

UNIVERSIDAD CES
UNIVERSIDAD EL ROSARIO

Especialización en Gerencia



DOTACIONES DE COLOMBIA (DOTCO)
PLAN DE EMPRESA

Gloria Isabel Restrepo Bravo

José Mateo Flórez Cuartas

Medellín, Colombia

2014

UNIVERSIDAD CES

UNIVERSIDAD EL ROSARIO



DOTACIONES DE COLOMBIA (DOTCO)

PLAN DE EMPRESA

Preparado por:

Gloria Isabel Restrepo Bravo - Especialización en Gerencia

José Mateo Flórez Cuartas - Especialización en Gerencia

**Trabajo de grado para optar al título de
Especialista en Administración de Empresas**

Geovanny Correa Calle

M. Sc Gestión de Organizaciones

Universidad de Quebec, Canadá

Medellín, Colombia

2014

CONTENIDO

I.	ÍNDICE DE TABLAS	6
II.	ÍNDICE DE GRÁFICOS	8
III.	ÍNDICE DE IMÁGENES	9
1.	RESUMEN EJECUTIVO	10
2.	DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	11
4.	ANÁLISIS DEL MERCADO	12
4.1	ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA INDUSTRIA.....	12
4.1.1.	MERCADOS.....	12
4.1.1.1.	MERCADO NACIONAL	12
4.1.1.2.	MERCADO DE LOS MUNICIPIOS DEL ÁREA METROPOLITANA DEL VALLE DE ABURRÁ.....	13
4.1.1.3.	MERCADO DE LA SUBREGIÓN DEL ABURRÁ SUR	14
4.1.2.	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	17
4.2	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	18
4.2.1.	PRODUCTO	18
4.2.2.	FUNCIONALIDADES Y CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	19
4.2.3.	PATENTES DEL PRODUCTO.....	19
4.3.	DEFINICIÓN DE CLIENTES.....	20
4.4.	COMPETIDORES	21
4.4.1.	MATRIZ <i>BENCHMARKETING</i>	21
4.4.2.	MATRIZ DE COMPETIDORES.....	22
4.4.2.1.	DESCRIPCIÓN ÍTEMS DE LA MATRIZ DE COMPETIDORES	22
4.4.2.2.	ANÁLISIS MATRIZ DE COMPETIDORES.....	23
4.4.3.	DESCRIPCIÓN DE LOS COMPETIDORES	24
4.4.3.1.	UNIROCA S. A.....	24
4.4.3.2.	ALMARTEX S. A.....	24
4.4.3.3.	DOTACIONES H.M.....	25
4.4.3.4.	UNIFORMES LABORALES	25

4.5. INVESTIGACIÓN O PLAN DE MERCADEO	25
4.5.1 LISTA DE CHEQUEO (<i>CHECK LIST</i>) DEL PLAN DE MERCADEO.....	25
4.5.2 RESULTADOS ESTUDIO DE MERCADOS	26
4.6 ESTRATEGIAS	35
4.6.1 FIJACIÓN DE PRECIOS	35
4.6.2 DISTRIBUCIÓN.....	35
4.6.3 PRODUCTO	37
4.6.4 COMUNICACIONALES	40
4.6.5 COMERCIALIZACIÓN	40
4.6.6. POLÍTICAS DE SERVICIO.....	41
4.6.6.1. Preventa.....	41
4.6.6.2. Venta efectiva.....	41
4.6.6.3. Servicio postventa	41
4.6.7. RECLAMACIONES	41
4.6.7.1. TIPOS DE RECLAMACIONES.....	41
4.6.7. PROYECCIÓN DE VENTAS	42
4.7 PLAN TÁCTICO	43
5. ANÁLISIS OPERATIVO DOTCO	46
5.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	46
5.2. DISTRIBUCIÓN INTERNA DE LA EMPRESA	47
5.3. MAPA DE PROCESOS.....	50
5.4 Muebles, enseres, equipos y maquinaria	51
5.5. COSTOS DE PRODUCCIÓN	52
6. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y ADMINISTRATIVO	53
6.1 MISIÓN.....	53
6.2 VISIÓN	53
6.3 VALORES CORPORATIVOS.....	53
6.4 OBJETIVOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO	54
6.4.1. CORTO PLAZO	54
6.4.2. MEDIANO PLAZO	54

6.4.3. LARGO PLAZO	54
6.5. ANÁLISIS DOFA.....	55
6.6. DEFINICIÓN DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.....	55
6.6.1. ESTRUCTURA ORGÁNICA.....	55
6.6.2 DESCRIPTIVOS DE CARGOS Y PERFILES	56
6.7 CONTRATACIÓN DE PERSONAL	69
6.7.1 PROCESO DE RECLUTAMIENTO.....	69
6.7.2 PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL.....	70
7. ESTUDIO LEGAL, SOCIAL Y AMBIENTAL.....	71
7.1 TIPO DE SOCIEDAD	71
7.2. PERFIL DE SOCIOS	73
7.3. IMPACTO SOCIAL	73
7.3.1. SOCIAL ECONÓMICO	73
7.4. IMPACTO AMBIENTAL	74
8. ESTUDIO DE RIESGOS	75
9. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	77
9.1. SUPUESTOS ECONÓMICOS	77
9.2. FLUJO DE INVERSIONES	78
9.2.1. ACTIVOS FIJOS	80
9.2.2. ACTIVOS DIFERIDOS.....	80
9.3. FLUJO DE INGRESOS	80
9.4. FLUJO DE EGRESOS.....	81
9.5. FUENTES DE FINANCIACIÓN Y SERVICIO DE LA DEUDA	82
9.6.1. ESTADO DE RESULTADOS.....	82
9.6.2. CAPITAL DE TRABAJO.....	83
9.7. MEZCLA FINANCIERA	83
9.8. BALANCE GENERAL	84
9.9. FLUJO DE CAJA Y EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO.....	86
9.10. PUNTO DE EQUILIBRIO	88
9.11. ÍNDICES FINANCIEROS.....	88
9.11.1. LIQUIDEZ	88

9.11.2. RENTABILIDAD	89
9.11.3. ENDEUDAMIENTO	91
9.11.4. GENERACIÓN DE VALOR	92
10. CONCLUSIONES FINALES	94
11. ANEXOS	94
11.1 MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL	95
11.2 INSTRUMENTO INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	104
11.3 LISTA DE PRECIOS	106
12. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS	107

I. ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 01. ESTADÍSTICAS NACIONALES DANE	13
TABLA 02. ESTADÍSTICAS VALLE DE ABURRÁ	14
TABLA 03. COMPOSICIÓN EMPRESARIAL DEL ABURRÁ SUR	15
TABLA 04. PARTICIPACIÓN ECONÓMICA 2012 DE LOS MUNICIPIOS DEL ABURRÁ SUR	15
TABLA 05. NÚMERO DE EMPRESAS DEL CLÚSTER TEXTIL- CONFECCIÓN EN EL MUNICIPIO DE ITAGÜÍ	16
TABLA 06. ESTABLECIMIENTOS CLÚSTER ABURRÁ SUR 2012	16
TABLA 07. MATRIZ <i>BENCHMARKETING</i>	22
TABLA 08. MATRIZ DE COMPETIDORES	23
TABLA 09. PROYECCIÓN DE VENTAS 2014-2018	42
TABLA 10. TÁCTICA PRECIO	43
TABLA 11. TÁCTICA PRODUCTO	44
TABLA 12. TÁCTICA MERCADEO	44
TABLA 13. TÁCTICA COMUNICACIONALES	45

TABLA 14.	FLUJO DE PROCESOS DOTCO	50
TABLA 15.	MUEBLES Y EQUIPOS	51
TABLA 16.	COSTOS DE PRODUCCIÓN 2014-2018	53
TABLA 17.	ANÁLISIS DOFA	55
TABLA 18.	DESCRIPTIVOS DE CARGOS Y PERFILES	56
TABLA 19.	PRESUPUESTO DE NÓMINA A CONTRATAR	71
TABLA 20.	ESTUDIO DE RIESGO	76
TABLA 21.	SUPUESTOS ECONÓMICOS	77
TABLA 22.	INVERSIÓN INICIAL DOTCO	79
TABLA 23.	FLUJO DE INGRESOS DOTCO	80
TABLA 24.	FLUJO DE EGRESOS DOTCO	81
TABLA 25.	PLAN DE AMORTIZACIÓN DOTCO	82
TABLA 26.	ESTADO DE RESULTADOS DOTCO	83
TABLA 27.	BALANCE GENERAL DOTCO	85
TABLA 28.	FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	87
TABLA 29.	PUNTO DE EQUILIBRIO-PRIMER AÑO DOTCO	88
TABLA 30.	INDICADORES FINANCIEROS DE LIQUIDEZ Y ACTIVIDAD	89
TABLA 31.	INDICADORES DE RENTABILIDAD	90
TABLA 32.	INDICADORES FINANCIEROS DE ENDEUDAMIENTO DOTCO	91
TABLA 33.	INDICADORES DE GENERACIÓN DE VALOR	93

II. ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 01.	Logo de la empresa	8
Gráfico 02.	¿Suministra su empresa dotación al personal operativo?	26
Gráfico 03.	La dotación de su empresa es para:	27
Gráfico 04.	¿Qué prefiere su empresa cuando adquiere los uniformes?	27
Gráfico 05.	¿Qué es lo mejor que le ofrece su proveedor?	28
Gráfico 06.	¿Su proveedor de dotaciones le brinda asesoría?	28
Gráfico 07.	¿Qué tipo de uniformes utiliza su empresa?	29
Gráfico 08.	¿Usted decide el material de los uniformes?	29
Gráfico 09.	¿Tiene en cuenta el ambiente laboral para elegir materiales de los uniformes?	30
Gráfico 10.	¿Cuál de estos materiales prefiere?	30
Gráfico 11.	¿Cómo adquiere la empresa las dotaciones?	31
Gráfico 12.	¿Qué medio de compra utiliza su empresa?	31
Gráfico 13.	¿Cómo prefiere adquirir las dotaciones?	32
Gráfico 14.	¿Con cuánto tiempo programa su empresa la compra de la dotación?	32
Gráfico 15.	¿Cuál de las siguientes opciones prefiere para la dotación?	33

