demanda potencial y la demanda real o efectiva.





##### **7.11.6.1 Valor de la Demanda**

Teniendo en cuenta la competencia se estima que en promedio entre 30 y 31 personas compran pashminas tradicionales y un valor de Demanda se encuentra en \$125.000 pashminas en seda .

##### **7.11.6.2 Justificación precio Pashmina Impermeable**

El precio se fijo teniendo en cuenta el precio estipulado por la competencia , esto para generar un gancho en el consumidor de Pashminas, generando una política de elevado volumen de ventas con márgenes bajos , esto para conseguir un mercado amplio en segmentos del mercado donde la demanda es alta.

## Ilustración 17. Precios Competencia pashminas

	<p>Espectacular Bufanda Pashmina Chal Punto Le Sak Negro Beige</p> <p><b>\$ 19.990</b></p> <p>Hasta 12x \$ 1.665 sin interés</p> <p>6 vendidos - Bogotá D.C.</p>
	<p>Pashmina- Bufanda Burberry Clasica En Caja. Envio Gratis</p> <p><b>\$ 125.000</b></p> <p>Hasta 12x \$ 10.416 sin interés</p> <p>Envío gratis</p> <p>31 vendidos</p>
	<p>Peach Couture Elegante Del Estampado De Flores Pashmina Mant</p> <p><b>\$ 58.700</b></p> <p>36x \$ 1.630</p> <p>Bogotá D.C.</p>
	<p>Espectacular Bufanda Pashmina Chal De Mariposas Le Sak</p> <p><b>\$ 19.990</b></p> <p>36x \$ 555</p> <p>8 vendidos - Bogotá D.C.</p>

Promocionado

(Libre, 2019)

### 7.11.7 Encuesta

#### 7.11.7.1 Objetivos de la encuesta

El cuestionario fue diseñado para obtener información muy precisa acerca de la demanda, oferta y precios actuales de pashminas , así como el nivel de aceptación de la competencia en la zona de influencia de la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB.

Una vez se tiene definido el total de la muestra e instrumentos, se inicia con el análisis de los datos obtenidos a partir del diseño del cuestionario, con la finalidad de establecer plenamente las características del posible nicho de mercado.

Se tomaron en cuenta 31 personas interesadas en comprar pashminas en el almacén Pashminas y accesorios en sector de Unicentro ,donde estan situados los grandes centros comerciales como Unicentro en calle 127 y centro comercial Cedritos entre otros.

#### **7.11.7.2 Criterios para seleccionar estas personas**

Para realizar este trabajo se seleccionarán 3 variables de categorización:

- Edad
- Sexo
- Nivel Socioeconómico de los encuestados

Dentro de los instrumentos que se utilizarán para la recolección de la información se encuentra la observación directa y el cuestionario, este último estará diseñado a través de una serie de preguntas impresas acerca de los hechos y aspectos que interesan sean contestados por la muestra de estudio.

#### **7.11.7.3 Muestra**

La cuantificación de la muestra, para ser confiable, deberá de ser representativa y además ofrecer la ventaja de ser lo más práctica posible para su aplicación, por lo que para el cálculo de la población objetivo se utilizará la siguiente fórmula de poblaciones finitas:

$$n = \frac{\sigma^2 U p q}{e^2 (U - 1) + \sigma^2 p q}$$

Donde:

$\sigma$  = Grado de confianza con el que se va a trabajar (1.96, 95% de los casos)

U=Tamaño de universo.

p =Probabilidad a favor.

q = Probabilidad encontrar.

e = Error de estimación.

Sustituyendo:

---

El cálculo de la muestra arrojó que deberán tomarse 25 cuestionarios, los cuales se realizarán en Norte de ciudad , en sector de centro comercial Unicentro donde tienen su asentamiento las tiendas de cadena que ofrecen pashminas tradicionales.

### **7.11.8.Resultados**

#### **7.11.1 Análisis de resultados de la encuesta**

**Tabla 5. Preguntas encuesta sobre Introducción Empatía**

PREGUNTAS
1. A usted le parece interesante que se cree un producto innovador que reemplace los paraguas?
2. Ha comprado alguna vez pashminas?
3. Cuántas pashminas ha tenido en su vida?
4. Ha oído acerca de pashminas impermeables ?
5. Después de ver un modelo de pashmina impermeable , cree que es útil ?
6. Qué le gusta más de pashmina impermeable?
7. Compraría Pashminas Impermeables?
8. Dónde le gustaría poder adquirir este producto?
9. Sexo al que pertenece?
10. A qué edad pertenece?
11. A qué estrato pertenece?

Fuente:propia

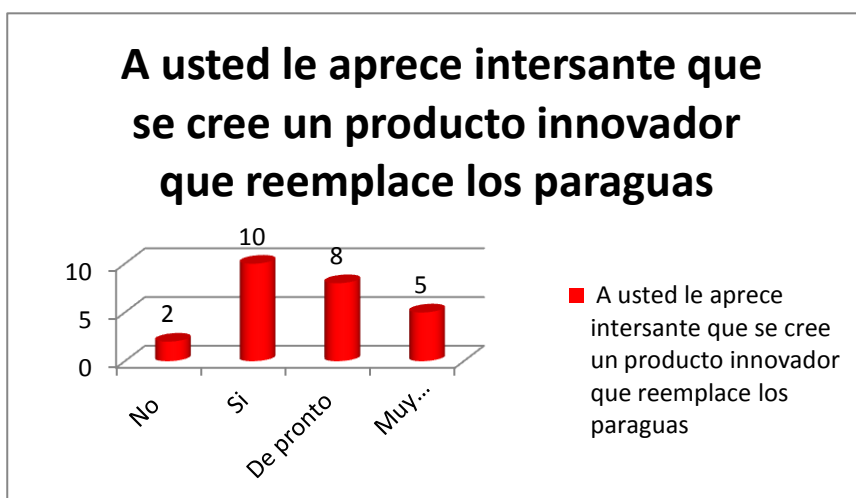
**1. 1. A usted le parece interesante que se cree un producto que reemplace los paraguas**

**Tabla 6. Porcentajes Pregunta N.1**

OPCIONES	A usted le parece interesante que se cree un producto innovador que reemplace los paraguas	PORCENTAJES
No	2	8,0%
Si	10	40,0%
De pronto	8	32,0%
Muy Interesante	5	20,0%
	25	100,0%

Fuente:propia

### Ilustración 18. Gráfica pregunta N.1



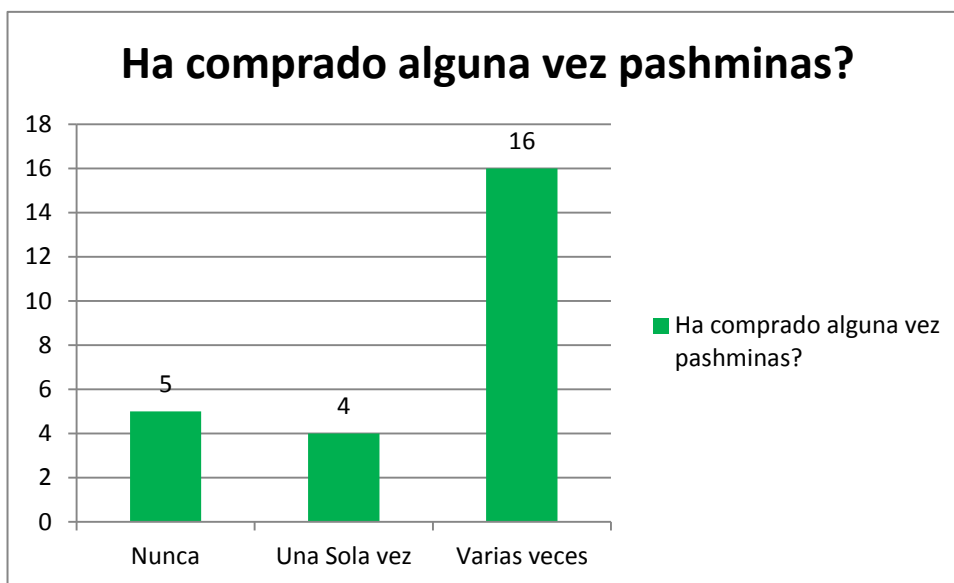
A Un 92% del público objetivo le parece interesante que se cree un producto innovador que reemplace los paraguas y solo un 2% indica que no.

### 1.2 Ha comprado alguna vez pashminas?

Tabla 7. Porcentajes Pregunta N.2

OPCIONES	Ha comprado alguna vez pashminas?	PORCENTAJES
Nunca	5	20,0%
Una Sola vez	4	16,0%
Varias veces	16	64,0%
	25	100,0%

### Ilustración 19. Gráfica pregunta N.2



El 80% del mercado objetivo ha comprado alguna vez pashminas, lo que muestra que las Pashminas Impermeables serán aun mas atractivas para este mercado.

### 3. Cuántas pashminas ha tenido en su vida?

**Tabla 8. Porcentajes Pregunta N.3**

OPCIONES	Cuántas pashminas ha tenido en su vida?	PORCENTAJES
Ni una	2	8,0%
de 1 a 12	13	52,0%
de 13 a 24	6	24,0%
Más de 24	4	16,0%
total	25	100,0%

### Ilustración 20. Gráfica pregunta N.3



A la pregunta Cuántas pashminas ha tenido en su vida?, nuestra encuesta arrojó que un 92% ha tenido más de 1 pashmina en su vida lo cual identifica que las pashminas en el transcurso del tiempo no pasan de moda.

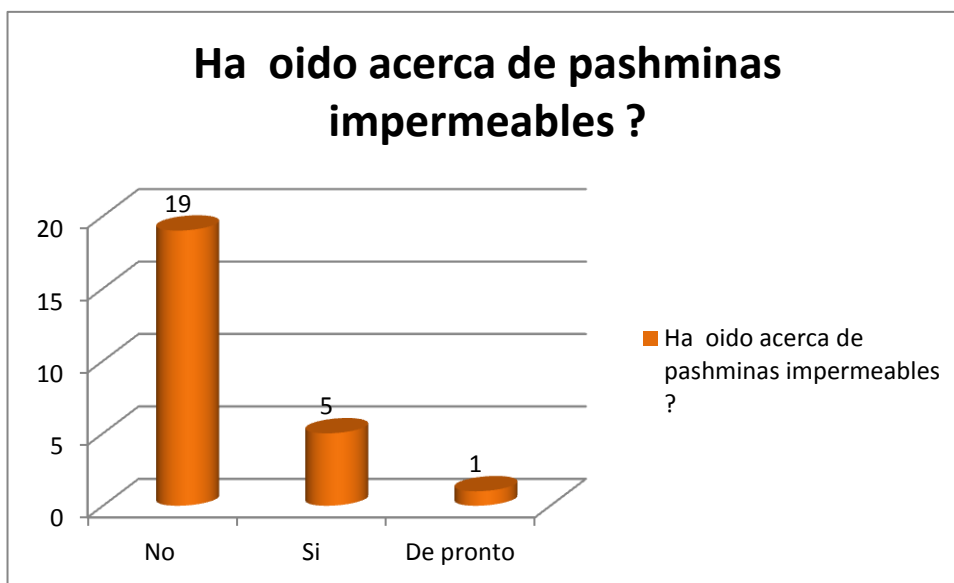
#### 4. Ha oído acerca de pashminas impermeables ?

**Tabla 9. Porcentajes Pregunta N.4**

OPCIONES	Ha oído acerca de pashminas impermeables ?	PORCENTAJES
No	19	76,0%
Si	5	20,0%
De pronto	1	4,0%
	25	100,0%

Fuente propia

### Ilustración 21. Gráfica pregunta N.4



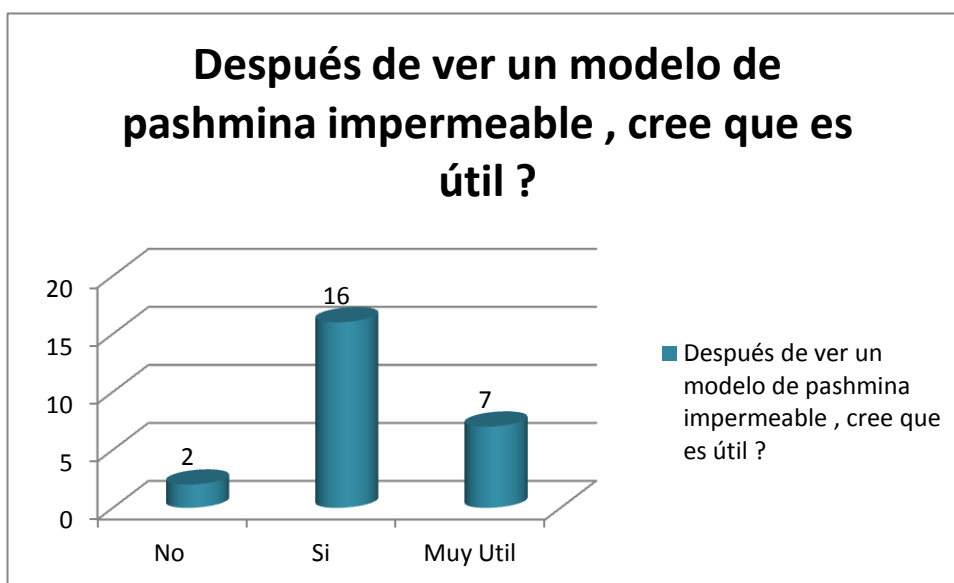
Solo El 24 % de la poblacion objetivo ha oido acerca de pashminas impermeables , lo cual es un punto positivo porque aun no se ha lanzado el prospecto al mercado , y hace referencia a la idea que se llevan las personas de lo que será.

#### 5. Después de ver un modelo de pashmina impermeable , cree que es útil ?

**Tabla 10. Porcentajes Pregunta N.5**

OPCIONES	Después de ver un modelo de pashmina impermeable , cree que es útil ?	PORCENTAJES
No	2	8,0%
Si	16	64,0%
Muy Util	7	28,0%
	25	100,0%

### Ilustración 22. Gráfica pregunta N.5



A 23 personas les parece útil la pashmina Impermeables después de ver un modelo u probarlo , esto significa el 92 % de las personas encuestadas.

### 6. Qué le gusta más de pashmina impermeable?

**Tabla 11. Porcentajes Pregunta N.6**

OPCIONES	Qué le gusta más de pashmina impermeable?	PORCENTAJES
Diseño del gorro	13	52,0%
Facilidad de uso	4	16,0%
Pashmina	5	20,0%
Esta de moda	3	12,0%
Ninguna	0	0,0%
	25	100,0%

Fuente propia

### Ilustración 23. Gráfica pregunta N.6



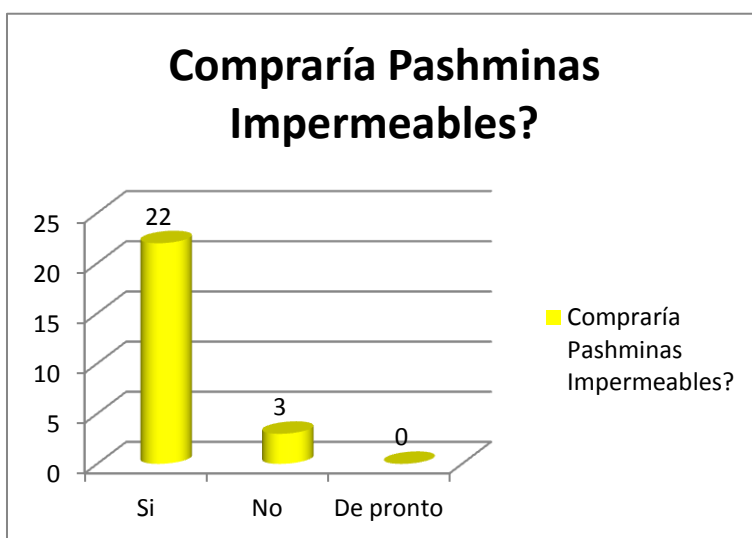
Se pudo identificar por medio de esta encuesta que la innovación de crear gorro impermeable adherido a pashmina tradicional es del gusto de las personas con un 52 % con referencia a las demás opciones.

### 7. Compraría Pashminas Impermeables?

**Tabla 12. Porcentajes Pregunta N.7**

OPCIONES	Compraría Pashminas Impermeables?	PORCENTAJES
Si	22	88,0%
No	3	12,0%
De pronto	0	0,0%
	25	100,0%

**Ilustración 24. Gráfica pregunta N.7**



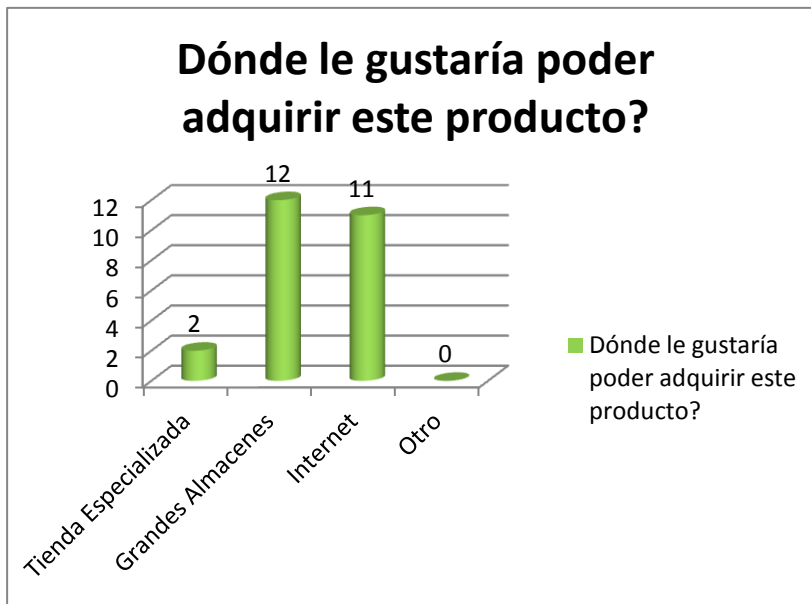
Un 88% de las personas encuestadas informaron que SI comprarían Pashminas Impermeables.

### 8. Dónde le gustaría poder adquirir este producto?

**Tabla 13. Porcentajes Pregunta N.8**

OPCIONES	Dónde le gustaría poder adquirir este producto?	PORCENTAJES
Tienda Especializada	2	0,08
Grandes Almacenes	12	48,0%
Internet	11	44,0%
Otro	0	0,0%
	25	100,0%

### Ilustración 25. Gráfica pregunta N.8



Se pudo identificar que hay una percepción por el cliente de adquirir pashminas impermeables fácilmente por medio de Grandes Almacenes de cadena y por Internet, estas como las mejores alternativas de venta con un 48% y 44%.

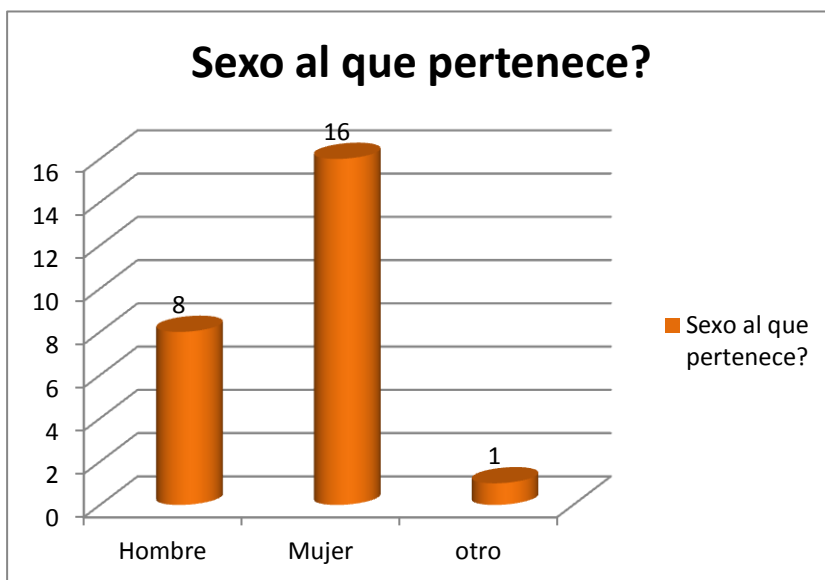
### 9. Sexo al que pertenece?

**Tabla 14. Porcentajes Pregunta N.9**

OPCIONES	Sexo al que pertenece?	PORCENTAJES
Hombre	8	0,32
Mujer	16	64,0%
otro	1	4,0%
	25	100,0%

Fuente propia

### Ilustración 26. Gráfica pregunta N.9



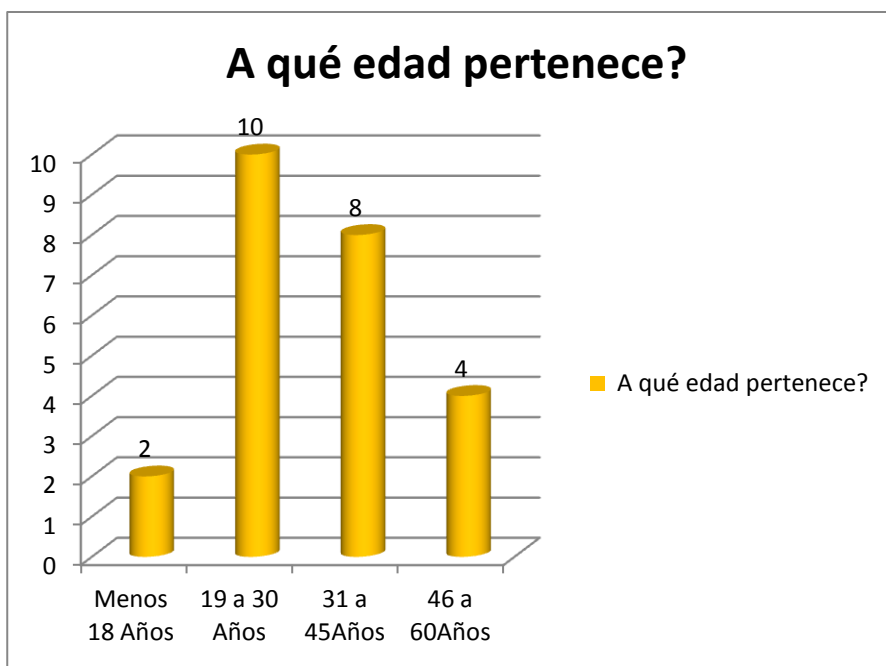
Este estudio fue realizado a 16 mujeres, 8 hombres y 1 persona de género LGTBI

### 10. A qué edad pertenece?

**Tabla 15. Porcentajes Pregunta N.10**

OPCIONES	A qué edad pertenece?	PORCENTAJES
Menos 18 Años	2	0,08
19 a 30 Años	10	40,0%
31 a 45 Años	8	32,0%
46 a 60 Años	4	16,0%
Más de 60 Años	1	4,0%
	25	100,0%

### Ilustración 27. Gráfica pregunta N.10



Se pudo identificar que la mayoría de las personas encuestas oscilan entre 19 a 45 años de edad.

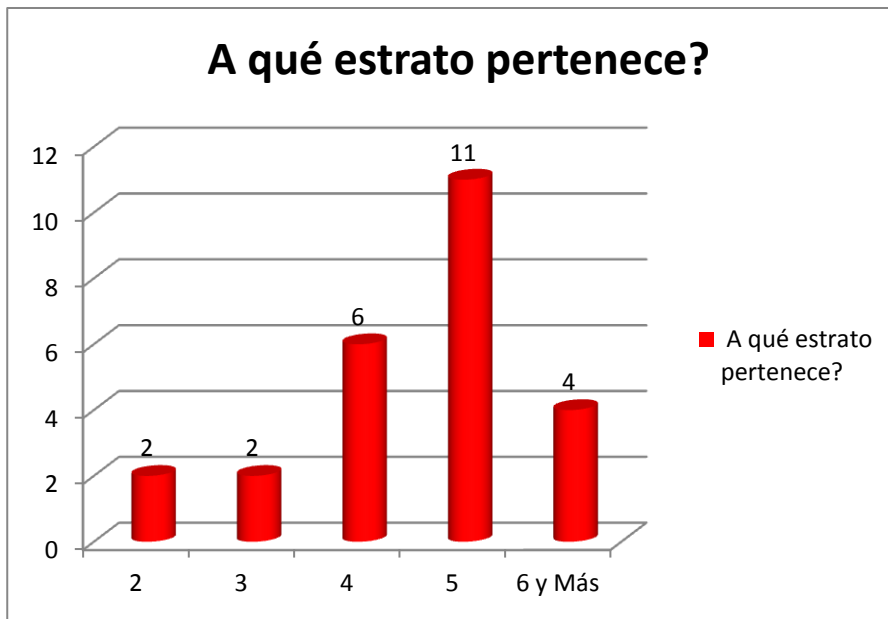
#### 11. A qué estrato pertenece?

**Tabla 16. Porcentajes Pregunta N.11**

OPCIONES	A qué estrato pertenece?	PORCENTAJES
2	2	0,08
3	2	8,0%
4	6	24,0%
5	11	44,0%
6 y Más	4	16,0%
	25	100,0%

Fuente :Propia

**Ilustración 28. Gráfica pregunta N.11**



Fuente Propia

El estrato al que pertenece la mayoría de los encuestados se encuentra entre 4 y 6.

### 7.11.2 Conclusión general de la encuesta

Como conclusiones generales de la encuesta, esta permitió conocer preferencias y gustos de los consumidores que conforman el público objetivo. De acuerdo con el estudio que se ha realizado, existe un 88 % de clientes potenciales que desean adquirir el producto; por tanto se ha llegado a la conclusión que para lanzar una pashmina impermeable en el mercado, no importa tanto el precio, sino más bien el diseño.

Así mismo y teniendo en cuenta al público objetivo principalmente residentes de zona norte de Bogotá, se llegó a la conclusión que el 92 % considera que pashmina Impermeables es un producto útil, y que al 92% le gustaría adquirir este producto por medio de grandes almacenes (centros comerciales) y por internet.

Por lo tanto el crecimiento de la demanda de Pashminas impermeables estará en función directa de diseño e innovación y venta en centros comerciales de la ciudad de Bogotá.

## **7.12 Proyección de Demanda**

Las proyecciones de la población serán las siguientes:

### **7.12.1 Volumen y tasa de crecimiento Bogotá- 2020 por grupos de edad**

Según ( DANE,2016) debido a condiciones de mercados de lento crecimiento, ciclos de vida paulatinamente acortados por el rápido cambio tecnológico, la globalización en los mercados, además de los cambios en los consumidores, entre otros factores, se ha considerado determinante y permanente la recolección de información de los competidores, esto demuestra que hay un amplio mercado objetivo que abarcar con Pashminas Impermeables.

### **7.12.2 Oferta competitiva**

En este criterio ningún producto domina el mercado ya que existe gran cantidad de fabricantes en donde la participación está determinada por aspectos como la calidad, precio y el servicio que se ofrezca al consumidor.

### **7.12.3 Oferta oligopólica**

Este tipo de mercado se encuentra dominado por unos cuantos productores quienes determinan la oferta y los precios que acaparan el mercado. Acceder a él es relativamente difícil y en algunas ocasiones imposible.

### **7.12.4 Oferta monopólica**

Un sólo productor domina el mercado e impone precio, calidad y cantidad que se ofrece al consumidor.

La competencia también puede clasificarse en directa e indirecta. Para el caso de la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB los primeros serán aquellos que ofrecen exactamente el mismo producto.

En la segunda opción se ofrecen productos que pueden funcionar como sustitutos, por ejemplo aquellos que solo fabrican pashminas ,por lo tanto el mercado al que se dirige la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB, hace énfasis en los dos competidores, ya que podría competir con diseño e innovación.

De acuerdo con la información realizada por estudio de mercado realizado en la zona comprendida en calle 127 y calle 152 entre carreras 19 y 7ma ,existen seis empresas que se dedican al negocio formal de confección textil de pashminas y productos impermeables ,dentro de la zona de influencia de la empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB.

La oferta se analizará tomando en cuenta los siguientes puntos:

Número de productores.

Localización.

**Tabla 17. Tabla de competidores directos en el Sector**

Nombre de la empresa
1. Casa Leonor
2. Confecciones Orjuela
3. Prendas impermeablesJJAO
4. Taller de Costura Inés
5. Taller de Costura Flandes
6. Confecciones Familia Pérez

Fuente:(Becerra, 2019)

Estos establecimientos corresponden a microempresas, siendo organizaciones familiares y representan competencia directa en la venta de confección de prendas textiles o impermeables.

La principal razón por la cual se hace un estudio de oferta, es para determinar y medir las cantidades y condiciones en la que se pondrá a disposición un bien o servicio.

Para la realización de este proyecto se ejecutará un Benchmarking de desempeño, que siguiendo su definición se evaluará la relación con los competidores y líderes de la industria, en términos de precio, calidad y características de los productos (que incluyen factores de servicio), u otras medidas de desempeño.

De acuerdo con el estudio que se ha realizado acerca de la oferta, algunos elementos que afectan directamente la comercialización de prendas impermeables son los siguientes:

- La variación de los precios de prendas impermeables y sus materias primas.
- La incorporación de avances tecnológicos en el proceso de producción que reducen costo e incentivan el aumento de la oferta.
- El incremento o disminución de la demanda en ciertas épocas del año.
- El número de competidores existentes.
- Algunos de los principales oferentes de este producto, son las siguientes empresas, quienes debido a su experiencia, respaldada por su amplia trayectoria en el mercado poseen una cartera de clientes sólida.

#### **7.12.5 Características de los competidores en sector**

**1.Casa Leonor:** Es una empresa con más de 10 años en el mercado local, ofreciendo el servicio de venta y confección de uniformes ,chaes , bufandas y pashminas .

**2. Confecciones Orjuela:** Es una empresa que cuenta con más de tres años en el mercado, ofreciendo venta de prendas impermeables a las diferentes instituciones de la

región ya sean educativas, gubernamentales; además de los establecimientos que requieren brindar o mostrar una imagen corporativa, tales como restaurantes, hoteles, bancos, supermercados entre otros.

**3. Prendas impermeables JJAQ:** Se encuentra formalmente constituida desde Junio de 2012. Ofrece prendas impermeables y accesorios para ejecutivos, industrias, hoteles, restaurantes, escuelas y seguridad. Otorgando a su vez la venta de estampado para todo tipo prendas.

**4. Taller de Costura Inés:** Ofrece prendas impermeables para escuelas, empresas y particulares pero a menor escala que los competidores mencionados anteriormente. Por lo que su presencia en el mercado es menos prominente.

**5. Taller de Costura Flandes:** Dedicada a la confección, bordado y deshilado de productos textiles. También ofrece el servicio de costura. Es una empresa familiar que comienza apenas a ganar posicionamiento en el mercado.

**6. Confeccioens Familia Pérez:** Está registrada desde enero de este año(2019), es una empresa que ofrece la venta de prendas impermeables al menudeo y mayoreo.

Actualmente no hay ninguna empresa que se pueda identificar con productos innovadores y de Diseño y En especial que maneje materias primas altamente ecologicas y de la mejor calidad.

#### **7.12.6 Análisis de precios**

Se llama precio a lo que un comprador paga por una unidad de un bien o servicio específico. El número total de unidades compradas a ese precio se llama cantidad demandada. Un aumento en el precio de un bien o servicio casi siempre disminuye la cantidad demandada de ese bien o servicio. A la inversa, una caída del precio incrementará la cantidad demandada. Por ejemplo, cuando el precio por litro de gasolina aumenta, la gente busca maneras de

reducir su consumo combinando varios quehaceres, desplazándose en un vehículo compartido o en transporte público, o pasando el fin de semana y las vacaciones en lugares cercanos a su casa. Los economistas llaman ley de la demanda a esta relación inversa entre el precio y la cantidad demandada. La ley de la demanda supone que todas las otras variables que afectan a la demanda se mantienen constantes. (Microeconomía, 2012).

El objetivo de fijar precios es maximizar las ganancias por cada unidad de producto vendido.

En este caso la determinación de la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB, está orientada al status ya que se pretenderá estabilizar los precios y hacer frente a la competencia, por medio de precios por debajo de ésta, logrando estabilidad, evitando la competencia de precios.

#### **7.12.7 Canales y estrategias de distribución**

Se deben estudiar los canales de distribución porque se tiene que comprender cómo llega el producto hasta su destinatario final. Se deben tener en cuenta los múltiples factores que influyen en esa corriente. Es necesario apreciar la importancia del papel de los intermediarios para hacer que el producto llegue al usuario final y asegurar que se reciba un precio razonable. La utilización de canales de distribución adecuados mejora la eficiencia de las ventas.

El canal de distribución es el camino seguido por la propiedad del producto en su movimiento desde el fabricante hasta el consumidor final. Son los canales a través de los cuales se llevan a cabo las ventas y se distribuyen los productos. Sin la existencia de estos las empresas e industrias caerían en un enorme caos de la distribución y no podrían realizar las actividades que hoy en día son muy comunes, a tal magnitud que las hojas en que fue impreso esta recopilación de datos no hubiesen sido posibles obtenerlas de una forma rápida

y sencilla; Sin mencionar la disponibilidad que nos ofrecen los canales de distribución actualmente.