Gráfico 16.	¿Cuánto paga usted en promedio por cada dotación?	33
Gráfico 17.	¿Estaría dispuesto a cambiar de proveedor?	34
Gráfico 18.	Flujo de distribución de producto terminado	36
Gráfico 19.	Estructura orgánica	56
Gráfico 20.	Índices de liquidez	89
Gráfico 21.	Indicadores de rentabilidad	90
Gráfico 22.	Endeudamiento DOTCO	91
Gráfico 23.	Indicadores de generación de valor DOTCO	93

III. ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 01.	Logo de DOTCO	14
Imagen 02.	Batas	48
Imagen 03.	Pantalones	49
Imagen 04.	Camisetas	49
Imagen 05.	Overoles	50
Imagen 06.	Tapabocas	50
Imagen 07.	Gorros	50
Imagen 08.	Mapa de ubicación	58
Imagen 09.	Distribución interna	59
Imagen 10.	Plano de la distribución Interna	60

ANEXO 11.2.	Tabla de instrumento	94
-------------	----------------------	----

1. RESUMEN EJECUTIVO

Dotaciones de Colombia (DOTCO) es una empresa que ofrece uniformes industriales con diseño y personalización de las prendas que se ajustan a las necesidades de las empresas del sector de la confección y que aportan valor al personal operativo de las empresas.

A través del formato de comercializadores les ofrecemos a nuestros clientes un servicio con altos estándares de calidad en el producto, cumplimiento en la entrega y satisfacción para quien los usa, para lo cual nos enfocamos en brindarles un acompañamiento en todo el proceso de la compra y el seguimiento postventa.

Nuestra empresa se enfoca en atender al rededor del 12% de las 400 empresas entre las pequeñas y medianas que se encuentran situadas en el sector de Itagüí. Nuestro público objetivo son las personas que laboran en los departamentos administrativos de estas compañías y que tengan a su cargo la responsabilidad de llevar a cabo el proceso de dotación de los uniformes.

El lugar específico para la ubicación de la empresa es en el Barrio El Carmelo del municipio de Itagüí, ubicado en la calle 77 con la carrera 45, detrás de Univentas. Esta zona es central con respecto a la zona industrial que atenderemos y a muchos de nuestros proveedores de bienes y servicios, además de estar cerca de las estaciones del Metro de Ayurá y Envigado y contar con un sistema de transporte de servicio público tanto por la autopista sur como por la avenida guayabal, lo cual favorece directamente el acceso de nuestros empleados al lugar de trabajo y accesibilidad a nuestro entorno.

La inversión para este proyecto es de \$ 50.505.755 (cincuenta millones quinientos cinco mil setecientos cincuenta y cinco pesos), de los cuales 20 millones son aportes de los socios, por partes iguales, de los cuales se espera obtener una tasa mínima de retorno del 15%. Los otros 30 millones se obtendrán por medio de un crédito de financiación.

Luego de realizar una evaluación financiera, se encontró que DOTCO genera una tasa interna de retorno (TIR) del 137,14% y un valor presente neto (VPN) de \$480.162.559 millones de pesos (en un período de 5 años); por lo tanto, se considera un proyecto viable.

2. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

Hoy en día las empresas en su mayoría están uniformadas no solo al interior de la compañía, sino también en su exterior; es decir, son muchas las empresas con razones sociales y actividades económicas diferentes que comparten un mismo estilo de uniforme, y solo se diferencian unas de otras por algún logo o texto alusivo a la empresa que los utiliza. Es por esto que DOTCO identificó en el mercado de las dotaciones industriales una oportunidad de desarrollar productos diferenciados para ofrecerles a aquellas empresas que quieran tener a sus trabajadores uniformados con productos actuales, que les generen un estado en el cual se sientan a gusto, descansados y con bienestar.

Nuestra empresa les ofrece a las industrias dotaciones en cuanto a lo textil, con soluciones alternativas a través de un paquete completo, el cual comprende desde la asesoría personalizada, de productos a los cuales se les pueda aplicar un diseño exclusivo, novedoso y práctico —de acuerdo con el gusto del cliente—, hasta entregar un producto confeccionado que cumpla con los requerimientos diferenciadores que se acomoden a los diferentes puestos de trabajo.

3. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

DOTCO es una empresa creada como requisito para optar al el título de Especialistas por parte de José Mateo Flórez Cuartas y Gloria Isabel Restrepo Bravo, estudiantes de la Especialización en Gerencia de Empresa de la Universidad CES, en convenio con la Universidad del Rosario. La empresa fue fundada en marzo de 2013, en las instalaciones de la Universidad CES, con el fin de desarrollar uniformes industriales con énfasis en el diseño diferenciador del producto para sus clientes, que son las empresas, y el bienestar que ofrece a sus usuarios finales, que son los empleados que laboran en las compañías.

DOTCO tendrá sede en el Área Metropolitana de Medellín, y se encargará de elaborar uniformes a través de terceros. Su especialidad será el diseño de prendas actuales y la prestación de servicios integrales a las empresas.

IMAGEN 01. Logo de la empresa



4. ANÁLISIS DEL MERCADO

Parte importante del análisis del mercado es conocer la participación de este desde lo general hasta lo particular para llegar a determinar el mercado potencial para la empresa DOTCO.

4.1 ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA INDUSTRIA

El sector se compone de los siguientes mercados:

4.1.1. MERCADOS

4.1.1.1. MERCADO NACIONAL

Colombia tiene aproximadamente según la información estadística del DANE (ver TABLA 01):

TABLA 01. ESTADÍSTICAS NACIONALES DANE

POBLACIÓN	PERSONAS (cifras en miles)
Población total	45.492
Población en edad de trabajar	36.023
Población económicamente activa	23.262
Ocupados	21.040
Desocupados	2.222
Abiertos	2.028
Ocultos	194
Inactivos	12.761

Fuente: DANE (2011).

El mercado potencial de los uniformes en Colombia es bastante alto, sin contar que este es multiplicado por las 3 veces al año que las dotaciones deben ser suministradas por las empresas y en esto el estado es cada vez es más exigente con respecto a formalizar las actividades económicas.

4.1.1.2. MERCADO DE LOS MUNICIPIOS DEL ÁREA METROPOLITANA DEL VALLE DE ABURRÁ

Del total de la población del área metropolitana la población ocupada es de 1.719.685 habitantes. En cuanto a la industria manufacturera se encuentran 384.659 establecimientos.

Estadísticas (2013), Portafolio, municipios área metropolitana, mayo de 2013, de http://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpccontent/Sites/Portal%20Ingles/Secciones/Informacion%20General/Document/Portafolio_ciudad%20-%20Portfolio%20city.pdf

La población del Valle de Aburrá por estadísticas es (ver TABLA 02):

TABLA 02. ESTADÍSTICAS VALLE DE ABURRÁ

Municipios	Extensión km ²	N.Habitantes (hab)	Densidad (hab/km ²)	Altitud msnm	Distancia Centro de Medellín (km)	Mapa del Área Metropolitana
Medellín	380,64	2 368 282*	6 221,8	1538	0	
Bello	142,36	421 522*	2 960,9	1450	10	
Envigado**	78,80	202 310*	3504	1575	10	
Itagüí	17,00	255 369*	15 021,7	1550	11	
Sabaneta	15,00	48 997*	3 266,4	1550	14	
Barbosa	206,00	46 951*	227,9	1300	42	
Caldas	133,40	74 072*	555,2	1750	22	
La Estrella	35,00	58 414*	1 668,9	1775	16	
Girardota	78,00	49 381*	663,0	1425	26	
Copacabana	70,00	66 665*	952,3	1454	18	
Total	1 157,39	3 591 963*	3 104	—	—	

****Estimación para 2011 realizado por el DANE²**

****Aunque geográficamente se encuentra en el Valle de Aburrá y tiene conurbación con sus vecinos no hace parte de la entidad administrativa denominada Área Metropolitana.**

Fuente: estadísticas DANE (2011).

4.1.1.3. MERCADO DE LA SUBREGIÓN DEL ABURRÁ SUR

Los municipios que conforman la subregión del Aburrá Sur son: Caldas, Envigado, Itagüí, La Estrella y Sabaneta.

De la subregión del Aburrá Sur, Itagüí es el municipio con mayor número de habitantes por Kms² (ver TABLA 02).

La composición empresarial del Aburrá Sur cuenta con un aproximado de 26.000 establecimientos comerciales repartidos por tamaño de empresa así (ver TABLA 03):

TABLA 03. COMPOSICIÓN EMPRESARIAL DEL ABURRÁ SUR

TAMAÑO EMPRESA	PORCENTAJE (%)
Microempresa	91,00
Pequeña	6,20
Mediana	2,20
Gran Empresa	0,60

Fuente: estadísticas DANE (2012).

Dentro de la actividad económica de los municipios del Aburrá Sur en 2012 Itagüí tiene la mayor participación de la industria, razón por la cual nos concentraremos en esta región para el estudio en cuestión (TABLA 04):

TABLA 04. PARTICIPACIÓN ECONÓMICA 2012 DE LOS MUNICIPIOS DEL ABURRÁ SUR

Municipio	Porcentaje (%)
Caldas	8,80
Envigado	30,70
Itagüí	41,40
La Estrella	6,30
Sabaneta	12,60

Fuente: estadísticas DANE (2012).