(GILES, 1982)

### **7.12.8 Tipos de canales de distribución.**

Canal de distribución de bienes de consumo. Es hacer llegar los productos perecederos por diversos canales de distribución hacia las manos de los consumidores de manera fácil y rápida. Ejemplo: Los agricultores pueden hacer llegar sus productos por medio de una central de abastos o por medio de agentes de ventas.

Canal de distribución de los bienes industriales. Es cuando se dispones de diversos canales para llegar a las organizaciones que incorporan los productos a su proceso de manufactura u operaciones. Ejemplo: Las empresas que fabrican partes para la elaboración de un auto, las proporcionan a empresas ensambladoras para llevar a cabo su producción.

Canal de distribución de servicios. La naturaleza de los servicios da origen a necesidades especiales en su distribución. Y se pueden dar de dos formas:

Una es que el servicio se aplique al demandante en el momento de producirse.

### **7.12.9 Criterios de la selección de canales de distribución.**

Las decisiones sobre distribución deben ser tomadas con base en los objetivos y estrategias de mercadotecnia general de la empresa.

La mayoría de estas decisiones las toman los productores de artículos, quienes se guían por tres criterios generales.

**1. La cobertura y el mercado:** En la selección del canal es importante considerar el tamaño y el valor del mercado potencial que se desea abastecer. Como ya se mencionó, los

intermediarios reducen la cantidad de transacciones que se necesita hacer para entrar en contacto con un mercado de determinado tamaño, pero es necesario tomar en cuenta las consecuencias de este hecho; por ejemplo,

si un productor puede hacer cuatro contactos directos con los consumidores finales, pero hace contacto con cuatro minoristas quienes a su vez, lo hacen con consumidores finales, el número total de contactos en el mercado habrá aumentado a dieciséis, lo cual indica cómo se incrementa la cobertura del mercado con el uso de intermediarios.

La cobertura del mercado es tan importante para algunos productores que es absolutamente necesario un canal para lograrla.

**2. Control:** Se utiliza para seleccionar el canal de distribución adecuado, es decir, es el control del producto. Cuando el producto sale de las manos del productor, se pierde el control debido a que pasa a ser propiedad del comprador y éste puede hacer lo que quiera con el producto.

Ello implica que se pueda dejar el producto en un almacén o que se presenta en forma diferente a sus anaqueles. Por consiguiente, es más conveniente utilizar solo los intermediarios que pueden y están dispuestos a proporcionar dichas actividades al vender el producto, es decir, elegirán el canal más corto y directo.

**3. Costos:** La mayoría de los consumidores piensan, que cuanto más corto sea el canal, menos será el costo de distribución y, por lo tanto, menor el precio que deben pagar. Sin embargo, ha quedado demostrado que los intermediarios son especialistas y que realizan esta función de un modo más eficaz de lo que haría un productor; por lo tanto, los costos de distribución son generalmente más bajos cuando se utilizan intermediarios en el canal de distribución.

Además, un canal corto indirecto requiere una inversión más fuerte por parte del fabricante ya que debe sostener una fuerza de ventas más adecuada, empleados de oficina y equipo de

cómputo para procesar los pedidos y dar un buen servicio a los clientes. Alternativas es la más idónea para cumplir con las necesidades de la empresa y satisfacer al consumidor. Es aquí donde debe actualizarse y buscar la rentabilidad de los canales de distribución.

Este criterio es el más importante ya que la empresa no trata de ejercer control sobre el canal, sino de percibir utilidades. Cuanto más económico parece ser un canal de distribución menos posibilidades tiene de conflictos y rigidez. Al hacer la valoración de las alternativas se tiene que empezar por considerar sus consecuencias en las ventas, en los costos u en las utilidades.

Las dos alternativas conocidas de canales de distribución son: la fuerza vendedora de la empresa y la agencia de ventas del productor. Como se sabe, el mejor sistema es el que produce la mejor relación entre las ventas y los costos. Se empieza el análisis con un cálculo de las ventas que se realizan en cada sistema, ya que algunos costos dependen del nivel de las mismas. (cliente, 2003)

En El caso de esta investigación el canal de distribución apropiado será directo, es decir; Productor- Consumidor; es decir no comprende intermediarios, pues la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB venderá directamente a sus clientes.

### **7.13DESARROLLO DE CUARTO OBJETIVO: ESTUDIO TECNICO Y FINANCIERO**

Plantear un proyecto para el establecimiento de la empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB considerando aspectos internos para su ejecución, teniendo en cuenta el tamaño de la empresa, la localización espacial, la tecnología básica para resaltar en el medio en que se va a competir, el análisis financiero de su viabilidad y el posible plan de acción a llevar cabo.

### **7.13.1 ESTUDIO TECNICO**

- Fuentes Secundarias
- Consultar expertos
- Trámites para constituir empresa

Estudio Financiero.

- Realizar cotizaciones
- Tasas de interés
- Consultar conceptos sobre finanzas y evolución de proyectos
- Identificar responsables que ejecutarán las actividades pertinentes

Medición de los objetivos propuestos.

La finalidad de realizar un Estudio Técnico es identificar la localización más idónea, así como los aspectos tecnológicos relacionados con el diseño del proyecto. El Estudio puede dividirse en tres partes: determinación del tamaño óptimo de la planta, ingeniería del proyecto y el análisis administrativo.

A partir de este análisis se obtiene información cualitativa y cuantitativa referente a las necesidades de equipo, maquinaria, instalaciones, materia prima, costos de operación y procesos de producción necesarios para comenzar operaciones de una manera más óptima. (Microeconomía, 2012)

#### **7.13.1.2 Análisis de materia prima**

La industria textil está provista por diversos insumos y materias primas, por lo que se espera que no se tendrá ningún problema o inconveniente para negociar con cada uno de los proveedores correspondientes. (gabriel, 2001)

Para confeccionar pashminas impermeables debe cumplirse con algunas características especiales, tales como: pashmina tradicional elaboradas con telas fabricadas

con 100% de algodón, telas 100% hidrofóbica e impermeable, además de cremalleras de calidad.

Para seleccionar el proveedor, deberá contar con ciertas características, tales como: calidad, precio, variedad y disponibilidad de materias primas e insumos, ubicación geográfica, experiencia en ventas, reputación entre compradores, horarios de atención, surtido, entrega y fabricación de acuerdo a las necesidades de la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB.

Se espera que los proveedores deberán poder otorgar eventualmente algunos créditos que se reflejarán en una cierta forma indirecta de financiamiento durante la compra de sus productos; por lo que muy seguramente, La Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB únicamente deberá cumplir con algunas condiciones previstas: determinado tiempo como cliente constante de la empresa, realizar compras por montos mínimos y específicos requisitos legales, entre otros. A través de estos requisitos también se espera que sea posible acceder a una variedad de descuentos en ciertos tipos de telas, volúmenes, fechas, maquinaria, mantenimiento entre otros.

En la siguiente tabla se muestran algunos de los proveedores que la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB tiene escogidos para los primeros meses de operación, tanto para la compra de materia prima, como para la maquinaria y papelería.

**Tabla 18. Proveedores de Materia prima**

<b>PROVEEDOR</b>	<b>CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES</b>	<b>DIRECCIÓN</b>
<b>LA FAYETTE</b>	Empresa con amplia gama de telas impermeables , textiles maleables y versátiles para todo de uso industrial , asimismo accesorio como hilos , cremalleras, entre otros .	Bogotá, Colombia calle 15 N.72-95. Teléfono 2948880. Contacto autorizado: Jhader Alberto Quintana Rojas.
<b>CI TEXTIL SAS</b>	Empresa dedicada a la venta de tela y mercería al detalle y menudeo con más de 20 años de experiencia.	Bogotá, Colombia calle 142 N. 19-48. Teléfono 7443041. Contacto autorizado: Marcela avendaño
<b>TEXEHERE DECORACIOENS SAS</b>	Empresa dedicada a la venta de toda clase textiles asi mismo accesorio como hilos , cremalleras, entre otros .	Bogotá, Colombia calle 59b N. 50-21. Teléfono 6606834. Contacto autorizado: Claudia parra.

*Fuente:propia*

i

**Tabla 19. Proveedores de maquinaria**

Proveedor de Equipos y maquinaria	Características Principales	Dirección
Brother S.A. – SP Maquiladora	Filial de Brother Brasil establecida desde septiembre de 1992 con sede corporativa en Lebrija y La Dorada.	Corregimiento Los Sauces No. 88 – 02 Lebrija, Santander, Colombia. Teléfono 872 849 03 24. Contacto: Luís Bedoya Páez
Phillips Colombia S.A.S.	Máquinas para diseños particulares.	Centro Empresarial Las Abejas, Local 0304 Teléfono 312 231 34 52. Nemesio Diez Riega No.8, P.I. Cerrillo II C.P. 52000 Lerma,
Laurentis Brothers C.V. Máquina Tejedora	Permite el ajuste de las telas y prendas con las que se trabajarán.	Contacto: Nemesio Diez Riega. Carrera 6 Bis No. 8 - 112, Palmira, Valle Colombia. Correo: palmiralaurentis@laja.com
Haceb S.A. Hilanderas	67 puntadas de coser, 120 combinaciones de patrones de marcos y cinco fuentes de letras para bordar, diseñada para proyectos de decoración, manualidades, costura y	Contacto: Alvaro Javier Mina. 310 270 30 34. Medellín, Antioquía, Colombia. Correo: ajm.haceb@colombia.net

Fuente: Elaboración propia.

### 7.13.1.3 Localización del proyecto

La Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB se localizará en el norte de la Ciudad de Bogotá (Cundinamarca). La localización óptima de un proyecto es aquella que contribuye en mayor medida a que se logre la más alta tasa de rentabilidad sobre el capital y obtener el costo unitario mínimo.

Se elegirá la zona o región más atractiva para el proyecto Y determinará el lugar específico donde se ubicarán las instalaciones de producción y de posible comercialización.

Para determinar y elegir el lugar particular de operaciones de la empresa se tomaron en consideración las infraestructuras y el equipamiento de servicios públicos domiciliarios en la zona en la que se establecerá y operará la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB.

### Ilustración 29. Mapa Ubicación Empresa Textiles Impermeabels JSB



Fuente: Google Maps

Las instalaciones posiblemente se encontrarán en el casco urbano, siendo muy fácil y cómodo abastecerse y acceder a los servicios públicos domiciliarios básicos para poder operar cómoda y eficazmente. Las oficinas elegidas se accede por amplias calles pavimentadas que permiten la fácil circulación de vehículos articulados de carga para el abastecimiento de materias primas, insumos, maquinaria, etc.

#### 7.13.1.3 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se mide por su capacidad de prestación de servicio o, definida en términos técnicos, en la relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa.

Por lo tanto el tamaño del proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. El operar con los menores costos totales alcanzando un cierto nivel de producción se considera óptimo.

#### **7.13.1.4 Proceso productivo de confección**

Cada pashmina impermeable se elabora con ciertas especificaciones: colores, calibres, medidas y características en general que son proporcionadas por el cliente dependiendo de sus necesidades.

El orden del proceso que se sigue, luego de realizado el correspondiente pedido es el siguiente: programación, pruebas y deshebrado y posible corrección.

#### **7.13.1.5 Confección**

##### **1.Preparación de materiales para la elaboración de la pashmina**

Sobre mesas se colocan los rollos de tela correspondientes que van a ser utilizados en el siguiente paso

##### **2.Medición y corte de la tela**

En este proceso se toma las medias establecidas y se realiza el corte de la tela optimizando los recursos sin ser desperdiciados para la elaboración del producto .

##### **3.Unión de cremallera a la tela**

La tela que ya ha sido previamente cortada para tener el tamaño ideal establecido de la pashmina, añadimos la cremallera invisible a la tela donde más adelante se guardara el gorro impermeable.

##### **4.Adecuación de medidas del gorro impermeable**

En este paso se hace la adecuación del gorro a la cremallera que ya ha sido instalada a la tela

### **5. Gorro a la medida de la cremallera**

En este paso de producción se realizan los dobles del gorro dentro de la tela de la pashmina para que no sea tan notorio en el momento que no se está utilizando, posteriormente se hace la unión de la cremallera del gorro con la tela

### **6. Perfección del producto**

En este proceso se debe verificar que el producto esté totalmente terminado y realizar el corte de hilos sobrantes y corregir cualquier imperfección de la tela para que la pashmina esté lista para su distribución.

### **7. Pruebas del producto para su utilización**

Se hacen algunas pruebas para verificar el funcionamiento ideal de la prenda, para que esté listo para ser empacado con su manual de instrucciones para su buen uso

### **8. Terminación final de producto**

Esta es la fase final del producto donde se realiza el dobles y empaque de la PASHMINA junto con el manual de uso para su posterior distribución y venta de la misma.

Los recursos claves para la fabricación de Pashmina Impermeable serán la tela y plásticos impermeables que permitan la comodidad y tranquilidad que los clientes buscan al comprar nuestro producto, para la comercialización se contara con recurso humano altamente calificado en ventas, que ofrezca un buen servicio y amabilidad a nuestro clientes haciéndolos sentir una experiencia diferente en comparación con la competencia.

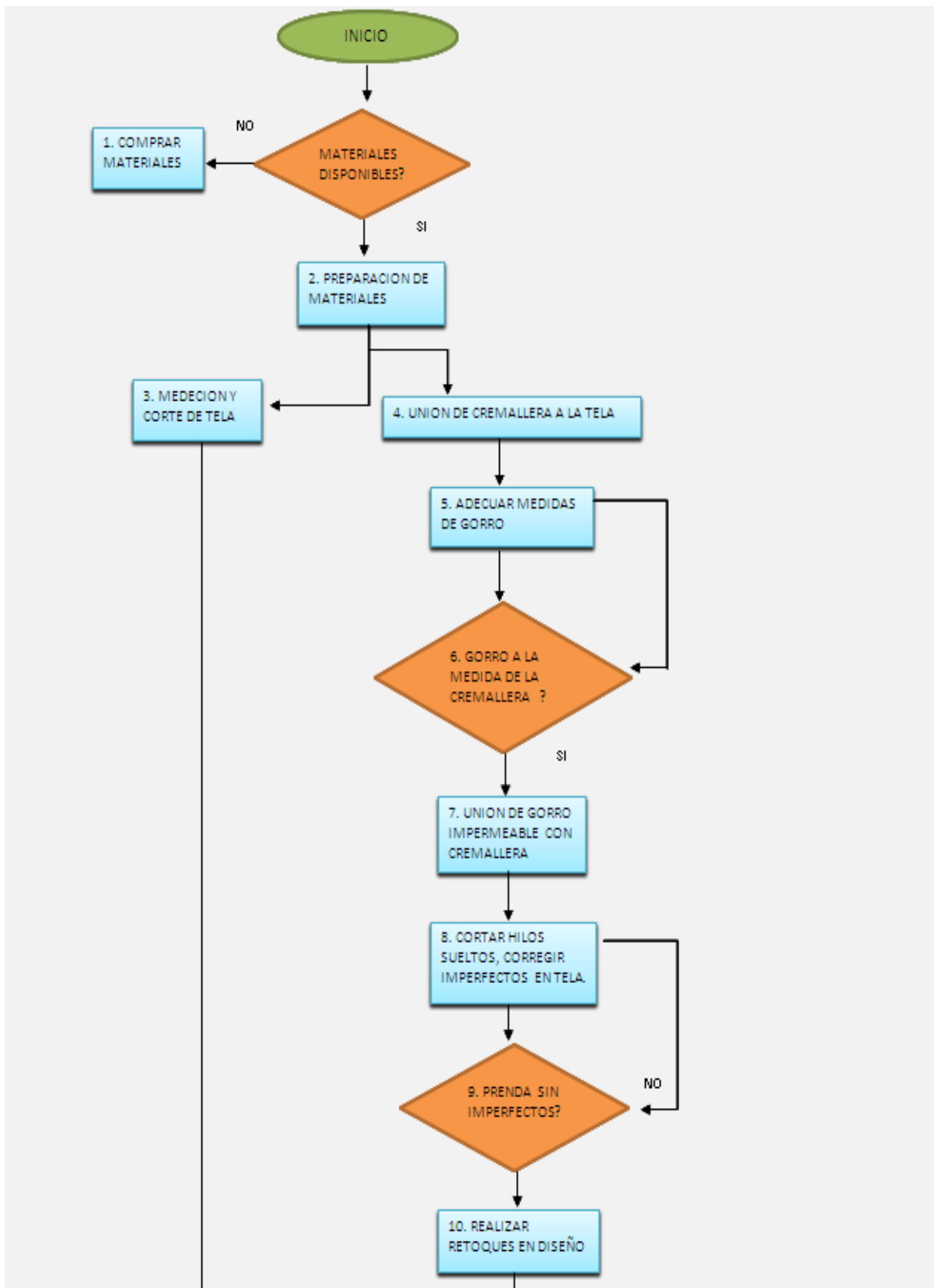
Durante esta etapa se tomarán las medidas según el diseño de la pashmina tradicional y del gorro impermeables ,para saber cómo se colocará en la máquina y se pegara el bolsillo del gorro impermeable.

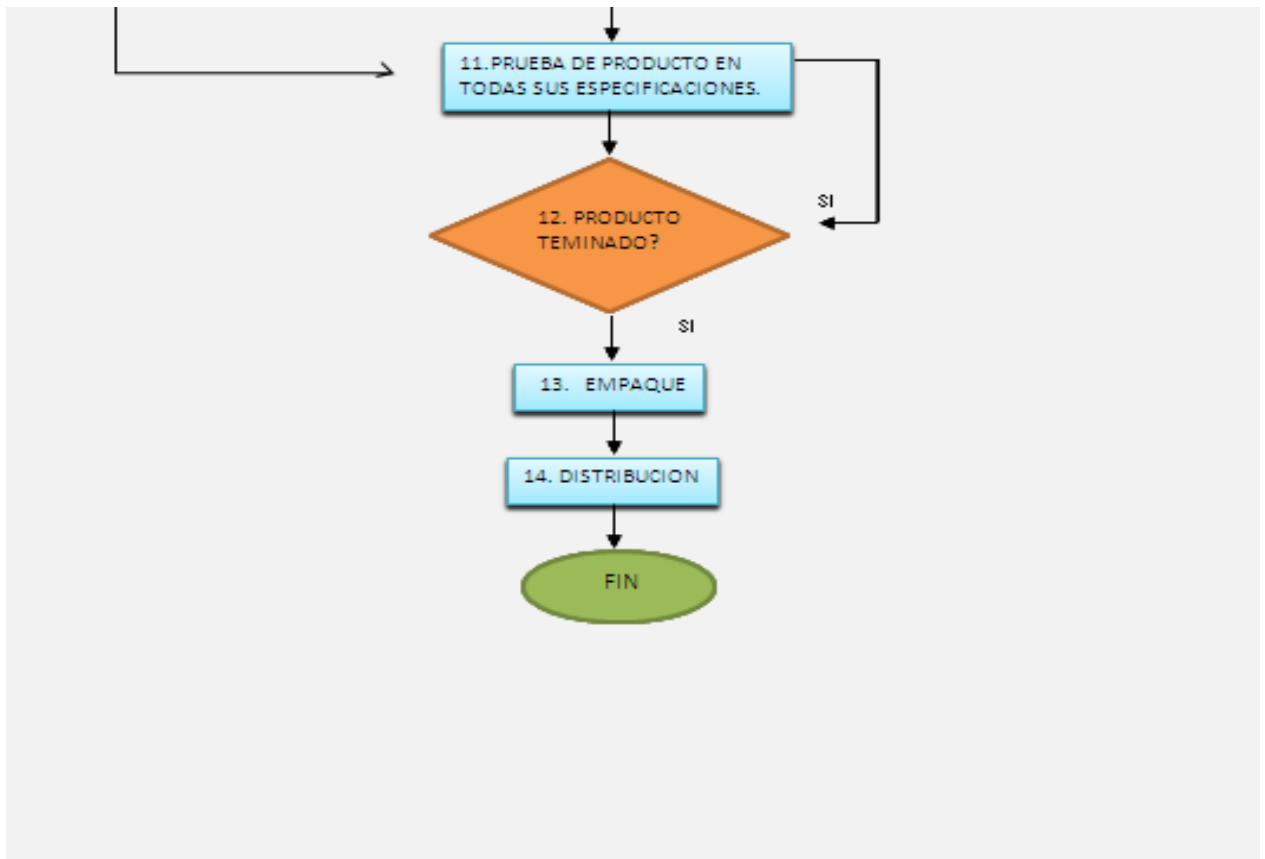
#### **7.13.1.6 Ficha técnica Pashmina Impermeable**

**Tabla 20.Ficha tecnica Pashmina Impermeable**

CARACTERISTICA	INFORMACIÓN
TAMAÑO	25 cm ancho x 1 metro largo
PESO	50mg
MATERIAL PASHMINA TRADICIONAL	Algodón- croché-satén etc.  Tela satín impermeable delgada y estampada
MATERIAL GORRO IMPERMEABLE	Base con repelencia a líquidos y otros factores ambientales (Impermeable)  No destiñe o decolora.
COLOR	Blanca  Verde  Roja  Naranja  Azul  Etc.
PRECAUCIONES	No lavar a mano, no aplicar clorox ni desengrasantes o colorantes, secar a la sombra.
INNOVACIONES	Pashmina impermeable, Pensada para su uso en bufandas, pashminas, etc.de tela resistente a la lluvia (o al agua), dando paso a diferentes diseños exclusivos vanguardistas e innovadores.
PRECIO	\$30.000 unidad

Ilustración 30. Proceso confección Diagrama Flujo





Fuente propia

#### 7.13.1.7 Atención al cliente directo

La encargada de gerencia mostrará el catálogo de pashminas e informará acerca de las características y precios de cada uno de ellos, con la finalidad de que el cliente pueda decidir qué diseño va a contratar.

Se realizará la negociación y se formalizará a través de la facturación en que existirán original y dos copias, una para el cliente y otra para la empresa.

Se realizará el registro de ingreso del pedido, (copia) en donde se entregará la original conjuntamente con las prendas solicitadas.

Terminado el proceso se notificará al jefe de producción que el pedido está listo para que se elabore la guía de remisión (original y dos copias) y envíe a entregarlo.

Gerencia entregará los pedidos al cliente posterior a la firma de entrega del mismo.

### **7.13.1.8. Atención al cliente vía telefónica**

La atención por la vía telefónica consistirá en

Brindar toda la información posible, si el cliente decide contratar los servicios, se le solicitarán sus datos generales tales como: nombre o razón social, dirección y teléfono para que el subgerente pueda recoger el pedido.

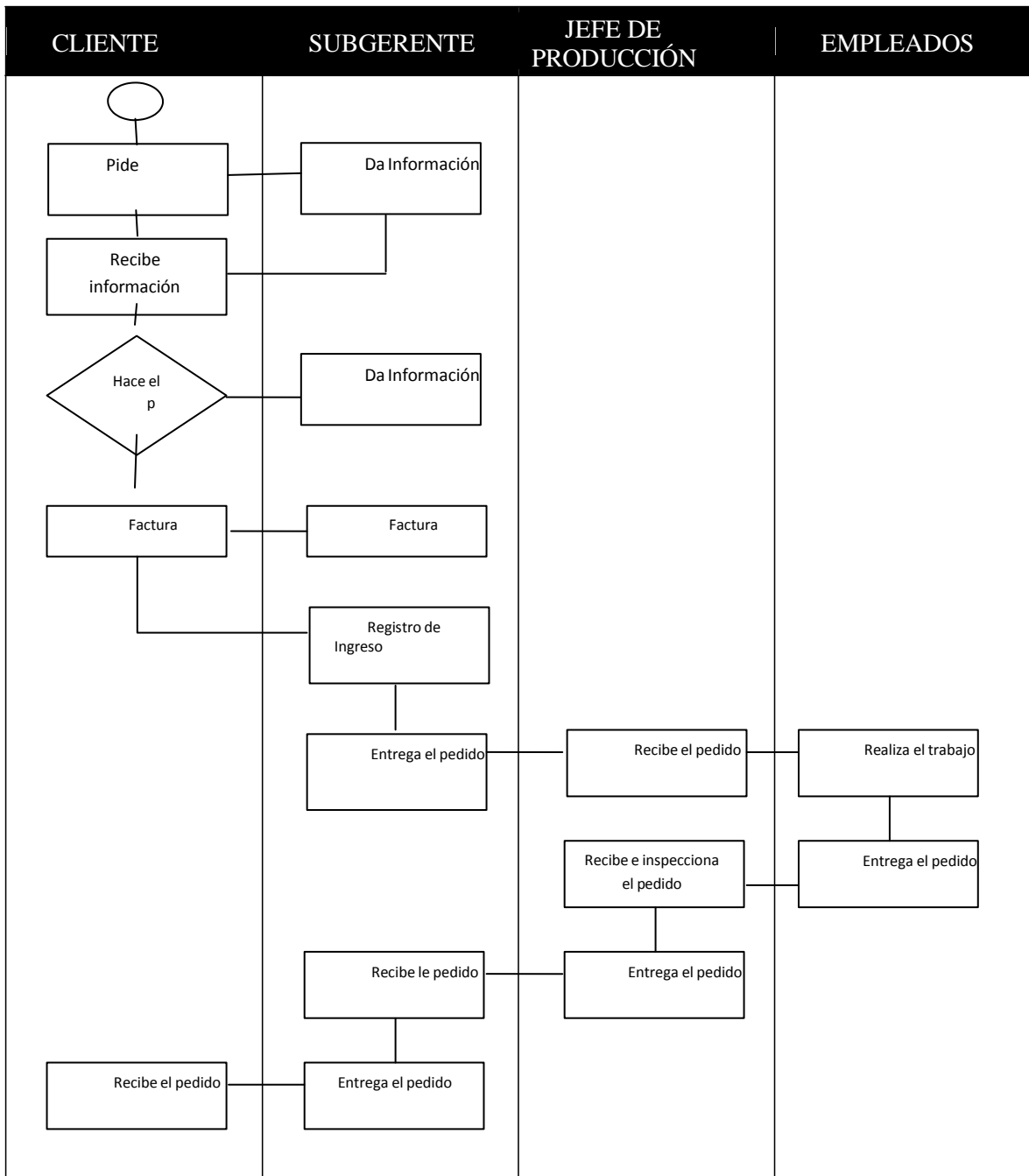
En este momento el subgerente le mostrará el catálogo de bordados al cliente, para que decida cuáles son los diseños que va a contratar. Posteriormente elaborará la orden de pedido (original y dos copias), recibirá las prendas a bordar y entregará la orden de pedido original al cliente posterior a la firma del mismo.

Una vez formalizado, el subgerente realizará el registro de ingreso del pedido (original y copia) para entregar la original conjuntamente con las prendas a bordar al auxiliar de operación previo a la firma de responsabilidad.

Una vez terminado el proceso de producción se notificará al subgerente para que elabore la guía de remisión y factura (original y 2 copias).

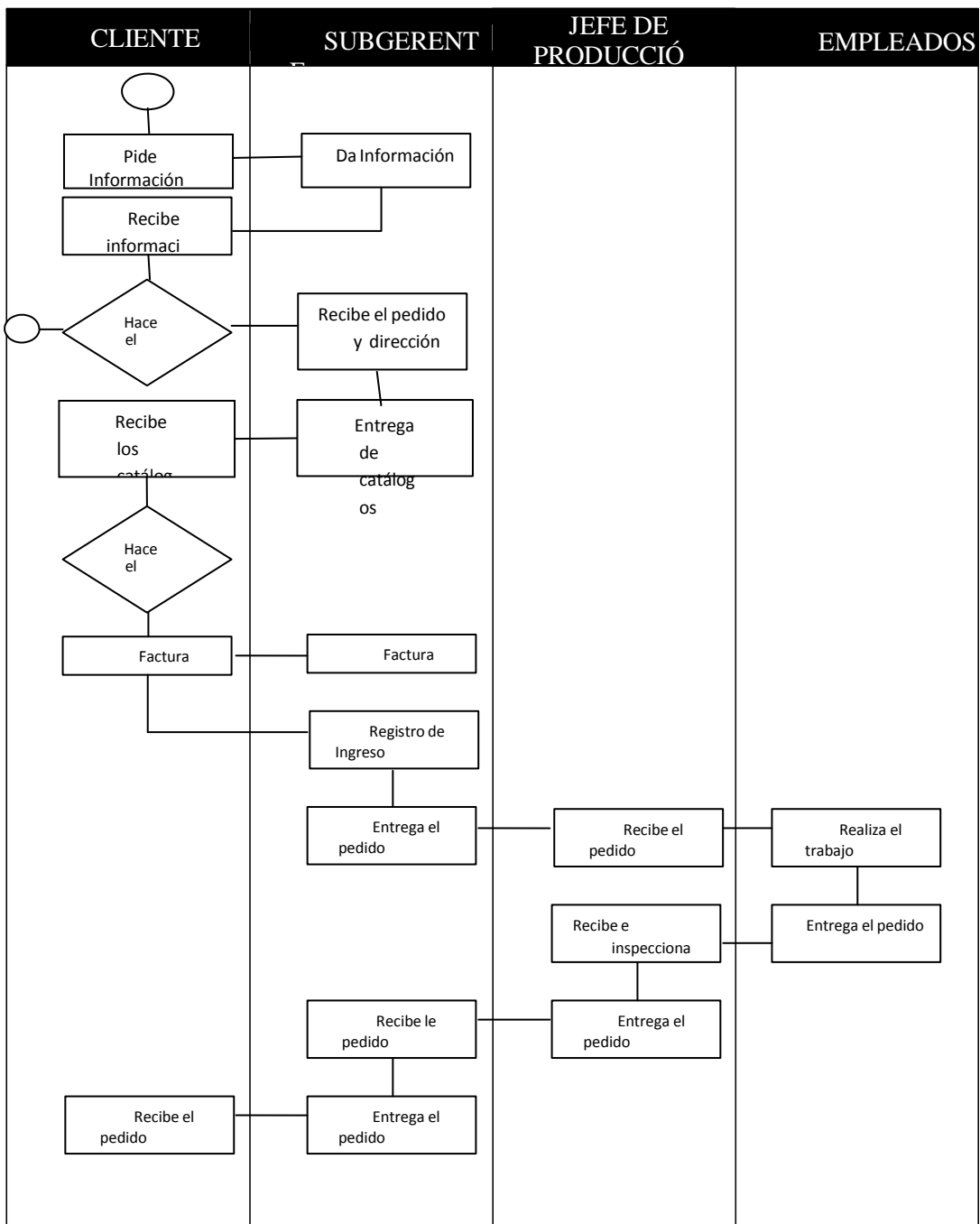
Asimismo el subgerente entregará los pedidos y la facturación (original) al cliente previo a la firma de recibido del mismo y a su cancelación.

**Ilustración 31. Atención al cliente directo**



Fuente: Propia

**Ilustración 32. Atención al cliente vía telefónica**



Fuente: Propia

### 7.13.1.9 Distribución del lugar

El espacio donde se llevará a cabo el proceso productivo es de vital importancia, ya que éste determinará la producción que poseerá la empresa durante su periodo de funcionamiento, la misma que se medirá en cantidad de unidades productivas por año.

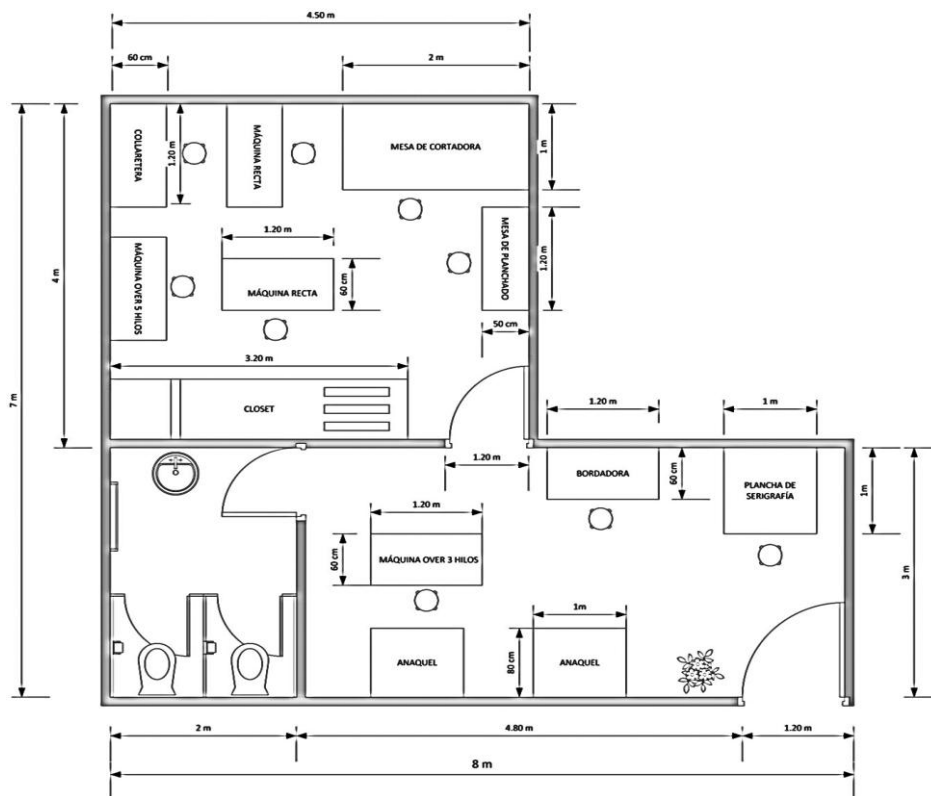
El tamaño del proyecto es de suma importancia para establecer el nivel de operación y el

DEBILIDADES:	OPORTUNIDADES
--------------	---------------

monto de las inversiones que a su vez permitirán calcular los costos de funcionamiento.