El número de empresas por tamaño del clúster textil – confección en el municipio de Itagüí están distribuidas como se aprecia en la TABLA 05:

**TABLA 05. NÚMERO DE EMPRESAS DEL CLÚSTER TEXTIL – CONFECCIÓN
EN EL MUNICIPIO DE ITAGÜÍ**

Empresas clúster textil
2.604 Micro
294 Pequeñas
106 Medianas
40 Grandes
3.044 Total

Fuente: estadísticas DANE (2012).

Como se pudo observar el clúster Textil – Confección, Diseño y Moda es el de mayor participación del Aburrá Sur, teniendo 400 establecimientos como mercado potencial para nuestros productos.

En la TABLA 06 podemos ver la participación del clúster textil del Aburrá Sur:

TABLA 06. ESTABLECIMIENTOS CLÚSTER – ABURRÁ SUR 2012

Número de establecimientos clúster	
Establecimientos Clúster – Aburrá Sur 2012	7.615
Textil – Confección, Diseño y Moda	2.498
Participación Clúster textil Aburrá Sur	32,8%

Fuente: estadísticas DANE (2012).

En conclusión podemos decir que Itagüí es el municipio de mayor participación en la actividad industrial del Aburrá Sur, donde el clúster Textil – Confección, Diseño y Moda es el clúster de mayor participación dentro de la actividad industrial del mismo sector; mercado altamente potencial para el producto que vamos a desarrollar.

4.1.2. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas Revisión 3.1 Adaptada para Colombia CIIU REV 3.1 A.C. establece:

Sección: D (Industrias manufactureras)

División: 18 (Confección de prendas de vestir; adobo y teñido de pieles)

Grupo: 181 (Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel)

Clase: 1810

Descripción: Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel

Esta clase incluye:

La confección de prendas de vestir utilizando materiales producidos o no en la misma unidad. Los materiales pueden ser de todo tipo (excepto pieles) como telas, telas no tejidas, encajes, cuero natural o artificial, materiales trenzables, etc. Estos materiales pueden estar bañados, impregnados o encauchados.

En principio, el material se corta en piezas que luego se empalman mediante costura.

Se incluyen tanto las labores ordinarias de producción, como aquellas realizadas por contratación.

La confección de prendas de vestir sobre medidas.

La confección de prendas de vestir de cuero o cuero regenerado.

Confección de ropa de trabajo.

La confección de otras prendas de vestir y artículos en tejido de punto y ganchillo, cuando son fabricados con telas o hilados no producidos en la misma unidad, de telas no tejidas, etc., para hombres, mujeres y niños: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, etc.

La confección de ropa interior y ropa de dormir de telas tejidas, de punto y ganchillo (no producidos en la misma unidad), de encaje, etc., para hombres mujeres y niños: camisas, camisetas, calzones, calzoncillos, pijamas, camisones, batas, blusas, combinaciones, sujetadores, etc.

La confección de ropa de bebé, sudaderas, trajes de esquiar, vestidos de baño, y trajes para practicar deporte, etc.

La fabricación de sombreros y gorros, incluso de piel.

La fabricación de otros accesorios de vestir: guantes, cinturones, chales, corbatas, corbatines, redecillas para el cabello, artículos de tocado, etc.

La fabricación de chalecos antibalas especiales para dama y para caballero.

La fabricación de tapabocas; fajas y corsés no ortésicos¹.

La fabricación de calzado de material textil sin aplicación de suelas.

La fabricación de partes de los productos mencionados.

4.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

4.2.1. PRODUCTO

Los uniformes industriales son productos tangibles de alta rotación en la industria manufacturera debido a como lo dice la ley:

“Los uniformes industriales hacen parte de la dotación la cual es una prestación social a cargo del empleador y que se debe suministrar a los trabajadores que devenguen hasta dos veces el salario mínimo mensual. La dotación se entrega al trabajador cada 4 meses para un total de tres dotaciones al año y debe constar de un vestido (pantalón y camisa) y un par de zapatos.

¹ Dispositivos ortopédicos no prescritos por un especialista
<http://www.onsalus.com/diccionario/ortesico/20976>

La dotación se debe entregar al trabajador a más tardar en las siguientes fechas: 30 de abril, 31 de agosto y 20 de diciembre. La dotación se entregará al trabajador que al momento de la entrega de la dotación según las fechas fijadas por la ley, haya cumplido más de tres meses trabajando para la empresa. El trabajador está obligado a utilizar la dotación suministrada, si no lo hace, el empleador ya no queda obligado a suministrarle la dotación del periodo siguiente. No está permitido que la dotación sea compensada en dinero. La dotación debe ser acorde a la naturaleza de las actividades realizadas por el trabajador y al medio ambiente en el cual se trabaja.

La dotación es distinta a los implementos de seguridad industrial, y si la empresa exige al trabajador, por ejemplo estar uniformado, la empresa debe suministrar los uniformes a todos los trabajadores sin importar el monto de su sueldo.”

Fuente legal: Código Sustantivo del Trabajo, Artículos 230, 232, 233 y 234. Decreto 686 de 1970, Artículo 70.

4.2.2. FUNCIONALIDADES Y CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Los uniformes industriales a desarrollar son con énfasis en la comodidad del trabajador y un alto contenido de diseño que se diferencien de los uniformes corrientes que se encuentran en el mercado.

Los uniformes DOTCO ofrecen comodidad a los trabajadores a través de la elaboración de la prendas con materiales que posean fibras y texturas acordes al medio donde desempeñen las funciones en su uso cotidiano.

4.2.3. PATENTES DEL PRODUCTO

El producto inicialmente no se desarrollara pensando en ser patentado si no en ofrecer a las empresas uniformes con diseños novedosos bajo modelos clásicos con énfasis en el manejo de las propias marcas que resalten la dinámica de las empresas y entregarle al trabajador un producto actual que lo saque de la monotonía de su trabajo.

Dependiendo de la madurez que se logre en el desarrollo de los productos con diseños y materiales diferenciados se determinará si se hace necesario patentar o no los productos.

En el comienzo la empresa se va a dedicar a la dotación del personal operativo con miras a atender en un futuro cercano las necesidades de las empresas en sus otras áreas, como son los uniformes para los equipos de trabajo a nivel administrativo.

Las tallas que se trabajaran para los uniformes son las del mercado: XS, S, M, L XL.

4.3. DEFINICIÓN DE CLIENTES

La industria manufacturera por lo general cuenta con un departamento de recursos humanos o en su defecto área dedicada a la administración del personal, el cual tiene una tarea específica encargada de la dotación que es entregada al personal operativo de la empresa. Nuestros clientes directos son estos departamentos interesados en adquirir un producto necesario y obligatorio, el cual está organizado y constituido según las políticas internas de cada una de las compañías y se administra según las leyes establecidas para dicha acción.

El comprador directo es el empleador quien directamente ha realizado sus estudios e investigaciones que permiten definir el tipo de dotación que será utilizado por el personal operativo respondiendo a las normas reguladoras del código sustantivo del trabajo, artículos 230, 232, 233 y 234. Decreto 686 de 1970, Artículo 70, en donde se especifica la responsabilidad del empleador para implementar la dotación según su actividad y el ambiente laboral al que está expuesto.

A pesar que nuestros clientes requieren en la mayoría de los casos un set completo de dotación el cual incluye calzado y demás elementos de protección personal, nuestra empresa solo ofrecerá asesoría y servicio en el ámbito textil, en caso de llegar a alguna alianza estratégica con otras empresas se ofrecerá los complementos demandados por el mercado.

Los clientes potenciales están ubicados geográficamente en el Área Metropolitana de Medellín y sus áreas cercanas como el norte y el sur de la ciudad, teniendo en cuenta los balances económicos encontramos que la industria manufacturera es un sector interesante para buscar competir con un producto novedoso.

Según cifras del DANE, Medellín se destaca como la región que más creció en Colombia con un crecimiento de 10,9% en la actividad manufacturera, así mismo, aumentaron las ventas en 8,9% y en el personal ocupado en 0,6%. El organismo precisó: “De las 15 actividades industriales en que se desagrega la información del sector manufacturero de Medellín y su área metropolitana, 12 registraron variaciones positivas en la producción” (tomado el 16 de abril de 2013 de la fuente: <http://www.larepublica.co/economia>).

Demográficamente identificamos que quienes usan los uniformes son el personal operativo del sector manufacturero, hombres y mujeres entre los 18 y los 60 años de edad, quienes no son el comprador de primera mano sino quienes emplean el producto de acuerdo con las políticas integrales de las empresas reguladas por ley.

Con respecto al tema socioeconómico, existe según el código sustantivo del trabajo, artículos 230 decreto 686 de 1970, artículo 70, que la dotación debe ser suministrada a cada trabajador que devengue hasta dos salarios mínimos legales se entrega con una periodicidad sistemática que regula y supervisa el uso obligatorio de las prendas y que es un complemento a la hora de realizar su función, por lo tanto, es una necesidad del cliente en este caso el empleador de proporcionar los implementos necesarios a su personal operativo y una de las mejores razones es que sea un uniforme que se ubique en un excelente nivel de calidad el cual proporcione un valor agregado según sea la necesidad específica del área al cual se dirige el producto.