En el siguiente esquema se especifica la distribución de la empresa en el mediano plazo.

### Ilustración 33. Distribución de la Planta



Fuente: Propia

#### 7.13.1.10 ASPECTOS INTERNOS

#### 7.13.1.11 MATRIZ DOFA

Tabla 21. MATRIZ DOFA

1	Precios competitivos	1	Acceso preferencial a un mercado con alta población, capacidad adquisitiva y altos niveles de demanda
2	Informalidad laboral	2	Nichos de mercados inexplorados
3	Emprendimientos en solitario-individuales, época conformación societaria	3	Programas gubernamentales de apoyo (Fondo –emprender, ferias empresariales etc.) en términos de acceso a mercados, financiación y apoyo en comercialización y fortalecimiento empresarial)
4	Obsolescencia tecnológica	4	Posibilidades de flujos de inversiones financiera en el sector
5	Políticas cambiarias del país pueden afectar adquisición de nuevas maquinas.	5	Buenas relaciones político-económicas
6	El poco nivel de espacio físico que impide crear proyecto a gran escala	6	Reconocimiento y valoración positiva del mercado de la moda hacia el producto.
7	No cuenta con el espacio físico adecuado para el completo desarrollo de sus actividades	7	Cercanía y afinidad cultural
8	No Elaboración de propia materia prima	8	crecimiento significativo de empresas textiles de moda diseño e innovación colombianas que surgen en mercado internacional
9	Baja diversificación en diseño y en producto	9	Exportaciones de productos

10	Bajo relacionamiento con socios estratégicos	10	Desarrollo de programas de cooperación a través de entidades especializadas
11	Bajo nivel de acceso a capital de trabajo	11	Cercanía geográfica a puntos de comercialización (mejora tiempos de entrega)
12	Desconocimiento de nuevos procesos de diseño	12	Nuevos puestos de trabajo
13	Poco conocimiento de normas internacionales	13	modernización de las entidades vinculadas al comercio exterior y con ello disminución de los costos de transacción gracias a una mayor eficiencia en las operaciones y procedimientos
14	Restricción por calidad de insumos y servicios intermedios	14	Nivelación de las condiciones de competencias frente a otras regiones.

AMENAZAS		FORTALEZAS	
1	Baja participación en los mercados internacionales	1	Colombia es por tradición textil y diseño en cuanto a la moda un país abierto a varias tendencias.
2	Maquinaria en proceso de deterioro debido a uso continuo	2	Mano de obra disponible
3	Costos de producción que no le permiten al sector ser competitivos	3	Alto nivel de adaptación a nuevas exigencias del mercado

4	Crecimiento de importaciones de materias primas y productos terminados provenientes de países como china	1 marcas propias
5	Alta participación de informalidad y contrabando	5 En la zona norte de la ciudad de Bogotá se encuentra el mayor número de centros comerciales donde se puede comercializar el producto.
6	Comercialización marcas no originales	6 Colombia es sede de importantes ferias de textiles y confecciones, como Colombiatex, Colombiamoda, entre otras. 7 Ubicación geográfica estratégica 8 Régimen de zonas francas competitivo en la región 9 Manejo materias primas ecológicamente certificadas. 10 Innovación y diseño

Fuente:(Becerra, 2019)

**Tabla 22.DOFA EMPRESARIAL**

FACTORES EXTERNOS	FACTORES INTERNOS		
DOFA EMPRESARIAL	FORTALEZAS	DEBILIDADES	
	Colombia es por tradición textil y diseño en cuanto a la moda un país abierto a varias tendencias.	Apertura en mercado	
		Informalidad laboral	
	Mano de obra disponible	Emprendimientos en solitario-individuales, poca conformación societaria	
	Alto nivel de adaptación a nuevas exigencias del mercado	Obsolescencia tecnológica	
	marcas propias		
	En la zona norte de la ciudad de Bogotá se encuentra el mayor número de centros comerciales donde se puede comercializar el producto.	Políticas cambiarias del país pueden afectar adquisición de nuevas máquinas.	
		El poco nivel de espacio físico que impide crear proyecto a gran escala	
	Colombia es sede de importantes ferias de textiles y confecciones, como Colombiatex, Colombiamoda, entre otras.	No cuenta con el espacio físico adecuado para el completo desarrollo de sus actividades	
	Ubicación geográfica estratégica	No Elaboración de propia materia prima	
Baja diversificación en diseño y			

OPORTUNIDADES		en producto
	Régimen de zonas francas competitivo en la región	Bajo relacionamiento con socios estratégicos
	Manejo materias primas ecológicamente certificadas.	Bajo nivel de acceso a capital de trabajo
	Innovación y diseño	Poco conocimiento de normas internacionales
		Restricción por calidad de insumos y servicios intermedios
ESTRATEGIAS F.O.	ESTRATEGIAS D.O.	
Crear Empresa de confección de prendas impermeables con telas hidrofóbicas en ciudad de Bogotá D.C.	Seguir aprovechando Mecanismos para coordinación y programación de actividades, enfocados en cautivar los consumidores locales , para motivar la importacion.	Fortalecer administrativamente la EMPRESA
Instituciones de apoyo, Marco Legal-Emprendimiento	Mantener la imagen y posición alcanzada en sector textil y diseño.	Participar en proyectos de emprender y perfeccionar la idea.
Calidad , Diseño , innovación y distinció de productos.	Aprovechar experiencias positivas con entidades para ampliar acciones hacia otras.	Elaborar proyectos que permitan la generación de más recursos propios.
Experiencias en desarrollo y proceso de confección , distribución y comercialización de productos.	Focalizar Dirección enfocada hacia posibles clientes, Iniciar analisis de tendencias de mercados no tradicionales para identificar nuevos canales de comercialización con el apoyo gubernamental.	Capacitación del personal en gestión empresarial para ampliar producción , distribución y comercialización.
Potencial de crecimiento.	Centralizar	Desarrollar programa de

		investigación
AMENAZAS	ESTRATEGIAS F.A.	ESTRATEGIAS D.A.
Baja participación en los mercados internacionales	La comercialización de marcas no originales y baja participación en el mercado internacional se debe contrarrestar con la promoción y participación de los eventos realizados de la moda en Colombia.	Se deben agremiar las empresas del sector para fortalecer y recibir apoyo interno como del gobierno.
Maquinaria en proceso deterioro en su uso continuo	Aprovechar zonas francas y establecer centros de acopio y optimizar costos.	Hacer debido mantenimiento maquinaria con casas matrices .
costos de producción que no le permiten ser productivos.	Aprovechar experiencias positivas con entidades para ampliar acciones hacia otras.	Elaborar proyectos que permitan la generación de leyes que apoyen al emprendedor con bajos costos de materias primas, y reducción de impuestos
Crecimiento de importación de materia prima y productos traídos de china	Focalizar Dirección enfocada hacia posibles clientes.	Impulsar materias primas nacionales con aspectos de calidad , diseño e innovación
Alta participación de informalidad y contrabando	Incentivar la marca y expandirla a principales ciudades del país para contrarrestar llegada de productos chinos.	Crear red de apoyo comercio interno colombiano para denunciar el contrabando, así como forjar leyes que sancionen fuertemente.

Fuente:(Becerra, 2019)

## 7.13.1.12 MATRIZ EFI

Tabla 23. MATRIZ EFI-FACTORES INTERNOS

MATRIZ Confecciones JSB	EFI-Empresa		
FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
<b>Fuerzas</b>			
Colombia es por tradición textil y diseño en cuanto a la moda un país abierto a varias tendencias.	0,006	4	0,024
Mano de obra disponible	0,05	4	0,2
Alto nivel de adaptación a nuevas exigencias del mercado	0,0001	3	0,0003
marcas propias	0,08	4	0,32
En la zona norte de la ciudad de Bogotá se encuentra el mayor número de centros comerciales donde se puede comercializar el producto.	0,005	3	0,015
Colombia es sede de importantes ferias de textiles y confecciones, como Colombiatex, Colombiamoda, entre otras.	0,012	4	0,048
Ubicación geográfica estratégica	0,002	2	0,004
Régimen de zonas francas competitivo en la región	0,12	2	0,24
Manejo materias primas ecológicamente certificadas.	0,01	3	0,03
Innovación y diseño	0,09	4	0,36
<b>Debilidades</b>			0
Informalidad laboral	0,16	3	0,48
Emprendimientos en solitario-individuales, poca conformación societaria	0,17	2	0,34
Obsolescencia tecnológica	0,05	2	0,1
Políticas cambiarias del país pueden afectar adquisición de nuevas maquinas.	0,05	2	0,1
No cuenta con el espacio físico adecuado para el completo desarrollo de sus actividades	0,003	3	0,009
No Elaboración de propia materia prima	0,12	1	0,12
Baja diversificación en diseño y en producto	0,07	2	0,14

Poco conocimiento de normas internacionales	0,0003	2	0,0006
Restricción por calidad de insumos y servicios intermedios	0,0015	3	0,0045
<b>Total</b>	<b>0,9999</b>		<b>2.80</b>

Fuente:(Becerra, 2019)

CONCLUSIÓN MATRIZ EFI :Esta matriz evalúa fortalezas y Debilidades. El promedio está por encima de la media 2.5 , en 2.80; así mismo se observa que sin importar el número de los factores este no supera 1. Estos resultados reflejan que la empresa mantiene una posición fuerte a nivel interno .

### 7.13.2 ESTUDIO FINANCIERO

Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirvan de base para la evaluación económica. Por lo tanto el estudio financiero, se elaborará con base a la información que se obtuvo del Estudio de Mercado, Técnico y Organizacional, que nos llevará a obtener información acerca de la cantidad de inversión, ingresos, gastos, utilidad, capital de trabajo, depreciaciones, amortizaciones y sueldos, que determinará los flujos de efectivo que producirá el proyecto para esta evaluación en específico.

De acuerdo a lo anterior, la evaluación del proyecto refiere a la utilización de herramientas analíticas que nos permitirán valorar si cada una de las etapas antes descritas justificarán su realización, a través de la comparación de costo beneficio que se generará durante el horizonte de viabilidad de empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB, por lo que en este capítulo se determinarán los montos de los recursos económicos necesarios para el emprendimiento del proyecto y alcance de sus objetivos, los cuales servirán de base para evaluar la rentabilidad de la empresa.

### 7.13.2.1 Determinación de la inversión inicial

La cuantificación de los recursos financieros y la ubicación en el tiempo de dichas cuantías, conlleva al abastecimiento del proyecto de Inversión.

**Tabla 24.inversión inicial**

<b>Concepto</b>	<b>Total</b>
<b>Inversión Fija</b>	<b>6.000.000</b>
<b>gastos de venta - Administración</b>	<b>1.900.000</b>
<b>Capital de Trabajo y otros costos de producción</b>	<b>1.019.020</b>
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>8.919.020</b>

### 7.13.2.2 Inversión fija

Las inversiones fijas o activos fijos son los bienes de propiedad de la empresa como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, transporte, etc., que la compañía no puede desprenderse fácilmente, es decir, todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades.

A continuación se especifican las unidades, precios unitarios y total de la inversión de cada activo fijo para la empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB.

Tabla 25. Total Activos inversión fija

No.	Concepto	Subtotal		Total
<b>Equipo electrónico y de cómputo</b>				
1	Computadora marca	1800000	1800000	<b>2200000</b>
1	Impresora	400000	400000	
<b>Mobiliario y Equipo de Oficina</b>				
1	Escritorio	300000	300000	<b>1800000</b>
1	Teléfono	100000	100000	
2	Sillas de Trabajo	200000	400000	
2	Mesa de Trabajo	500000	1000000	
<b>Equipo de Trabajo</b>				
2	Máquina Brother plana	500000	1000000	<b>2000000</b>
2	Maquina fileteadora	500000	1000000	
			<b>Total</b>	<b>6000000</b>

Fuente propia

Ilustración 34. Cotización máquina plana

**MACO CENTRO** SINGER SIBUBA PFAFF brother

Cra. 10 No. 7-98 • Cel.: 3105554634 • e-mail: daysi413@hotmail.com • Bogotá, D.C.

VENDEDOR: *Daysi Melo* TEL: 23552822

DIRECCIÓN: *Cll 12 # 13-48 (Boy)* TEL: 3105554634

**CARTA DE PROPIEDAD** No. 140

FECHA: 01 02 2019

CANTIDAD	ARTICULO	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Máquina Plana Marca Topical Model 66-18 H. # 361100146	\$ 500.000	

NOTA: LA GARANTÍA CUBRE ÚNICAMENTE LA MANO DE OBRA EN EL ALMACÉN. NO SE GARANTIZA LA CALIDAD DE LAS PIEZAS, PARTES REPUESTOS, SISTEMAS ELÉCTRICOS O ELECTRÓNICOS

VENDEDOR: *[Firma]* RECIBI CONFORME: *[Firma]*

**TOTAL \$ 500.000**

### 7.13.2.3. Costos

**Tabla 26.otros costos de Producción**

Producto	PASHMINAS IMPERMEABLES		
Precio:	\$ 1.800.000	\$ 30.000	Por unidad
unidades x mes	60		Mes

					costo mensual
INSUMOS	TIPO DE INSUMO	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO
Tela impermeable	materia prima	30 metro	\$ 1.500	60	\$ 90.000
Tela algodón-pashmina	materia prima	60 metro	\$ 3.500	60	\$ 210.000
Cremallera	materia prima	1 Paquete	\$ 8.000	1	\$ 8.000
Mano de obra	Mano de obra	hora	\$ 5.517	60	\$ 331.020
Alquiler de sitio trabajo(taller)	Fisico	Meses	\$ 380.000	1	\$ 380.000
<b>COSTO TOTAL</b>					\$ 1.019.020

<b>VALOR MATERIA PRIMA UNITARIA</b>	308.000
-------------------------------------	---------

<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>	\$ 780.980
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>	43%

**Mano obra :** se calculo de acuerdo al salario minimo actualizado de \$828.116 con auxilio transporte \$925.148 , calculando 192 horas al mes , donde la hora se cobraría \$5.517. Por tanto ,se informa que se confecciona una pashmina por hora(solo es hacer el corte de gorro – bolsillo y adherirlo a las pashmina , calculando que para realizar 60 pashminas se invertiran 60 horas, por un total de \$331.020 .

**Tabla 27. Gastos de venta y administración**

<b>Gastos de venta y administración</b>		
<b>Promoción</b>		
<b>Inicial</b>	<b>Subtotal</b>	<b>Total</b>
gastos de administración	1000000	
Volantes/Flayers	900000	
<b>Total</b>		<b>1900000</b>

Fuente propia

**Tabla 28. Variables macroeconómicas**

Variables Macroeconómicas		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inflación	%	4,00%	3,25%	3,01%	3,02%	3,02%
Devaluación	%	8,00%	2,28%	4,55%	-2,74%	0,87%
IPP	%	4,00%	3,25%	3,01%	3,02%	3,02%
Crecimiento PIB	%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DTF T.A.	%	8,63%	7,94%	7,08%	6,33%	5,59%

**Tabla 29. Costo de Materia Prima**

COSTO MATERIA PRIMA		Costo Real
AÑO 1	5.133	5.339
AÑO 2	5.339	5.513
AÑO 3	5.513	5.679
AÑO 4	5.679	5.850
AÑO 5	5.850	6.027

Fuente :propia

**Costo materia prima por unidad** es de Materia prima Unitaria dividido en numero de unidades producidas al mes asi:

Costo Materia prima unitaria=Valos Materia prima Unitaria /Unidades producidas al mes .

Costo Materia prima unitaria=308.000/60

Costo Materia Prima unitaria =5.133.

**Costo de Materia prima Real:**

El costo de materia prima real , involucra el crecimiento del PIB Asi:

Costo real= Costo materia prima \*Incremento PIB +costo materia prima

Costo real =(5.133\*5,00%)+5.133

Costo real =5339.

**Tabla 30. Costo de mano de obra**

COSTO MANO DE OBRA		Valor real
AÑO 1	5.517	5.793
AÑO 2	5.793	6.083
AÑO 3	6.083	6.387
AÑO 4	6.387	6.706
AÑO 5	6.706	7.041

Fuente propia

Costo de mano de obra :Para elaborar pashminas impermeables se utilizará 1 hora para confeccionar cada una , lo cual necesitaremos 60 horas para producir 60 pashminas al mes , y cada hora tiene valor de \$5.517, pagando mensualmente \$331.020.