4.4. COMPETIDORES

4.4.1. MATRIZ *BENCHMARKING*²

Se realizó un análisis cuantitativo con los principales competidores: (ver TABLA 07):

² Es el proceso mediante el cual se recopila información y se obtienen nuevas ideas, mediante la comparación de aspectos de tu empresa con los líderes o los competidores más fuertes del mercado

<http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-de-benchmarking>

TABLA 07. MATRIZ *BENCHMARKETING*

MATRIZ ANALISIS DE PRECIOS Y SERVICIOS DE LOS COMPETIDORES				
Empresa	DOTCO	C.I. Uniroca S.A.	Almartex S.A.	Dotaciones HM
Contacto	Gloria Restrepo - Mateo Florez	Gloria Maya - Monica Taborda	Eliana - Orlando Zapata - Mario Rendon	Maritza
Tél.	354 1856	311 0809 - 312 4366	301 2233	372 3500
Pág. Web - mail	girestreb@hotmail.com	www.uniroca.com	www.almartex.com	dotacioneshm@une.net.co
Ubicación Geografica	Cra 36a #13-05	Cra 43F No. 14-109 Medellín	Cra 43A No. 61 sur - 152 Int 121 Sabaneta	Cra. 49 No. 46A - 11 Itagüí
Camisas Oxford	\$ 18,800	\$ 17,700	\$ 15,500	
Camiseta Lacoste	\$ 15,500	\$ 16,897	\$ 15,500	\$ 18,200
Pantalones: Dril	\$ 16,900	\$ 17,328	\$ 17,100	\$ 28,000
Indigo	\$ 19,000	\$ 18,800	\$ 20,000	\$ 22,000
Batas	\$17.000 dacron nal	\$15.200 dacrón imp	\$15.000 dacrón imp	\$15.000 dacrón imp- \$19.000 nal
Bordado	\$2.000 pequeño - \$6.000 grande	\$9.000 peq+ \$15.000 grande	No	No
Estampado	\$20.000 por plancha (2) + \$1.000	\$28.000 (4 col) peq - \$40.000 grande + \$500 por color	\$18.000 por plancha + \$300 por color por 3	No
Zapatos	Botas y tenis	Tenis, botas y dama	Tenis, botas y dama	Tenis, botas y dama
Manejo de Inventarios - disponibilidad	Sobre pedido	Punto venta - Sobre pedido	Punto venta - Sobre pedido	Punto venta - Sobre pedido
Paquetes Empresariales	Si	Si	Si	
Publicidad	Páginas amarillas	Páginas amarillas	Páginas amarillas	Páginas amarillas
Valores Agregados	Diseño personalizado	Canasta variada	Canasta variada	
Servicio	10 días	15 días	15 días	10 días

Fuente: elaboración propia.

4.4.2. MATRIZ DE COMPETIDORES

4.4.2.1. DESCRIPCIÓN ÍTEMS DE LA MATRIZ DE COMPETIDORES

- Ubicación geográfica: lugar de instalaciones
- Variedad de portafolio: variedad de productos ofrecidos
- Rango de precios: valor en pesos que se pagan por los productos
- Bienes con diseño diferencial: valor agregado del diseño personalizado del producto.
- Manejo de inventarios: disponibilidad de productos

- Paquetes empresariales: ofrecen productos para diferentes áreas de trabajo de las compañías
- Publicidad: manejo de medios
- Productos complementarios: ofrecen otros tipos de productos como son zapatos y elementos de protección personal (EPP).
- Servicio: atención orientada a la satisfacción del cliente.
- Cumplimiento: respetar los plazos pactados de entrega

4.4.2.2. ANÁLISIS MATRIZ DE COMPETIDORES

Como análisis complementario se realizó una comparación cualitativa de los competidores (ver TABLA 08).

TABLA 08. MATRIZ DE COMPETIDORES

MATRIZ ANÁLISIS DE COMPETIDORES						
Item a Evaluar	DOTCO	Uniroca	Uniformes Laborales	Almartex	Dotaciones H.M.	
Ubicación geográfica	3	5	4	4	4	20
Variedad de portafolio	2	4	2	2	3	13
Rango de precios	3	3	4	3	4	17
Bienes con diseño diferencial	5	4	2	2	3	16
Manejo de inventarios - disponibilidad	2	4	3	4	2	15
Paquetes empresariales	2	4	2	3	3	14
Publicidad	2	3	1	2	2	10
Productos complementarios	2	4	2	1	2	11
Servicio	4	3	4	3	4	18
Cumplimiento	4	3	3	3	3	16
TOTALES:	29	37	27	27	30	150
Valor por calificación	PORCENTAJE POR VALOR TOTAL DE CALIFICACION	Se concluye que estamos frente a un sector cuyo desempeño con sus clientes estan a un nivel "excelente" con 60 puntos, seguido de una calificación "bueno" promedio con 48 puntos, esto nos muestra que las empresas de dotación se han esforzado por crear un nombre en el sector percibidos como organizaciones que cumplen con las demandas del sector, también se observa que el servicio, el cumplimiento y los diseños son factores determinante a la hora de elegir la empresa de dotaciones.				
1- Deficiente	2					
2- Regular	30					
3- Bueno	48					
4- Excelente	60					
5- Innovacion	10					

Fuente: elaboración propia.

4.4.3. DESCRIPCIÓN DE LOS COMPETIDORES

4.4.3.1. UNIROCA S. A.

Uniformes y calzado de seguridad es el eslogan que acompaña el nombre de la compañía, es una sociedad anónima conformada por Uniformes Industriales, empresa fundada en 1971 y Calzado Quin Lop, creada en 1982. Los accionistas de UNIROCA son colombianos con amplia trayectoria en el campo industrial, tiene presencia en las principales ciudades de Colombia como Bogotá, Cali, Barranquilla, Bucaramanga y Manizales y en Medellín en la carrera 52 10-189 Avenida Guayabal. Dentro de su portafolio de servicios se ofrecen productos que incluyen la línea de salud, y la línea de eco-uniformes, también cuenta con línea especializada en los trabajos para soldadura u similares, además de toda la línea de estilos para la salud también están especializados en un catálogo de calzado industrial especializado según la actividad, donde se incluyen botas de material vulcanizado y botas de caucho.

La empresa cuenta con página web que suministra la misión, la visión y las certificaciones que poseen respecto al sistema de calidad, ISO9001:2008, UNIROCA es la única en Colombia que tiene las certificaciones de normas internacionales de calzado de seguridad CSA para Canadá y ASTM para Estados Unidos.

4.4.3.2. ALMARTEX S. A.

Empresa dedicada a la producción y comercialización de ropa de trabajo y calzado industrial con más de 25 años aproximadamente, entre su portafolio de productos ofrecen un servicio especial en el que incluyen telas, diseños y confección según la necesidad de la materia prima, además de proporcionar los elementos de protección personal (EPP) necesarios para complementar las necesidades de sus clientes, y los diferentes modelos de calzado industrial que requieren los empleados según su actividad y necesidades especiales, la empresa está ubicada en el sur de la ciudad, en la ciudadela industrial del municipio de Sabaneta en la carrera 43 Numero 61 sur 152 interior 161, a pesar que tienen productos de diversa aplicación a la industria de la dotación, se reservan las negociaciones para sus clientes directos.

4.4.3.3. DOTACIONES H.M.

Dotaciones H.M. es una empresa que nace en el sector de la confección, son especialistas en producir, comercializar y asesorar a las empresas del sector productivo y de servicios en la dotación.

Dotaciones H.M., confecciona sus productos con telas y accesorios nacionales. Ofrecen: camisas, pantalones, bluyines, overoles, saco tres cuartos; entre otros. Son distribuidores de la empresa CALZADO 70, CROYDON e industrias RETO S. A.

Prestan asesorías en diseños y calidad de la dotación según la necesidad de la empresa, brindando el respaldo de garantía de sus productos y asegurando la oportuna entrega, generando empleo a madres cabezas de familia.

Están ubicados en Itagüí (Antioquia) Colombia en la carrera 49 No 46^a-11. Su página web es <http://107.23.132.196/~dota4821/>.

4.4.3.4. UNIFORMES LABORALES

Uniformes Laborales es una empresa del sector de la confección, son especialistas en producir, comercializar y asesorar a las empresas del sector productivo y de servicios en la dotación.

Uniformes Laborales confecciona sus productos con telas y accesorios nacionales e importados. Ofrecen: camisas, pantalones, bluyines, overoles, saco tres cuartos; entre otros.

Están ubicados en la Carrera 49 No 48-49 en Medellín.

4.5. INVESTIGACIÓN O PLAN DE MERCADEO

DOTCO quiso conocer la aceptación de los productos que va a ofrecer en el mercado a través de una investigación de mercados.

4.5.1 LISTA DE CHEQUEO (*CHECK LIST*) DEL PLAN DE MERCADEO

DOTCO investigo en el mercado potencial por medio de fuentes secundarias la aceptación de los productos propuestos por la empresa a través de un instrumento aplicado al segmento del sector de la confección.

Para el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente fórmula³:

$$n = \frac{k^2 * N * p * q}{((e^2 * (N - 1) + (K^2) * (p * q)))}$$

de donde:

e: margen de error = 0,05 5% k = 1,96 Nivel de confianza 95%

N: población = 131 dedicadas a actividades de la confección en el municipio de Itagüí

P: probabilidad de éxito = 50% 0.5

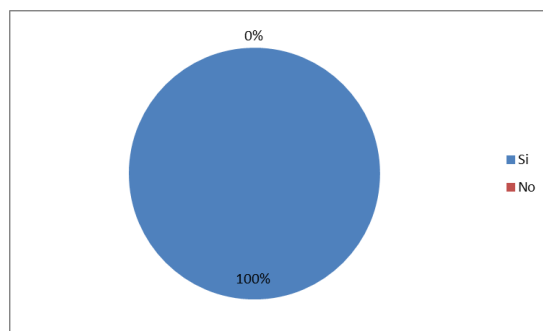
q: probabilidad de fracaso = 50% 0,5

n = 54 muestras del sector

El instrumento consta de 17 preguntas que indagan a cerca de las características de las dotaciones, precio, tiempo de entrega y de pedido y posibilidad de cambio de proveedor (ver ANEXO 11.2).

4.5.2 RESULTADOS ESTUDIO DE MERCADOS

GRÁFICO 02. ¿Suministra su empresa dotación al personal operativo?

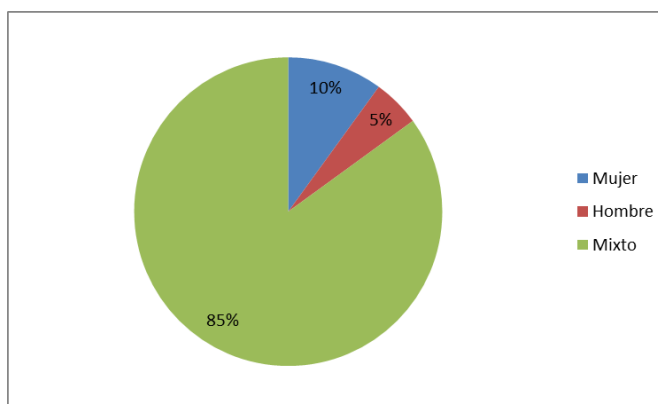


Fuente: resultados instrumento.

³ Correa, Giovanni (36, 2013).

El 100% de las empresas encuestadas suministran dotación al personal operativo (gráfico 02).

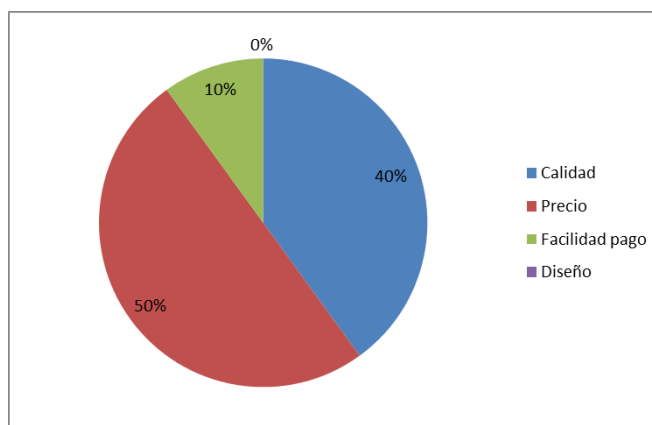
GRÁFICO 03. La dotación de su empresa es para:



Fuente: resultados instrumento.

El 85% de las empresas que se encuestaron, cuentan con un grupo equilibrado de hombre y mujeres que usan uniformes.

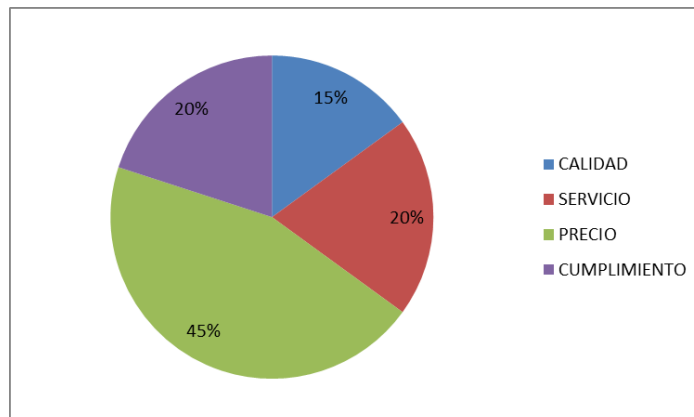
GRÁFICO 04. ¿Qué prefiere su empresa cuando adquiere los uniformes?



Fuente: resultados instrumento.

El precio sigue siendo un factor determinante para elegir el proveedor de dotaciones, seguido por la calidad del producto, se puede fusionar precio, calidad y diseño como una buena alternativa para el sector.

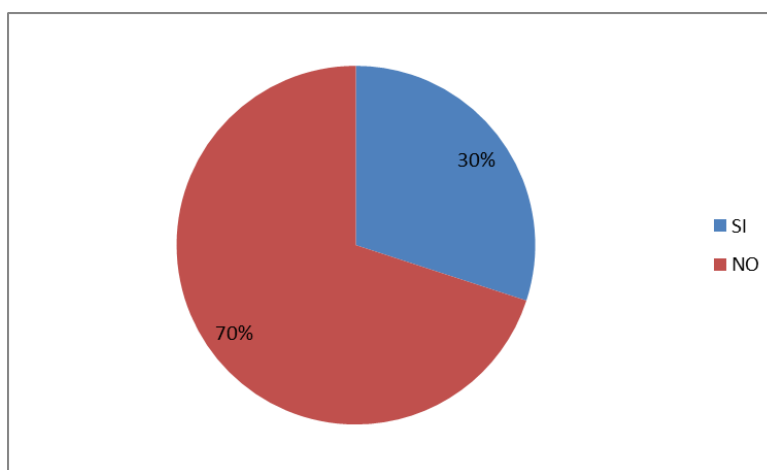
GRÁFICO 05. ¿Qué es lo mejor que le ofrece su proveedor?



Fuente: resultados instrumento.

El gran número de proveedores de las empresas encuestadas solo se limitan al precio como su mejor oferta, al mismo tiempo se percibe que la calidad no es algo que se tenga muy presente para decidir la negociación para las dotaciones. Un aspecto importante y que debemos resaltar es que el cumplimiento puede ser un elemento fundamental para fidelizar al cliente.

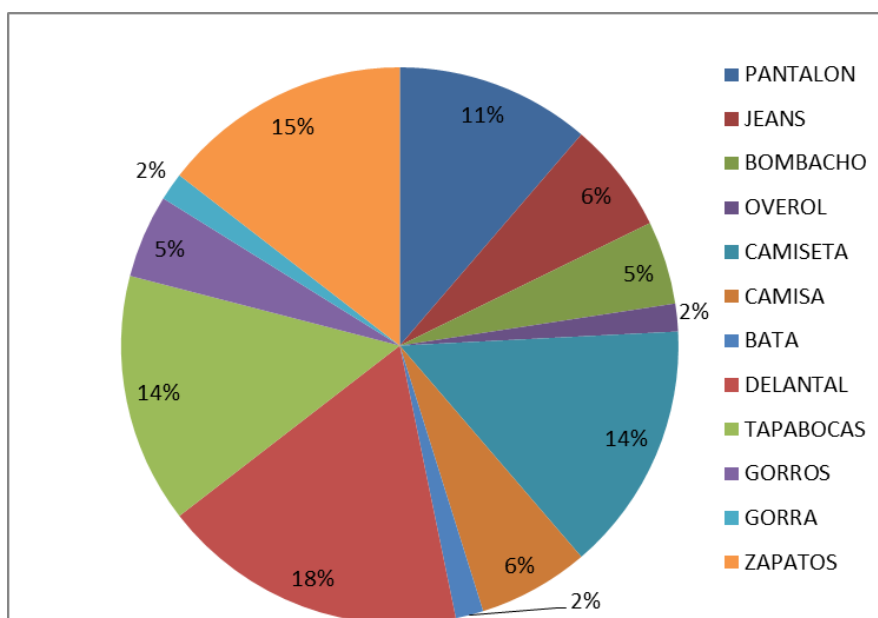
GRÁFICO 06. ¿Su proveedor de dotaciones le brinda asesoría?



Fuente: resultados instrumento.

El 70% de las empresas no reciben una asesoría para hacer ajustes al producto, escuchar sugerencias, tener en cuenta necesidades especiales como el ambiente de trabajo y demás elementos que contribuyen a una asesoría personalizada.

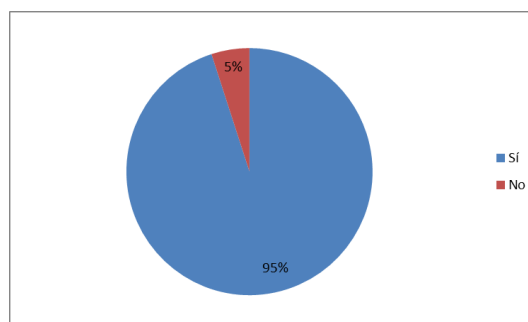
GRÁFICO 07. ¿Qué tipo de uniformes utiliza su empresa?



Fuente: resultados instrumento.

La tendencia del sector es a la utilización de delantal, zapatos, camiseta, tapabocas y pantalones, esto puede ser variable dependiendo del tamaño de la compañía.

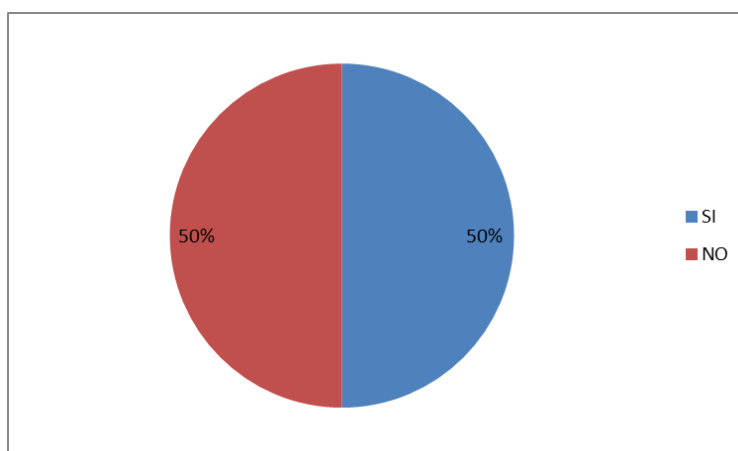
GRÁFICO 08. ¿Usted decide el material de los uniformes?