**Costo de mano de obra real :**

Costo mano de obra real =Costo de mano de obra \* Incremento PIB + Costo de mano de obra

$$\text{Costo mano de obra real} = (5.517 * 5,00\%) + 5.517$$

$$\text{Costo mano de obra real} = 5.793$$

**Tabla 31. Unidades vendidas**

UNIDADES VENDIDAS		Und. Reales
AÑO 1	720	756
AÑO 2	840	882
AÑO 3	960	1.008
AÑO 4	1.080	1.134
AÑO 5	1.021	1.072

Fuente propia

**Unidades Vendidas:** Se estima producir 60 unidades mensual es decir 720 unidades el primer año , al quinto año se proyecta vender 1.021 unidades , en Unidades reales se proyecta así:

**Unidades Reales Vendidas:** Para estimar las unidades reales vendidas se tendrá en cuenta también el incremento del PIB ASI:

Unidades Reales Vendidas= Unidades Reales Vendidas \* Incremento PIB + Unidades Reales Vendidas.

$$\text{Unidades Reales Vendidas} = (720 * 5,00\%) + 720$$

$$\text{Unidades Reales Vendidas} = 756.$$

**Tabla 32.Incremento de precios**

INCREMENTO DE PRECIOS		\$ Producto real
AÑO 1	30.000	31.200
AÑO 2	31.200	32.215
AÑO 3	32.215	33.185
AÑO 4	33.185	34.187
AÑO 5	34.187	35.219

Fuente propia

**Incremento de precios** :Para estimar cuanto incrementara el precio de Pashmina Impermeable se tendrá en cuenta la Inflación asi:

$$\text{Precio real} = \text{Precio} * \text{Inflación} + \text{Precio}$$

$$\text{Precio real} = (30.000 * 4,00\%) + 30.000$$

$$\text{Precio real} = 31.200$$

**Tabla 33.Obligaciones Financieras**

OBLIGACIONES FINANCIERAS		Valor real
AÑO		
1	5.000.000	5.431.664
AÑO		
2	4.000.000	4.317.592
AÑO		
3	4.000.000	4.283.393
AÑO		
4	3.000.000	3.189.939
AÑO		
5	2.000.000	2.111.783

Fuente propia

**Obligaciones Financieras** : Dan inicio a \$5000.000 deisminuyendo estas cada año ,  
tomando el valor real con tasa DTF Asi:

Valor real de obligacioens financieras =Obligación \*DTF+Obligación

Valor real de obligacioens financieras =(5000.000\*8.63)+5000.000

Valor real de obligacioens financieras =5.431.664.

**Tabla 34.Consolidado de Proyecciones**

	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Variables Macroeconómicas</b>							
Inflación	%		4,00%	3,25%	3,01%	3,02%	3,02%
Devaluación	%		8,00%	2,28%	4,55%	-2,74%	0,87%
IPP	%		4,00%	3,25%	3,01%	3,02%	3,02%
Crecimiento PIB	%		5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DTF T.A.	%		8,63%	7,94%	7,08%	6,33%	5,59%
<b>Ventas, Costos y Gastos</b>							
<b>Precio Por Producto</b>							
Precio Pashmina Impermeable	\$ / unid.		31.200	32.215	33.185	34.187	35.219
Precio Producto B	\$ / unid.		0	0	0	0	0
Precio Producto C	\$ / unid.		0	0	0	0	0
Precio Producto D	\$ / unid.		0	0	0	0	0
Precio Producto E	\$ / unid.		0	0	0	0	0
<b>Unidades Vendidas por Producto</b>							
Unidades Pashmina Impermeable	unid.		720	840	960	1.080	1.021
Unidades Producto B	unid.		0	0	0	0	0
Unidades Producto C	unid.		0	0	0	0	0
Unidades Producto D	unid.		0	0	0	0	0
Unidades Producto E	unid.		0	0	0	0	0
<b>Total Ventas</b>							
Precio Promedio	\$		31.200,0	32.215,0	33.185,0	34.187,0	35.219,0
Ventas	unid.		720	840	960	1.080	1.021
Ventas	\$		22.464.000	27.060.600	31.857.600	36.921.960	35.958.599
<b>Rebajas en Ventas</b>							
Rebaja	% ventas		1,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%
Pronto pago	\$		224.640	541.212	637.152	738.439	719.172
<b>Costos Unitarios Materia Prima</b>							
Costo Materia Prima Pashmina Impermeable	\$ / unid.		5.339	5.513	5.679	5.850	6.027
Costo Materia Prima Producto B	\$ / unid.		0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Producto C	\$ / unid.		0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Producto D	\$ / unid.		0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Producto E	\$ / unid.		0	0	0	0	0
<b>Costos Unitarios Mano de Obra</b>							
Costo Mano de Obra Pashmina Impermeable	\$ / unid.		5.517	10.253	10.766	11.304	11.869

Costo Mano de Obra Producto B	\$ / unid.		0	0	0	0	0
Costo Mano de Obra Producto C	\$ / unid.		0	0	0	0	0
Costo Mano de Obra Producto D	\$ / unid.		0	0	0	0	0
Costo Mano de Obra Producto E	\$ / unid.		0	0	0	0	0
<b>Costos Variables Unitarios</b>							
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ / unid.		5.339,0	5.513,0	5.679,0	5.850,0	6.027,0
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$ / unid.		5.517,0	10.253,0	10.766,0	11.304,0	11.869,0
Materia Prima y M.O.	\$ / unid.		10.856,0	15.766,0	16.445,0	17.154,0	17.896,0
<b>Otros Costos de Fabricación</b>							
Otros Costos de Fabricación	\$		1.019.020	1.000.000	1.000.000	1.500.000	2.000.000
<b>Costos Producción Inventariables</b>							
Materia Prima	\$		3.844.080	4.630.920	5.451.840	6.318.000	6.153.567
Mano de Obra	\$		3.972.240	8.612.520	10.335.360	12.208.320	12.118.249
Materia Prima y M.O.	\$		7.816.320	13.243.440	15.787.200	18.526.320	18.271.816
Depreciación	\$		700.000	700.000	700.000	700.000	1.566.667
Agotamiento	\$		0	0	0	0	0
Total	\$		8.516.320	13.943.440	16.487.200	19.226.320	19.838.483
Margen Bruto	\$		62,09%	48,47%	48,25%	47,93%	44,83%
<b>Gastos Operacionales</b>							
Gastos de Ventas	\$		900.000	990.000	1.138.500	1.400.000	1.800.000
Gastos Administración	\$		1.000.000	1.220.000	1.403.000	1.700.000	2.000.000
Total Gastos	\$		1.900.000	2.210.000	2.541.500	3.100.000	3.800.000
<b>Capital de Trabajo</b>							
<b>Cuentas por cobrar</b>							
Rotación Cartera Clientes	días		15	15	15	20	20
Cartera Clientes	\$	0	936.000	1.127.525	1.327.400	2.051.220	1.997.700
Provisión Cuentas por Cobrar	%		5%	6%	7%	8%	10%
<b>Inventarios</b>							
Invent. Prod. Final Rotación	días costo		4	5	6	8	10
Invent. Prod. Final	\$	0	94.626	193.659	274.787	427.252	551.069
Invent. Prod. en Proceso Rotación	días		2	3	4	5	7
Invent. Prod. Proceso	\$	0	47.313	116.195	183.191	267.032	385.748
Invent. Materia Prima Rotación	días compras		2	2	2	2	2
Invent. Materia Prima	\$	0	21.356	25.727	30.288	35.100	34.186
Total Inventario	\$		163.295	335.582	488.266	729.384	971.004
<b>Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar</b>							
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	\$	0	50.000	100.000	200.000	500.000	500.000

<b>Gastos Anticipados</b>							
Gastos Anticipados	\$	0	200.000	200.000	300.000	500.000	600.000
<b>Cuentas por Pagar</b>							
Cuentas por Pagar Proveedores	días		15	20	20	25	25
Cuentas por Pagar Proveedores	\$		325.680	735.747	877.067	1.286.550	1.268.876
Acreeedores Varios	\$		0	0	0	0	0
Acreeedores Varios (Var.)	\$		0	0	0	0	0
Otros Pasivos	\$		400.000	600.000	800.000	1.000.000	1.100.000
<b>Inversiones (Inicio Período)</b>							
Terrenos	\$	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	\$	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo	\$	5.000.000	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	\$	1.000.000	0	0	0	0	1.000.000
Equipo de Transporte	\$	0	0	0	0	0	0
Equipos de Oficina	\$		0	0	0	0	2.000.000
Semovientes pie de Cria	\$	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	\$	0	0	0	0	0	0
Total Inversiones	\$		0	0	0	0	3.000.000
<b>Otros Activos</b>							
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0
<b>Estructura de Capital</b>							
Capital Socios	\$	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Capital Adicional Socios	\$		0	0	0	0	0
Obligaciones Fondo Emprender	\$	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	\$	0	5.431.664	4.317.592	4.283.393	3.189.939	2.111.783
<b>Dividendos</b>							
Utilidades Repartibles	\$		0	6.462.484	11.305.977	16.685.235	22.371.446
Dividendos	%		0%	0%	0%	0%	0%
Dividendos	\$		0	0	0	0	0

#### 7.13.2.4. Balance General

Tabla 35. Balance General

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>Activo</b>						
Efectivo	4.000.000	20.312.069	29.922.412	39.572.074	46.666.420	46.973.905
Cuentas X Cobrar	0	936.000	1.127.525	1.327.400	2.051.220	1.997.700
Provisión Cuentas por Cobrar		-46.800	-67.652	-92.918	-164.098	-199.770
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	21.356	25.727	30.288	35.100	34.186
Inventarios de Producto en Proceso	0	47.313	116.195	183.191	267.032	385.748
Inventarios Producto Terminado	0	94.626	193.659	274.787	427.252	551.069
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	50.000	100.000	200.000	500.000	500.000
Gastos Anticipados	0	160.000	280.000	440.000	700.000	940.000
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>4.000.000</b>	<b>21.574.564</b>	<b>31.697.867</b>	<b>41.934.822</b>	<b>50.482.926</b>	<b>51.182.838</b>
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación	5.000.000	4.500.000	4.000.000	3.500.000	3.000.000	2.500.000
Muebles y Enseres	1.000.000	800.000	600.000	400.000	200.000	800.000
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	0	0	0	0	0	1.333.333
Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
<b>Total Activos Fijos:</b>	<b>6.000.000</b>	<b>5.300.000</b>	<b>4.600.000</b>	<b>3.900.000</b>	<b>3.200.000</b>	<b>4.633.333</b>
<b>Total Otros Activos Fijos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ACTIVO</b>	<b>10.000.000</b>	<b>26.874.564</b>	<b>36.297.867</b>	<b>45.834.822</b>	<b>53.682.926</b>	<b>55.816.172</b>
<b>Pasivo</b>						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	325.680	735.747	877.067	1.286.550	1.268.876
Impuestos X Pagar	0	3.536.683	2.650.668	2.943.873	3.111.857	2.164.521
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	5.431.664	9.749.256	12.674.733	13.427.358	12.030.979
Otros pasivos a LP		400.000	600.000	800.000	1.000.000	1.100.000
Obligacion Fondo Emprender (Contingente)	0	0	0	0	0	0
<b>PASIVO</b>	<b>0</b>	<b>9.694.027</b>	<b>13.735.670</b>	<b>17.295.672</b>	<b>18.825.765</b>	<b>16.564.376</b>
<b>Patrimonio</b>						

Capital Social	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	718.054	1.256.220	1.853.915	2.485.716
Utilidades Retenidas	0	0	6.462.484	11.305.977	16.685.235	22.371.446
Utilidades del Ejercicio	0	7.180.537	5.381.659	5.976.954	6.318.012	4.394.634
Revalorizacion patrimonio	0	0	0	0	0	0
<b>PATRIMONIO</b>	<b>10.000.000</b>	<b>17.180.537</b>	<b>22.562.196</b>	<b>28.539.150</b>	<b>34.857.162</b>	<b>39.251.796</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>10.000.000</b>	<b>26.874.564</b>	<b>36.297.867</b>	<b>45.834.822</b>	<b>53.682.926</b>	<b>55.816.172</b>

### **Balance General :**

En el Balance General se puede identificar que el aporte social para llevar a cabo factibilidad de este proyecto es de \$10.000.000, donde \$5.000.000 serán invertidos en Maquinaria y \$1.000.000 en Muebles y enseres , dejando un efectivo de \$4000.000 para gastos para producción y realización de pashminas impermeables.

### **Estados financieros proforma**

La información de la empresa se reflejará en los diferentes Estados Financieros, los cuales se utilizarán para realizar la evaluación financiera, en ese orden de ideas los Estados más representativos serán, el Estado de Resultados y Flujo de Efectivo.

### 7.13.2.5. Estado de resultados

En esta se proporcionará un estado donde de los ingresos se deducirán los costos y los gastos. Finalmente se obtendrán las utilidades o pérdidas, así como el monto de los impuestos y repartos sobre utilidades.

**Tabla 36.Estado de Resultados**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Ventas	22.464.000	27.060.600	31.857.600	36.921.960	35.958.599
Devoluciones y rebajas en ventas	224.640	541.212	637.152	738.439	719.172
Materia Prima, Mano de Obra	7.816.320	13.243.440	15.787.200	18.526.320	18.271.816
Depreciación	700.000	700.000	700.000	700.000	1.566.667
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	1.019.020	1.000.000	1.000.000	1.500.000	2.000.000
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>12.704.020</b>	<b>11.575.948</b>	<b>13.733.248</b>	<b>15.457.201</b>	<b>13.400.944</b>
Gasto de Ventas	900.000	990.000	1.138.500	1.400.000	1.800.000
Gastos de Administracion	1.000.000	1.220.000	1.403.000	1.700.000	2.000.000
Provisiones	46.800	20.852	25.267	71.180	35.672
Amortización Gastos	40.000	80.000	140.000	240.000	360.000
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>10.717.220</b>	<b>9.265.097</b>	<b>11.026.482</b>	<b>12.046.021</b>	<b>9.205.272</b>
Otros ingresos					
Intereses	0	1.232.770	2.105.655	2.616.153	2.646.117
Otros ingresos y egresos	0	-1.232.770	-2.105.655	-2.616.153	-2.646.117
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>10.717.220</b>	<b>8.032.327</b>	<b>8.920.826</b>	<b>9.429.868</b>	<b>6.559.155</b>
Impuestos (35%)	3.536.683	2.650.668	2.943.873	3.111.857	2.164.521
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>7.180.537</b>	<b>5.381.659</b>	<b>5.976.954</b>	<b>6.318.012</b>	<b>4.394.634</b>

Fuente: Elaboración Propia.

#### **7.13.2.6. Flujo de caja**

El flujo de efectivo, también llamado Estado de Cambio es la situación Financiera que presenta la información acerca de las modificaciones en los recursos y las fuentes de financiamiento de una entidad en un determinado periodo, que está clasificado por actividades de operación, de inversión y de financiamiento.

En el siguiente cuadro se muestra el flujo de efectivo de TEXTILES IMPERMEABLES JSB para los primeros cinco años de operaciones.

#### **Tabla 37.Flujo de caja**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>Flujo de Caja Operativo</b>						
Utilidad Operacional		10.717.220	9.265.097	11.026.482	12.046.021	9.205.272
Depreciaciones		700.000	700.000	700.000	700.000	1.566.667
Amortización Gastos		40.000	80.000	140.000	240.000	360.000
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		46.800	20.852	25.267	71.180	35.672
Impuestos		0	-3.536.683	-2.650.668	-2.943.873	-3.111.857
<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>		<b>11.504.020</b>	<b>6.529.265</b>	<b>9.241.080</b>	<b>10.113.328</b>	<b>8.055.754</b>
<b>Flujo de Caja Inversión</b>						
Variación Cuentas por Cobrar		-936.000	-191.525	-199.875	-723.820	53.520
Variación Inv. Materias Primas e insumos <sup>3</sup>		-21.356	-4.371	-4.561	-4.812	914
Variación Inv. Prod. En Proceso		-47.313	-68.882	-66.996	-83.841	-118.716
Variación Inv. Prod. Terminados		-94.626	-99.033	-81.128	-152.465	-123.817
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		-50.000	-50.000	-100.000	-300.000	0
Otros Activos		-200.000	-200.000	-300.000	-500.000	-600.000
Variación Cuentas por Pagar		325.680	410.067	141.320	409.483	-17.674
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		400.000	200.000	200.000	200.000	100.000
Variación del Capital de Trabajo	0	-623.615	-3.745	-411.239	-1.155.455	-705.774
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-5.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-1.000.000	0	0	0	0	-1.000.000
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	0	0	0	0	-2.000.000
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-6.000.000	0	0	0	0	-3.000.000
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>-6.000.000</b>	<b>-623.615</b>	<b>-3.745</b>	<b>-411.239</b>	<b>-1.155.455</b>	<b>-3.705.774</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>						
Desembolsos Fondo Emprender	0					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	5.431.664	4.317.592	4.283.393	3.189.939	2.111.783
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	-1.357.916	-2.437.314	-3.508.162
Intereses Pagados		0	-1.232.770	-2.105.655	-2.616.153	-2.646.117
Dividendos Pagados		0	0	0	0	0
Capital	10.000.000	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>10.000.000</b>	<b>5.431.664</b>	<b>3.084.822</b>	<b>819.822</b>	<b>-1.863.528</b>	<b>-4.042.496</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>4.000.000</b>	<b>16.312.069</b>	<b>9.610.342</b>	<b>9.649.663</b>	<b>7.094.346</b>	<b>307.484</b>
<b>Saldo anterior</b>		<b>4.000.000</b>	<b>20.312.069</b>	<b>29.922.412</b>	<b>39.572.074</b>	<b>46.666.420</b>
<b>Saldo siguiente</b>	<b>4.000.000</b>	<b>20.312.069</b>	<b>29.922.412</b>	<b>39.572.074</b>	<b>46.666.420</b>	<b>46.973.905</b>

Fuente: Elaboración Propia.