Fuente: resultados instrumento.

La tendencia más fuerte sigue siendo la elección del material basándose en los costos y beneficios de la prenda para el trabajador.

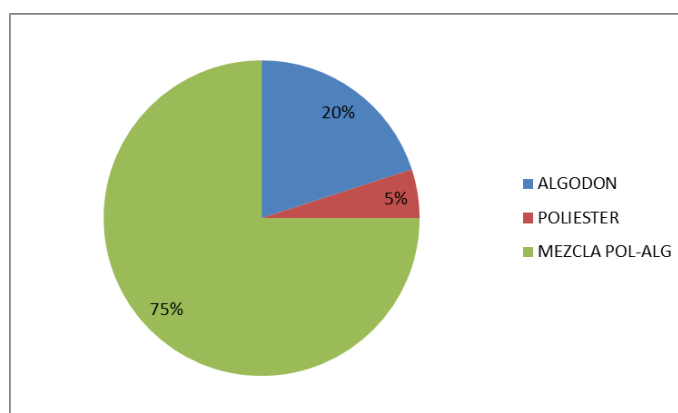
GRÁFICO 09. ¿Tiene en cuenta el ambiente laboral para elegir materiales de los uniformes?



Fuente: resultados instrumento.

En el momento de la elección del material y del estilo del uniforme, los empleadores tienen en cuenta las condiciones de ambiente de la compañía, esto básicamente es debido a los cambios de temperatura y la protección para los puestos con un grado de riesgo variable.

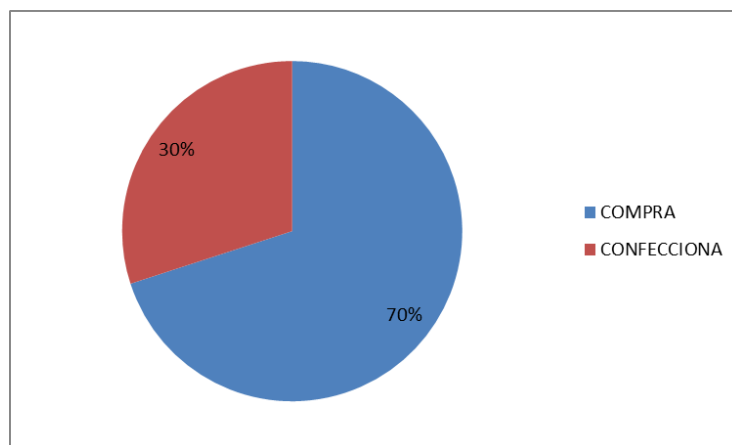
GRÁFICO 10. ¿Cuál de estos materiales prefiere?



Fuente: resultados instrumento.

El material compuesto por algodón y poliéster es el de mayor uso en las empresas por las condiciones que ofrece al momento de llevarlo durante la jornada de trabajo. El algodón es más costoso y el poliéster sin mezcla es muy caliente.

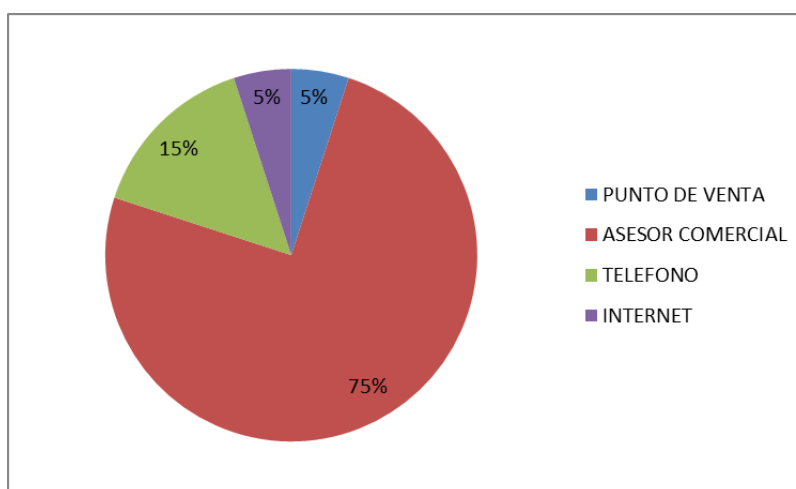
GRÁFICO 11. ¿Cómo adquiere la empresa las dotaciones?



Fuente: resultados instrumento.

Los empleadores utilizan recursos propios para hacer los cortes y enviarlos a confeccionar, también existen algunos que hacen la totalidad de su dotación evitando la compra a un proveedor, sin embargo esta acción no es general.

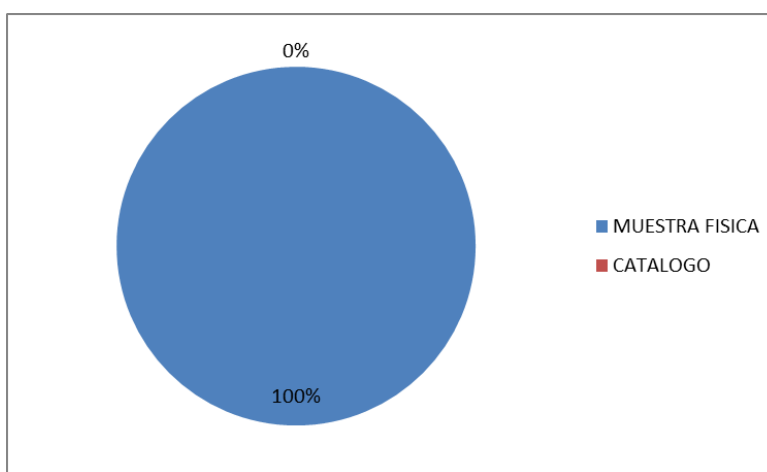
GRÁFICO 12. ¿Qué medio de compra utiliza su empresa?



Fuente: resultados instrumento.

Es importante para la compañía recibir la atención de un asesor que es el encargado de suministrar las diferentes alternativas para la compra de la dotación, la mayoría de empleadores cuentan con un asesor comercial o persona encargada de esa venta quien los visita regularmente y mantiene el contacto hasta el cierre de la negociación.

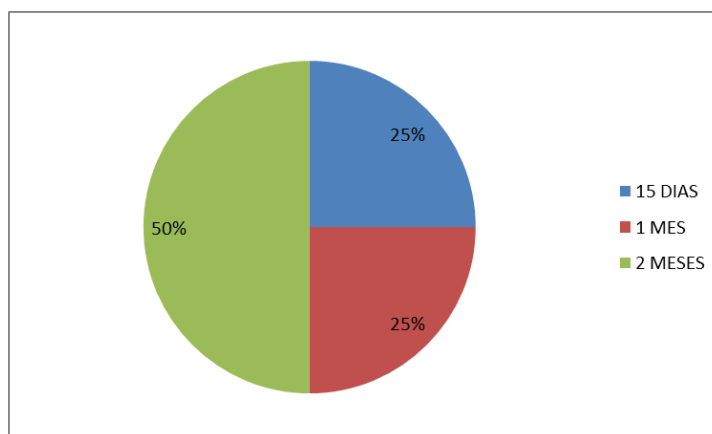
GRÁFICO 13. ¿Cómo prefiere adquirir las dotaciones?



Fuente: resultados instrumento.

El 100% de las personas que compran las dotaciones para las empresas prefieren hacerlo con una muestra física.

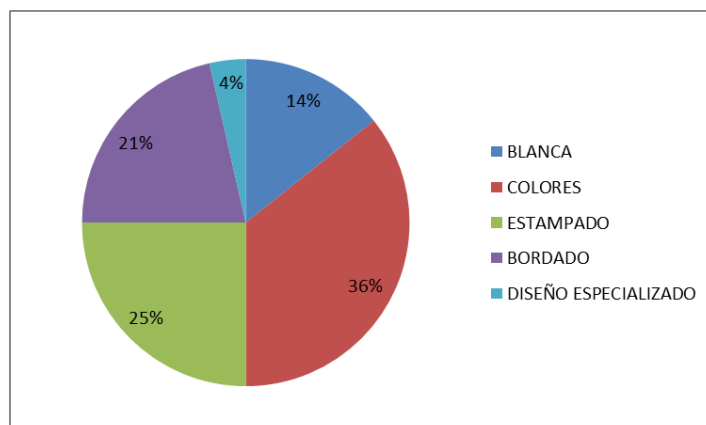
GRÁFICO 14. ¿Con cuánto tiempo programa su empresa la compra de la dotación?



Fuente: resultados instrumento.

La compra de las dotaciones es programada en el 50% de las veces con dos meses de anticipación. Esto muestra una oportunidad de ofrecer las dotaciones para el año bajo un esquema de servicio personalizado.

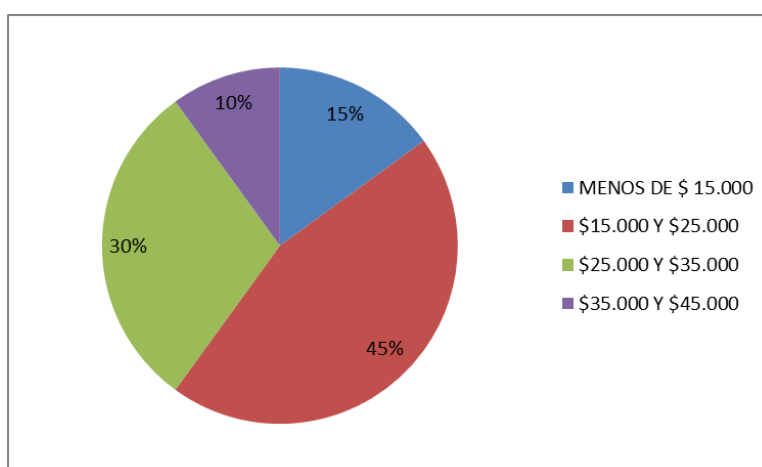
GRÁFICO 15. ¿Cuál de las siguientes opciones prefiere para la dotación?



Fuente: resultados instrumento.

Los empleadores utilizan el sistema de colores para la elección de su dotación, basándose en las características de su función. Poco peso tiene el diseño personalizado y el color blanco ante esta elección.

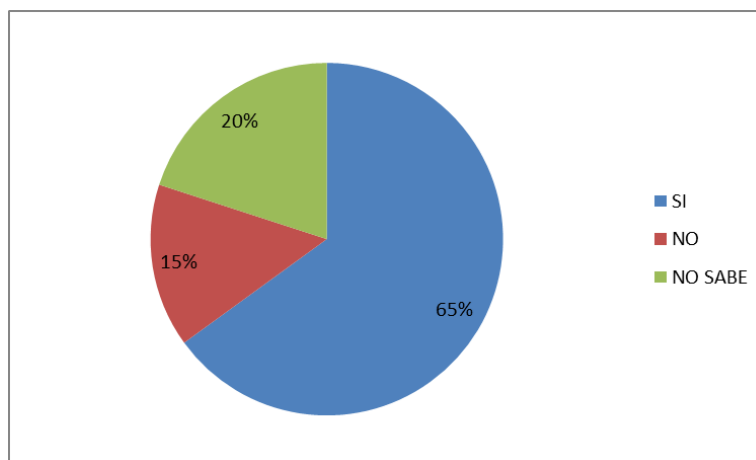
GRÁFICO 16. ¿Cuánto paga usted en promedio por cada dotación?



Fuente: resultados instrumento.

El 45% de los empleadores prefieren un precio que oscila entre 15 y 25 mil pesos, confirmando lo importante que son para ellos los precios bajos al hacer la compra del uniforme de trabajo.

GRÁFICO 17. ¿Estaría dispuesto a cambiar de proveedor?



Fuente: resultados instrumento.

Un porcentaje del 65% indica que la fidelidad del empleador por su proveedor se ve expuesta ante una mejor oferta que se acomode a las características similares o mejores a la actual.

En conclusión podría decirse que en el sector industrial de confecciones y textil; existe un impacto preferencial por el precio, el tipo de materiales, los colores y al mismo tiempo la facilidad para el pago en el momento de adquirir las dotaciones para su compañía; es importante identificar variables implícitas como la asesoría y el cumplimiento para elegir la dotación de sus trabajadores.

Adicionalmente se pueden identificar ciertas variables secundarias que toman fuerza, tal como la asesoría, el ambiente de trabajo y la obligatoriedad de adquirir cumplidamente las dotaciones para la compañía, de esta forma se puede hacer una revisión general del análisis e identificar algunas áreas de oportunidad que permiten que el sector pueda ser viable teniendo como base la información suministrada por esta muestra de población, en la que el

precio, la calidad y la forma de pagos son la tendencia en el momento de elegir su proveedor de uniformes.

4.6 ESTRATEGIAS

La estrategia para el producto DOTCO, es el valor agregado que se ofrecerá en el diseño, sin superar los precios de la competencia.

4.6.1 FIJACIÓN DE PRECIOS

La fijación del precio de nuestro producto son precios totalmente comerciales, los cuales son una combinación según sea la necesidad de la demanda y según sea la oferta de la competencia, donde el valor final de la venta está determinado por el número de unidades a ser vendidas y el grado de nivel de diseño o personalización que desee el cliente.

En este punto se tienen en cuenta: la calidad de la materia prima (nacional o importada), el tamaño del producto, el número de colores y tamaño en los procesos de diseño como son los bordados y los estampados, la cantidad de accesorios aplicados y el número de cortes de la confección del producto.

4.6.2 DISTRIBUCIÓN

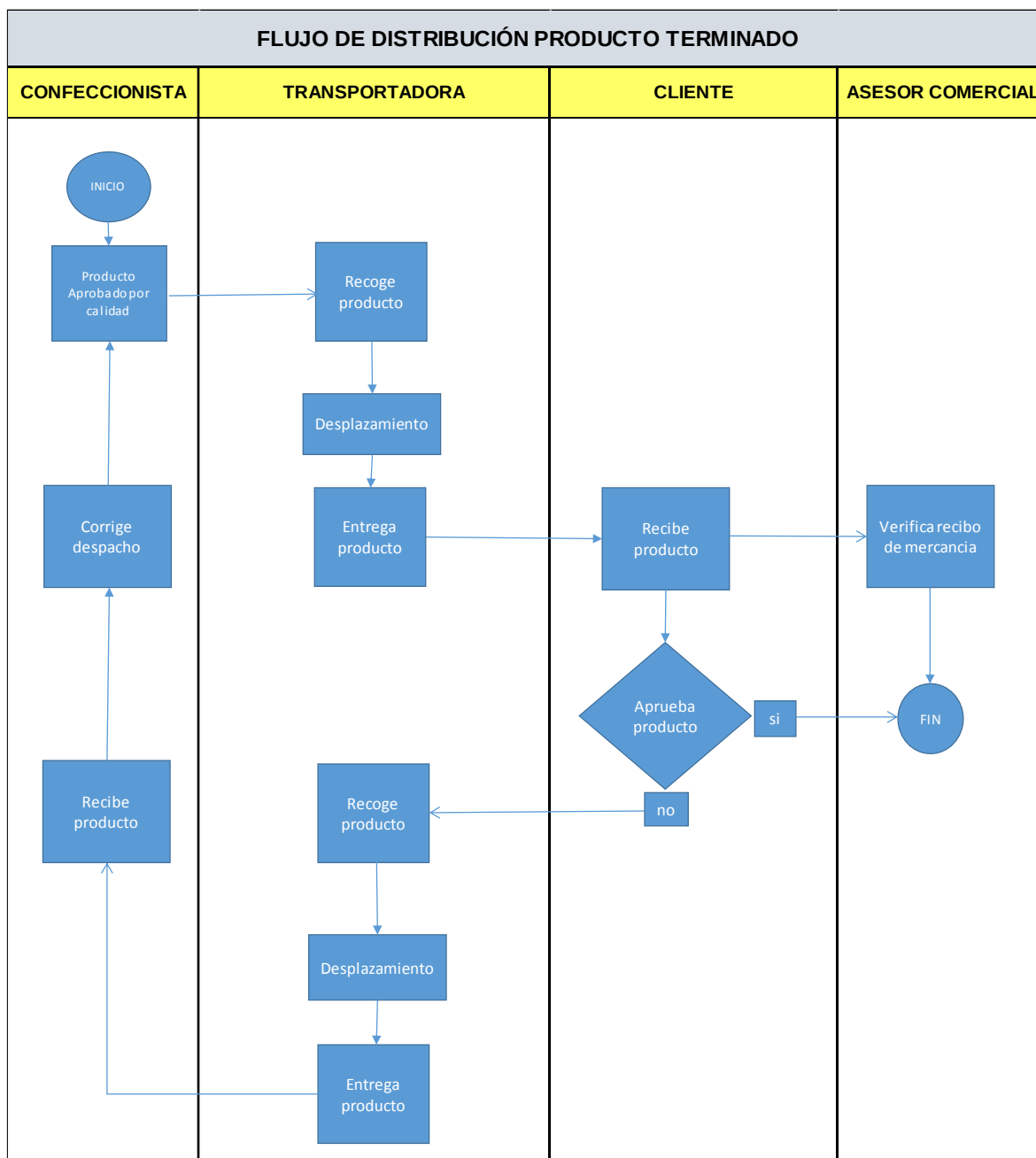
Pensado bajo el concepto de costo-beneficio nuestro sistema de distribución para el producto terminado será contratado a través de una transportadora que se especialice en la distribución de mercancía seca la cual nos garantice cumplimiento en la entrega y óptimas condiciones para la entrega del producto marca DOTCO, esta transportadora será la encargada de recoger la mercancía debidamente revisada y aprobada por el departamento de calidad de la empresa DOTCO, para posteriormente realizar la entrega efectiva al cliente final.

La entrega de los productos terminados se realizara entre 2 y 4 días hábiles de acuerdo a la promesa de entrega de las compañías transportadoras y sujeto a si la entrega de la mercancía es para un cliente local o para un cliente a nivel nacional.

La rotación de los inventarios del producto terminado es de máximo 8 días debido a que DOTCO trabaja su sistema de producción bajo el modelo sobre pedido al no tener bodegas

de almacenamiento ni de materias primas e insumos ni de producto terminado (GRÁFICO 18).

GRÁFICO 18. Flujo de distribución de producto terminado



Fuente: elaboración propia.

4.6.3 PRODUCTO

Las dotaciones DOTCO están pensadas para un uso práctico, confeccionadas con telas nacionales o importadas teniendo en cuenta las diferentes atmosferas del consumidor final; los accesorios utilizados en las prendas se fundamentan en la practicidad del diario del trabajador por ejemplo: cremalleras de doble vía para overoles masculinos, cierres invisibles, velcro, botones, confecciones con zonas de materiales que permiten la ventilación y elaboradas con el toque de diseño que caracteriza la marca.