### 7.13.2.8. Criterios de viabilidad del Proyecto

**Tabla 38. Criterios de viabilidad del Proyecto**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Supuestos Macroeconómicos</b>						
Variación Anual IPC		4,00%	3,25%	3,01%	3,02%	3,02%
Devaluación		8,00%	2,28%	4,55%	-2,74%	0,87%
Variación PIB		5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DTF ATA		8,63%	7,94%	7,08%	6,33%	5,59%
<b>Supuestos Operativos</b>						
Variación precios		N.A.	3,3%	3,0%	3,0%	3,0%
Variación Cantidades vendidas		N.A.	16,7%	14,3%	12,5%	-5,5%
Variación costos de producción		N.A.	63,7%	18,2%	16,6%	3,2%
Variación Gastos Administrativos		N.A.	22,0%	15,0%	21,2%	17,6%
Rotación Cartera (días)		15	15	15	20	20
Rotación Proveedores (días)		15	20	20	25	25
Rotación inventarios (días)		7	9	11	14	18
<b>Indicadores Financieros Proyectados</b>						
Liquidez - Razón Corriente		5,59	9,36	10,98	11,48	14,91
Prueba Acida		6	9	11	11	15
Rotacion cartera (días),		15,00	15,00	15,00	20,00	20,00
Rotación Inventarios (días)		2,6	4,5	5,5	7,1	9,7
Rotacion Proveedores (días)		13,7	18,9	19,0	23,8	22,6
Nivel de Endeudamiento Total		36,1%	37,8%	37,7%	35,1%	29,7%
Concentración Corto Plazo		0	0	0	0	0

Ebitda / Gastos Financieros		N.A.	816,5%	564,8%	499,1%	422,0%
Ebitda / Servicio de Deuda		N.A.	816,5%	343,3%	258,4%	181,5%
Rentabilidad Operacional		47,7%	34,2%	34,6%	32,6%	25,6%
Rentabilidad Neta		32,0%	19,9%	18,8%	17,1%	12,2%
Rentabilidad Patrimonio		41,8%	23,9%	20,9%	18,1%	11,2%
Rentabilidad del Activo		26,7%	14,8%	13,0%	11,8%	7,9%
<b>Flujo de Caja y Rentabilidad</b>						
Flujo de Operación		11.504.020	6.529.265	9.241.080	10.113.328	8.055.754
Flujo de Inversión	-10.000.000	-623.615	-3.745	-411.239	-1.155.455	-3.705.774
Flujo de Financiación	10.000.000	5.431.664	3.084.822	819.822	-1.863.528	-4.042.496
<b>Flujo de caja para evaluación</b>	<b>-10.000.000</b>	<b>10.880.405</b>	<b>6.525.520</b>	<b>8.829.841</b>	<b>8.957.873</b>	<b>4.349.981</b>
<b>Flujo de caja descontado</b>	<b>-10.000.000</b>	<b>9.461.222</b>	<b>4.934.231</b>	<b>5.805.764</b>	<b>5.121.693</b>	<b>2.162.709</b>
<b>Criterios de Decisión</b>						
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	15%					
<b>TIR (Tasa Interna de Retorno)</b>	<b>86,55%</b>					
VAN (Valor actual neto)	17.485.619					
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,26					
Duración de la etapa improductiva del negocio ( fase de implementación).en meses	2 mes					
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. ( AFE/AT)	0,00%					
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio ( Indique el mes )	12 mes					
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio ( Indique el mes )	24 mes					

Fuente propia

## **CONCLUSIONES SOBRE LA FACTIBILIDAD DEL PROYECTO**

Teniendo en cuenta el producto innovador Pashmina Impermeable, la principal conclusión a la que se llega considerando el estudio realizado económica y financieramente con respecto a la factibilidad de establecer una empresa de confecciones de prendas impermeables con materia prima ecológica en la Ciudad de Bogotá D.C, se estima que el proyecto propuesto es rentable a largo plazo dado que la TIR (Tasa Interna de retorno) es del 85,55%. Esto quiere decir que la inversión es financieramente atractiva, ya que además de recuperar la inversión en 1,34 años y de obtener la rentabilidad deseada se tiene un excedente que en esa medida aumentará el flujo de efectivo.

Esta TIR (Tasa Interna de Retorno) es mayor que la tasa mínima de rendimiento basada en el DTF (Depósitos a término fijo)

Este estudio de factibilidad ha permitido identificar las pautas de mercado, de acuerdo a la moda y la tendencia vanguardista en pashminas; así mismo avanzar más sobre el análisis de necesidades de mercado objetivo. Esta situación puede ser mejor al identificar e incluir nuevas ideas que permitan proyectar la fabricación e inclusión de otros productos elaborados con telas impermeables en la empresa textiles Impermeables JSB.

Después de haber estudiado la factibilidad económica y financieramente y llevar a cabo este proyecto se recomienda tener en cuenta las siguientes estrategias.

## CAPITULO TERCERO

### **8 . ESTRATEGIAS**

Se define como estrategia empresarial al conjunto de acciones encaminadas a la obtención de una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y defendible frente a la competencia, mediante la adecuación entre los recursos y capacidades de la empresa y entorno en el cual opera, a fin de satisfacer los objetivos de los múltiples grupos participantes en ella. (cliente, 2003)

Con la finalidad de conseguir un rápido posicionamiento dentro del nicho de mercado se adoptarán las siguientes estrategias tomando siempre en cuenta los beneficios que el comprador desea obtener de éste.

#### **8.1.1 Estrategias del producto**

Para dar a conocer el producto se manejarán los siguientes aspectos:

1. Se mantendrá un stock variado en diseños y colores de las pashminas impermeables, incluyendo gorro impermeable.

2. Se ofrecerá un trato directo con el cliente buscando generar la confianza y la idealización del cliente, con la única finalidad de convertir a TEXTILES IMPERMEABLES JSB en la primera opción en la elaboración de prendas impermeables e innovadoras.

3. Se ofrecerán muestras del trabajo que realizará la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB a través de pashminas impermeables con la finalidad de que el cliente conozca el trabajo.

4. La empresa ofrecerá un producto de alta calidad con maquinaria de última generación, atendiendo a los clientes con puntualidad y brindando un trato directo y cordial.

5. Por último la empresa tratará de reflejar un buen servicio a través de la atención personalizada generando comodidad y confianza en el cliente.

### **8.1.2 Estrategias de precios**

Para establecer una excelente relación y afianzar a los clientes, se tiene en cuenta la implementación de la tarjeta exclusiva de la marca, así el cliente tendrá acceso a descuentos para obtener sus PASHMINAS a precios más bajos. De esta manera el cliente creará una relación más fuerte con la marca.

### **8.1.3 Estrategias de plaza**

Para poner a disposición del cliente los productos de la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB, se realizarán las siguientes acciones:

No se utilizarán intermediarios para la entrega del producto, de tal manera que el trato siempre será directo, ello con la finalidad de generar la confianza en el cliente.

Las entregas personales o de puerta en puerta se podrán realizar dentro de los límites del Municipio de Ciudad de Bogotá y sus alrededores.

De igual forma se debe conformar una base de datos con la información importante y relevante (nombre, fecha de nacimiento, ocupación, algunos gustos y preferencias) sobre los clientes que la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB vaya conociendo. Esto se hará con el objetivo de contar con información vital que será usada para la conformación de estrategias de mercadeo y competencia, esquemas promocionales, entre otros.

#### **8.1.4 Estrategias de publicidad y promoción**

La promoción del producto se realizará a través de las siguientes estrategias:

Diseño de la imagen corporativa de la empresa: Dentro de la imagen corporativa se encuentra en proceso el diseño el cual tiene como finalidad principal atraer el interés del cliente potencial

Publicidad:

En primera instancia se recurrirá al diseño de una página de internet que permitirá dar a conocer el servicio y la calidad del mismo las 24 horas.

Se realizará el volanteo en los diferentes puntos de venta, destacando en cada uno de ellos la calidad y buen servicio de la empresa.

Las tarjetas de presentación también se manejarán como parte de la publicidad que se le generará a la empresa.

Se invertirá un presupuesto para la compra de accesorios que ayuden a dejar una imagen de mayor tiempo en la mente de los clientes.

El marketing directo a través de la cuenta de correo electrónico de la empresa, así como las redes sociales, que son una de las principales herramientas, mediante las cuales se puede penetrar el mercado en un menor tiempo y a más bajos costos. Algunas de las principales redes contempladas serán facebook, twitter y google+

Asimismo se tiene contemplado la compra de catálogos, que facilitarán la visualización de los productos que manejará la empresa.

Las relaciones públicas jugarán un papel importante dentro de los primeros años de vida de la empresa, ya que será uno de los principales propulsores y que tiene un costo menos a las demás opciones de marketing.

## **8.2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL**

En este aparte se incluyen los requisitos legales y requerimientos necesarios para iniciar operaciones la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB de Ciudad de Bogotá, con base en la jurisprudencia del Estado Colombiano en lo referente a la existencia y operación de industrias, empresas y organizaciones legalmente constituidas.

Para la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB esta parte es muy importante debido a que dentro de su Visión está el perdurar en el mercado regional y obtener un crecimiento gradual y sostenido en el ámbito nacional, razones por las cuales el cumplimiento estricto de su Misión apegada a la ley es base fundamental para sostener una herencia familiar que ayude a varias generaciones a tener una estructura sólida de comercio que genere ingresos lícitos y confiables.

### **8.2.1 Ámbito jurídico**

La Constitución Política de la República, así como una gran parte de los códigos, legislación y reglamentos locales, regionales y nacionales, repercuten e influyen notablemente sobre todo proyecto y por tanto es muy lógico que deben tomarse en cuenta, ya que toda actividad empresarial y económica se encuentra incorporada a determinado marco jurídico.

Legalmente la Empresa se constituye con el nombre de “TEXTILES IMPERMEABLES JSB” y teniendo en cuenta que sus actividades, radio de acción, tamaño y nivel de ingresos, inicialmente funcionará bajo la figura fiscal de “Persona Jurídica con Actividad Empresarial”, teniendo el registro y domicilio fiscal en Ciudad de Bogotá (Cundinamarca).

## 8.2.2 Organigrama

Se muestra la organización de la empresa con el apoyo de un organigrama, que de forma gráfica esboza la estructura orgánica interna, sus relaciones, sus niveles de jerarquía y las principales conexiones que se desarrollarán permanentemente en el funcionamiento y operación, tal como lo tiene establecido el grupo creador de la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB.

Ilustración 35. Organigrama Empresa textiles Impermeables JSB



Fuente: Elaboración propia.

Tal como puede apreciarse es un organigrama en el cual la jerarquía suprema se ubica en la parte superior, unida por líneas que representan la comunicación de autoridad y responsabilidad de las demás jerarquías que se colocan hacia abajo a medida que decrece su influencia en la operación y en las decisiones de la Empresa.

- **Descripción de las áreas funcionales de la empresa**

Para este caso específico, la función puede definirse como una actividad o un conjunto de éstas relacionadas que se colocan juntas bajo un solo Jefe de Departamento o de Operaciones. Agrupar actividades, trabajos y labores relacionadas facilita la supervisión, el control y el seguimiento.

A continuación se describen cada una de las áreas básicas con las que contará la empresa:

**Dirección o Gerencia**

Establecer los objetivos de trabajo mensuales que la Empresa debe alcanzar.

Trabajar en conjunto con los Coordinadores de Área para lograr una operación óptima de la empresa.

Evaluar periódicamente que los objetivos de la empresa estén cumpliéndose.

Marcar el Plan de Capacitación que todos los Colaboradores habrán de seguir.

Asistir a reuniones con organizaciones, asociaciones y/o empresas externas, con la finalidad de realizar alianzas estratégicas que beneficien a la empresa.

Realizar la planeación estratégica que guiará el rumbo de la empresa.

Ser la imagen pública de la Organización.

**Jefe de producción 1 y 2 .**

Evaluar los resultados obtenidos con base en las condiciones en las que se realizan las actividades.

Ensamblar todas las piezas de las prendas que se confeccionan.

Estar al tanto del inventario de materia prima disponible y de los insumos necesarios para la confección de ropa.

Comunicar a la gerencia cualquier inconveniente que se presente en el proceso productivo; desde la falta de materia prima hasta errores en la confección.

## **Empleados**

Uso de la maquinaria y equipos para obtener los productos contratados.

Mantener en orden y limpieza el área de trabajo.

## **PERFIL DEL CARGO**

El Perfil de un Cargo debe aplicarse a las funciones del trabajo solicitado, por lo que es un resumen de todas las cualidades personales, características, capacidades y antecedentes que se requieren para realizar el trabajo.

### **Gerente o Director**

Escolaridad mínima: Administración de Empresas o Profesión afín.

Edad: de 25 a 30 años.

Sexo: Indistinto

Experiencia mínima: 2 años en el Cargo o puesto similar.

Idiomas: no necesariamente.

Con conocimientos en: control de gastos, manejo de nómina, computación avanzada, uso de equipo de oficina, etc.

Aptitudes: excelente presentación, proactividad, dinamismo, facilidad de expresión, acostumbrado a trabajar bajo presión, enfocada al logro de objetivos, manejo de personal y capacidad de rápida respuesta.

### **Jefe de Producción 1 y 2**

Escolaridad mínima: carrera técnica en diseño y/o Técnico en bordado industrial.

Edad: de 25 a 30 años.

Sexo: indistinto.

Experiencia mínima: de 2 años en el cargo o puesto similar.

Idiomas: no necesarios

Conocimientos: bordado industrial o manual, según las especificaciones y exigencias del cliente u órdenes de producción, cumpliendo estándares de calidad y las normas de seguridad e higiene que la empresa ha establecido.

Aptitudes: excelente presentación, proactiva, dinámica, facilidad de palabra, acostumbrada a trabajar bajo presión, enfocada al logro de objetivos, manejo de personal y capacidad de rápida respuesta.

### **Empleados**

Escolaridad mínima: carrera técnica en diseño y/o Técnico en bordado industrial.

Edad: de 25 a 30 años.

Sexo: indistinto.

Experiencia mínima: de 2 años en el cargo o puesto similar.

Idiomas: no necesarios.

Conocimientos: confección industrial o manual, según las especificaciones y exigencias del cliente u órdenes de producción, cumpliendo estándares de calidad y las normas de seguridad e higiene que la empresa ha establecido.

Aptitudes: excelente presentación, proactiva, dinámica, facilidad de palabra, acostumbrada a trabajar bajo presión, enfocada al logro de objetivos, manejo de personal y capacidad de rápida respuesta.

### **PROCESO DE SELECCIÓN Y RECLUTAMIENTO DE PERSONAL**

El proceso de reclutamiento para acceder al cargo será sencillo, debido a que se trata de una empresa que apenas comenzará operaciones, por lo que el Gerente General de la Empresa planea y espera ejecutar el siguiente proceso de reclutamiento.

- **Publicación de vacantes**

En esta parte del proceso, se publicarán las vacantes en los diversos medios informativos:

Oficina de empleo de Ciudad de Bogotá.

Anuncio en periódico local y a través de redes sociales.

En la publicación realizada se detallarán los requisitos a cubrir, perfil profesional, etc. De igual forma, se especificará el horario, lugar y fecha en que se recibirán los documentos para continuar con la siguiente fase del proceso de selección y reclutamiento de personal.

- **Recepción de documentos**

En el día, lugar y horario especificados previamente en la publicación de la vacante, será recibida la siguiente documentación (en original y fotocopia en tamaño carta):

Comprobantes de estudios: Título Profesional y Tarjeta Profesional).

Hoja de Vida actualizada.

Comprobante de residencia o de domicilio por medio de servicios públicos domiciliarios del lugar de residencia: energía eléctrica, teléfono fijo, agua, impuesto predial.

Credencial de elector de las últimas elecciones celebradas a nivel nacional.

Dos cartas o notas de recomendación, donde el remitente no sea algún familiar.

- **Entrevista personal**

Este paso del proceso de selección y reclutamiento de personal ocurrirá con la Gerencia General y el candidato previamente seleccionado; y sólo se realizará en el día establecido previamente. En esta parte del proceso, la Gerencia hará preguntas al aspirante, relacionadas

con el Cargo por ocupar, las actividades y experiencia previas, aspiraciones, objetivos personales y profesionales, etc.

El objetivo de esta parte del proceso de selección y reclutamiento será el de recabar información importante para la empresa, y tener un primer acercamiento con las personas que se contratarán.

- **Evaluación**

Posterior a la entrevista, se analizará la información obtenida en etapas anteriores del proceso de selección. Se verificarán el nivel de responsabilidad, capacidad de respuesta, actitud de servicio, conocimiento legal, habilidad de litigio, valores morales, eficiencia laboral, etc., que el aspirante haya mostrado. Para complementar esta etapa, el entrevistador verificará que la documentación e información otorgada por el aspirante sea verídica.

No sobra advertir que, aquellas personas que no cumplan con el perfil documental previamente citado y no muestren el perfil profesional que se busque, serán descartados totalmente del proceso de selección y reclutamiento.

- **Selección final**

Cumplidas las etapas anteriores, los aspirantes con el resultado más satisfactorio serán elegidos para ocupar las vacantes disponibles.

En caso de existir más de un aspirante con resultados satisfactorios, la decisión será tomada por la Gerencia General de la empresa, que considerará la preparación profesional, experiencia previa y aspiraciones económicas para tomar la decisión final.

Concluida esta etapa del proceso, se procederá a notificar al aspirante que ocupará la vacante; continuando así con la etapa final de la Contratación.

- **Contratación**

Una vez que se ha realizado de manera exitosa el proceso de selección, se establecerá el proceso de contratación en donde se asentarán los lineamientos de trabajo como son: horarios de entrada y salida, refrigerios, días de descanso, etc., además del monto de remuneración que se recibirá de manera quincenal.

También se especificarán los días de compensatorio y de permiso, así como los días en que no se laborará bajo lineamiento de vacaciones o días no laborales.

La contratación se llevará a cabo por medio legal a través de un contrato en el cual el empleador y el trabajador se obligarán recíprocamente, éste a prestar servicio y subordinación del primero, y aquél a pagar por estos servicios una remuneración determinada. El contrato de trabajo quedará firmado por ambas partes a más tardar dentro de los primeros quince días de incorporado el trabajador, en éste se determinará la naturaleza de los servicios y del lugar en que hayan de prestarse, monto, forma y período de pago de la remuneración acordada, duración y distribución de la jornada de trabajo, plazo del contrato y demás pactos que acordaren las partes.

- **Capacitación**

La capacitación es sumamente importante para el desarrollo de la empresa, ya que es una actividad que está encaminada a proporcionar conocimientos, desarrollar habilidades y modificar actitudes del personal de todos los niveles para el mejor desempeño en el trabajo.

Con base en lo anterior, la Empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB planea realizar, entre otras, las siguientes capacitaciones que ayudarán a mejorar la eficiencia de la empresa en el mediano plazo.

Existen varios métodos de capacitación, pero debe tenerse muy claro que el escogido se realizará en función de la efectividad, el costo y los objetivos planteados por la empresa. Por lo tanto se plantea lo siguiente:

- **Instrucción directa sobre el Cargo**

Se impartirá durante unas horas en el trabajo, la instrucción será dada por el Gerente General, el Supervisor del Área o un empleado experimentado.

Capacitación inductiva:

Se realizará una capacitación a todos los nuevos empleados para facilitarles la integración a la empresa y a su ambiente de trabajo. Ésta será impartida por el jefe inmediato o un empleado experimentado.

- **Capacitación en el puesto de trabajo**

Se llevará a cabo en el mismo puesto de trabajo, la persona encargada de hacerlo será el jefe inmediato, siendo la instrucción individual o grupal y se aplicará para cada uno de los puestos de trabajo. Las demostraciones y las prácticas se repiten hasta que la persona domine la técnica.

- **Cursos internos**

Se realizarán eventos de capacitación (anuales) sobre determinadas técnicas o temas de interés general que se organizan y llevan a cabo en la empresa, se aplicará para el responsable de atención al cliente, administración incluso donde podrá participar el responsable de costura y el responsable de marketing; este último será externo, así como el resto de empleados.

- **Rotación de puestos**

A medida que la empresa vaya creciendo, los métodos de capacitación comenzarán a cambiar, por lo que la rotación de puestos será una de los métodos que se incorporarán, ello con la finalidad de proporcionar a los empleados la experiencia de varios puestos, por lo que se alentará a la rotación del personal de una a otra función.

Se espera que mediante las capacitaciones se logre obtener los siguientes resultados:

Aumento de la eficacia organizacional.

Mejoramiento de la imagen de la empresa.

Mejoramiento del clima organizacional.

Mejores relaciones entre empresa y empleado

Facilidad en los cambios e innovación.

## **LICENCIAS Y PERMISOS**

Como ya se mencionó anteriormente, el sector textil juega un importante papel en la economía del país, ya que es una fuente generadora de empleos y recursos, así como de algunas externalidades negativas que será necesario regular a través de diferentes permisos y licencias a través de la Ciudad de Bogotá, siendo el lugar donde se ubicará inicialmente el principal centro de operaciones de la empresa.

La industria textil utiliza diversos tipos de recursos tales como: las instalaciones eléctricas, máquinas necesarias para confección , herramientas, materiales de consumo, energía y agua.

Para un mejor manejo de los residuos que genere la empresa, éstos se clasificarán en los siguientes:

## **8.3 ASPECTOS LEGALES**

### **8.3.1 NORMATIVIDAD TÉCNICA**

Las principales normas con las que se cumplirán para seguridad de la empresa serán las siguientes:

Contar con los botiquines de primeros auxilios y los extintores necesarios y suficientes de acuerdo con la legislación vigente.

Deben existir contenedores (recipientes, canecas) etiquetados para disposición y almacenamiento de cada tipo de residuo en función de sus requisitos.

Todos los trabajadores contarán con los elementos de protección personal apropiados a las funciones de cada cargo.

- **Normatividad comercial**

Debido a que será una empresa que comercializará bordados textiles, se debe cumplir con las licencias y permisos tanto a nivel Municipal, Departamental y Nacional.

- Permiso de Planeación para construcción de bodegas y almacenes**

Trámite cuyo objeto es precisar usos del suelo, densidades e intensidades de su aprovechamiento u ocupación, así como restricciones aplicables a un determinado predio.

Tiene vigencia de un año, hasta que se inicié la respectiva construcción.

- Licencia específica de uso del suelo**

Documento expedido por la autoridad competente, en el cual se autoriza el uso o destino que pretenda darse a los predios. Tiene vigencia hasta que no se modifique el Plan que lo sustenta y se encuentre vigente.

- Apertura de inicio de operaciones**

Licencia de funcionamiento para actividades y procesos industriales, transacciones comerciales y prestación de servicios

Es el documento oficial que expide la autoridad municipal para que en un establecimiento industrial, comercial o de servicios pueda funcionar. Tiene vigencia anual, debiéndose revalidar durante los primeros 90 días de cada año, implicando un costo variable conforme con la actividad que se desarrolla en cada empresa. Este monto es determinado por la Tesorería Municipal.

#### **-Afiliación y Registro como Empresa Empleadora o Patrón**

En el Régimen de Seguridad Social, Pensional y de Administración de Riesgos Laborales la Empresa debe aparecer como Empleadora o Patrón Empleador para cumplir con la legislación vigente frente a sus Empleados y Colaboradores.

#### **-Inscripción en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales**

El requisito debe cumplirse estrictamente para estar presente en el sistema nacional de empresas encargadas de recaudar tributos y de transferirlos al Estado dependiendo de su actividad económica, de su tamaño y de su evolución contable, administrativa, financiera y operacional.

#### **-Sistema de Información Empresarial Municipal**

Trámite que deben realizar las empresas industriales, comerciales y de servicios que quieran establecerse dentro del Municipio y obtener de manera legal todos los permisos y autorizaciones para su desempeño comercial, administrativo y laboral. Con este sistema municipal también se cruza la información de la mano de obra calificada y no calificada que hay disponible entre los habitantes de la zona rural y urbana de Ciudad de Bogotá.

#### **-Secretaría de Salud**

Las actividades relacionadas con la salud humana requieren obtener, en un plazo no mayor de 30 días, de la Secretaría de Salud Municipal una autorización que podrá tener

forma de: Licencia Sanitaria, Permiso sanitario, Registro Sanitario o Tarjetas de Control. Tiene una vigencia de dos años y debe revalidarse 30 días antes de su vencimiento.

#### **-Instituciones Bancarias**

Como se requerirá financiamiento por parte de la Banca, también se abrirá una cuenta corriente mediante la cual se controlará y ejecutará la mayor cantidad de transacciones posibles para evitar el uso del dinero en efectivo o en cheques. Se preferirá las transferencias electrónicas.

#### **-Sindicato**

Aun cuando no existe la obligación de afiliar a los trabajadores ante algún sindicato, los trabajadores pueden constituirse cuando éstos rebasen los 20 trabajadores.

#### **-Secretaría de Hacienda**

Esta debe de verificar y autorizar los instrumentos de medidas que se usen como base u objeto de alguna transacción comercial. También Reglamenta y registra las Normas Oficiales Colombianas que son obligatorias para ciertos productos. También existen normas especiales cuya adopción permite la autorización para el uso del sello oficial de garantía siempre y cuando cumpla con las especificaciones de un sistema de control de calidad.

#### **-Registro de Marca**

Con la finalidad de proporcionar a la empresa una identidad se realizará el registro de un registro de patente donde se tiene en cuenta la innovación de gorro impermeable adherido a pashmina impermeable tradicional .

## 9 .CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio de factibilidad del presente proyecto , se tiene información necesaria y suficiente que permita llegar a las siguientes conclusiones :

La idea de negocio es altamente llamativa e innovadora .

Se determinó que el entorno dentro del cual se desarrollará la idea de negocio por medio de evaluación de los factores externos concluye que la posible empresa se encuentra en un nivel cercano al promedio de 2,5 indicando que está en un punto intermedio de elementos positivos (oportunidades) y negativos (amenazas) para fortalecer su acción.

Existe un alto nivel de aceptación del producto Pashmina Impermeable por parte del cliente; así lo demuestra la investigación de mercado realizada , en la que se observa la disponibilidad de comprar y utilizar este producto.

Teniendo en cuenta el análisis de la competencia se ha concluido que actualmente no hay ,ninguna empresa que se pueda identificar con productos innovadores y de Diseño en especial que maneje materias primas hidrofóbicas (impermeables) altamente ecológicas y de la mejor calidad.

Al observar el estudio realizado económica y financieramente con respecto a la factibilidad de establecer una empresa que confeccione prendas impermeables con materia prima ecológica en la Ciudad de Bogotá D.C. ,se estima que el proyecto propuesto es rentable dado que la inversión es financieramente atractiva y se recupera en 1,26 año; de esta forma con la rentabilidad deseada aumentará el flujo de efectivo.

Finalmente este estudio de factibilidad ha permitido identificar las pautas de mercado, de acuerdo a la moda y la tendencia vanguardista en pashminas; así mismo avanzar más sobre el análisis de necesidades de mercado objetivo. Esta situación puede ser mejor al identificar e incluir nuevas ideas que permitan proyectar la fabricación e inclusión de otros productos elaborados con telas impermeables en la empresa textiles Impermeables JSB.

## **10 .RECOMENDACIONES**

Al ser esta empresa TEXTILES IMPERMEABLES JSB nueva en el mercado y que introduce un producto nuevo e innovador, se recomienda implementar un plan de marketing que de a conocer el producto al consumidor objetivo , tal que se cumpla con los objetivos planteados .

Por ultimo , se recomienda implementar el proyecto en el pais , por su alta rentabilidad ante diferentes escenarios .

## 11 .BIBLIOGRAFIA

Avaloz, D. (21 de Octubre de 2016). *Mercado para emprendedores*. Obtenido de como hacer una correcta descripción de mi negocio: <http://mercadoemprendedores.com/blog/como-hacer-una-correcta-descripcion-de-mi-negocio/>

Banco Mundial. (s.f.). *Banco Mundial*. Obtenido de [www.bancomundial.org](http://www.bancomundial.org)

Becerra, J. (24 de Julio de 2019). *Dofa Personal*. (J. Becerra, Intérprete) Universidad Santo tomas, Bogotá, Bogotá, Colombia.

Departamento Administrativo Distrital de Estadísticas (DANE). (s.f.). *DANE*. Obtenido de DANE: [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

Dormer, P. (1995). *El diseño desde 1945*. Barcelona: Ediciones Destino.

empresa, o. (16 de agosto de 2018). *Análisi pestel* . Recuperado el 20 de julio de 2019, de <https://otraempresa.com/analisis-pest/>

empresa, O. (16 de Agosto de 2018). *Análisis PEST: Analiza el macroentorno de tu empresa*. Recuperado el 23 de julio de 2019, de ¿Cuál es la diferencia entre el macroentorno y microentorno?: <https://otraempresa.com/analisis-pest/>

ingenieria, J. d. (2015). *Investigación termodinámica* (Vol. 7). Barcelona: JOurnal.

INVIAS. (2016). Guía de vías 4g adaptadas al clima. Bogotá: INVIAS.

Lledó, P. (2013). Administración de Proyectos. El ABC para un director de proyectos exitoso. Universidad para la Cooperación Nacional.

moda, A. (15 de enero de 2019). *pashmina-estilo-bufanda*. Recuperado el 23 de julio de 2019, de pashminas: [https://www.amazon.es/GFM-Pashmina-estilo-bufanda-B9-205-HJ-47-GHFSH/dp/B074HHMPRZ/ref=lp\\_3074615031\\_1\\_1\\_sspa?s=apparel&ie=UTF8&qid=1564193642&sr=1-1-spons&pvc=1](https://www.amazon.es/GFM-Pashmina-estilo-bufanda-B9-205-HJ-47-GHFSH/dp/B074HHMPRZ/ref=lp_3074615031_1_1_sspa?s=apparel&ie=UTF8&qid=1564193642&sr=1-1-spons&pvc=1)

Montes, A. J. (5 de 5 de 2009). *soñar,realizar, vivir un emprendedor.*

Murcia, H. (2015). *Creatividad e Innovación para el Desarrollo Empresarial.* Editorial Ediciones de la U, Bogotá, 200 pg.

plasticos, T. d. (28 de Noviembre de 2012). *Blog dedicado a los materiales plásticos, características, usos, fabricación, procesos de transformación y reciclado.* Recuperado el 24 de julio de 2019, de Blog dedicado a los materiales plásticos, características, usos, fabricación, procesos de transformación y reciclado: <https://tecnologiadelosplasticos.blogspot.com/2012/11/historia-de-las-fibras-artificiales-y.html>.

Project Managment Institute. (2017). *Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos.* Pennsylvania: Project Managment Institute. Inc.

ruiz, L. E. (14 de 6 de 2014). *Gerencia de Mercadeo ciencia economicas y adminisitrativas.* (L. e. Ruiz, Productor) Recuperado el 23 de julio de 2019, de el análisis PEST: <http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc098.htm>

Sena. (15 de Noviembre de 2018). *Centro de diseño tecnologico Industrial.* Recuperado el 3 de julio de 2019, de Tecnologia en confección industrial: [http://www.cdtisena.com/confeccion\\_industrial.html](http://www.cdtisena.com/confeccion_industrial.html)

silva, r. e. (2015). Propiedades termodinamicas del efecto hidrofóbico en la estabilidad proteica. En R. E. silva, *Investigacion - Termodin ´ amica* (Vol. 7, págs. 1-9). Argentina: Journal de Ciencia e Ingenier´ia.

t&m. (15 de Mayo de 2013). *costura a mano primeros pasos .* Recuperado el 18 de julio de 2019, de manualidades costura: <http://www.trucosymanualidades.com/costura-a-mano-primeros-pasos/>

Wikilibro. (12 de marzo de 2012). *wikieoi*. Recuperado el 24 de julio de 2019, de La idea de negocio en proyectos de negocio: [https://www.eoi.es/wiki/index.php/La\\_Idea\\_de\\_Negocio\\_en\\_Proyectos\\_de\\_negocio](https://www.eoi.es/wiki/index.php/La_Idea_de_Negocio_en_Proyectos_de_negocio)

Wikipedia. (10 de Enero de 2013). *Análisis Pest*. Recuperado el 22 de julio de 2019, de Elementos del modelo: [https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis\\_PEST](https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_PEST)