La canasta de productos de DOTCO está conformada por: Batas (IMAGEN 02), camisetas (IMAGEN 03), pantalones (IMAGEN 04), overoles (IMAGEN 05), tapabocas (IMAGEN 06) y gorros (IMAGEN 07):

IMAGEN 02. Batas



IMAGEN 03. Camisetas



IMAGEN 04. Pantalones



IMAGEN 05. Overoles



IMAGEN 06. Tapabocas



IMAGEN 07. Gorros



4.6.4 COMUNICACIONALES

Posicionar la marca DOTCO, por medio de estrategias de comunicación en donde se brindara la información necesaria para dar a conocer no solo la funcionalidad del producto, sino también su sello de diferencia caracterizado por el diseño y la innovación para el sector de las dotaciones.

Al mismo tiempo se resalta el gran valor que aporta la imagen corporativa de las empresas clientes DOTCO plasmada en cada prenda, ya que contribuye al posicionamiento de la marca y a la distinción de su personal.

La principal estrategia comunicacional de DOTCO es el voz a voz y presentación por medio de herramientas ofimáticas a las diferentes empresas, enfocándose al área encargada del suministro de dotación. También tendremos presencia en revistas gremiales, páginas amarillas y similares incluyendo nuestra página web www.dotco.co.

El objetivo principal a alcanzar para DOTCO es ser los proveedores de dotaciones preferidos para las empresas: por el servicio prestado, el cumplimiento en las entregas, la asesoría personalizada y la calidad de sus productos; más que solo vender queremos ser aliados estratégicos de las empresas.

4.6.5 COMERCIALIZACIÓN

Nuestra fortaleza para la comercialización de los productos estará a cargo del talento humano encargado del proceso comercial, por medio de unos representantes seleccionados por competencias y capacitados en comunicación asertiva y otros elementos que complementan el perfil del personal DOTCO.

Se utilizara un plan de comisiones e incentivos proporcional al porcentaje mensual de venta efectiva y al proceso de recompra de los clientes cumpliendo con la proyección de ventas de la compañía, además cuentan un básico garantizado equivalente a un SMLV y todas las prestaciones sociales.

Una vez se selecciona la persona empieza su proceso de inducción en el cual se entrena tomando como referente las misión y valores de DOTCO en los diferentes focos del

negocio, incluyendo la canasta de productos con sus materiales y beneficios funcionales de los mismos.

4.6.6. POLÍTICAS DE SERVICIO

Las políticas de servicio de DOTCO, podemos clasificarlas en 3 pasos:

4.6.6.1. Preventa

Contempla todas aquellas actividades que permiten el acercamiento al cliente, donde se presentan los productos con sus beneficios y garantías (calidad y tiempos de entrega). Se llegan a los acuerdos de precio, diseño, condiciones de pago, tiempo y forma de entrega.

4.6.6.2. Venta efectiva

Donde se hace entrega del producto a satisfacción del cliente y con los términos establecidos.

4.6.6.3. Servicio postventa

Por medio del cual se revisan novedades y correcta funcionalidad de los productos.

4.6.7. RECLAMACIONES

4.6.7.1. TIPOS DE RECLAMACIONES

. **Al momento del recibo de la mercancía:** donde transcurridos 8 días no se reciben reclamaciones por: avería en la mercancía, error en las cantidades entregadas, error en tallas entregadas, o recepción de un producto no pedido, por lo tanto se da por entendido que la mercancía cumple con las condiciones óptimas que requirió el cliente.

. **Pasados 30 días:** si después de 30 días de la fecha de recibo de la mercancía por parte del cliente no se recibe ninguna reclamación como puede ser deterioro de la prenda en color, tela o insumos se da por hecho que la mercancía cumplió los requerimientos del cliente.

4.6.7.2. SOLUCIÓN A LA RECLAMACIÓN

La reclamación se debe solucionar en menos de 24 horas se procede a revisar el motivo de tal reclamación y dependiendo de la clase de reclamación se procede a dar solución entre 2 y 7 días hábiles.

4.6.7. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección de ventas para el período comprendido entre los años 2014 y 2018 para DOTCO está basada en un incremento anual del 30% en unidades para el primer año, del 50% para 2016 y 20% para 2017 y 2018; meta por encima de los índices de crecimiento proyectados del PIB, la cual está sustentada en una estrategia comercial de penetración de mercado (TABLA 09).

TABLA 09. PROYECCIÓN DE VENTAS 2014 - 2018

PROYECCION DE VENTAS 2014 - 2018						
		2014	2015	2016	2017	2018
Incremento Anual	Crecimiento Proy		30.00%	50.00%	20.00%	20.00%
Incremento Anual	IPC Proyectado	3.00%	3.43%	3.63%	3.48%	3.33%
Batas	Cantidades	5,000	6,500	9,750	11,700	14,040
	Precio de Venta	\$ 23,276	\$ 24,103	\$ 25,010	\$ 25,912	\$ 26,805
	Total	\$ 116,379,310	\$ 156,666,774	\$ 243,851,988	\$ 303,172,799	\$ 376,339,463
Camisetas	Cantidades	5,000	6,500	9,750	11,700	14,040
	Precio de Venta	\$ 25,000	\$ 25,888	\$ 26,863	\$ 27,832	\$ 28,790
	Total	\$ 125,000,000	\$ 168,271,720	\$ 261,915,098	\$ 325,630,043	\$ 404,216,460
Pantalones	Cantidades	3,800	4,940	7,410	8,892	10,670
	Precio de Venta	\$ 27,155	\$ 28,120	\$ 29,179	\$ 30,231	\$ 31,272
	Total	\$ 103,189,655	\$ 138,911,206	\$ 216,215,429	\$ 268,813,215	\$ 333,687,657
Overoles	Cantidades	1,200	1,560	2,340	2,808	3,370
	Costo Unitario	\$ 42,241	\$ 43,742	\$ 45,389	\$ 47,026	\$ 48,646
	Total	\$ 50,689,655	\$ 68,237,084	\$ 106,211,088	\$ 132,048,597	\$ 163,916,744
Gorros	Cantidades	12,000	15,600	23,400	28,080	33,696
	Precio de Venta	\$ 2,500	\$ 2,589	\$ 2,686	\$ 2,783	\$ 2,879
	Total	\$ 30,000,000	\$ 40,385,213	\$ 62,859,624	\$ 78,151,210	\$ 97,011,950
Tapabocas	Cantidades	12,000	15,600	23,400	28,080	33,696
	Precio de Venta	\$ 2,000	\$ 2,071	\$ 2,149	\$ 2,227	\$ 2,303
	Total	\$ 24,000,000	\$ 32,308,170	\$ 50,287,699	\$ 62,520,968	\$ 77,609,560
Total Ventas		\$ 449,258,621	\$ 604,780,167	\$ 941,340,926	\$ 1,170,336,832	\$ 1,452,781,834

Los precios de venta están dados antes del IVA y se encuentran ajustados al incremento anual del IPC.

4.7 PLAN TÁCTICO

El plan táctico tiene cuatro principales áreas a ser utilizadas como estrategias en el desarrollo de DOTCO (ver TABLAS 10 – 13):

TABLA 10. TÁCTICA PRECIO

DOTCO S. A. S.			
Precio			
Objetivo: Establecer precios que brinden rentabilidad y sostenibilidad. Obtener un ingreso que logre cubrir los costos y gastos, de igual forma que se encuentre dentro del rango del mercado			
Área	Responsable	Fecha de Terminación	Costo de Implementación
<i>Benchmarking</i>	Isabel Restrepo	25 de Enero de 2014	\$500.000
Asistencia a feria Colombiatex 2014	Isabel Restrepo	22 y 24 de Enero de 2014	\$310.832
Investigación telefónica	Isabel Restrepo – Mateo Flórez	Mayo de 2013	\$200.000
Valor de la estrategia		TOTAL:	\$1.010.832

Fuente: elaboración propia.

TABLA 11. TÁCTICA PRODUCTO

DOTCO S. A. S.			
Producto			
Objetivo: brindar a nuestros clientes un valor agregado por medio del diseño y la personalización de las diferentes prendas aportando funcionalidad a quien lo usa.			
Área	Responsable	Fecha de Terminación	Costo de Implementación
Investigación y desarrollo de productos	Gloria Restrepo	Marzo 2014	\$673.888
Valor de la estrategia		TOTAL:	\$673.888

Fuente: elaboración propia.

TABLA 12. TÁCTICA MERCADEO

DOTCO S. A. S.			
Mercadeo			
Objetivo: Posicionar la marca en la mente de nuestros clientes como el proveedor número 1 de dotaciones.			
Área	Responsable	Fecha de Terminación	Costo de Implementación
Creación de bases de datos	Asesor Comercial	Mayo 2014	Incluido en nomina
Sala de exhibición (<i>show room</i>)	Director Comercial	Junio 2014 (anual)	\$500.000

Pauta en revistas del gremio	Director general	anual	\$500.000
Página web	Director	Mayo 2014	\$2.000.000
Páginas amarillas	Director	Anual	\$504.217
Visitas a clientes	Asesor comercial	Permanente	Incluido en nomina
Valor de la estrategia		TOTAL:	\$3.504.217

Fuente: elaboración propia.

TABLA 13. TÁCTICA COMUNICACIONALES

DOTCO S. A. S.			
Comunicacionales			
Objetivo: Posicionar el nombre de la empresa precedido por la calidad, servicio al cliente y cumplimiento en la entrega			
Área	Responsable	Fecha de Terminación	Costo de Implementación
Catálogo	Gerente y Asesor comercial	Mayo 2014	\$1.149.942
<i>Brochure</i>	Asesor comercial	Mayo 2014	\$400.000
Visitas a clientes	Ases comercial	Permanente	Incluido en nomina
Valor de la estrategia		TOTAL:	\$1.549.942

Fuente: elaboración propia.

5. ANÁLISIS OPERATIVO DOTCO

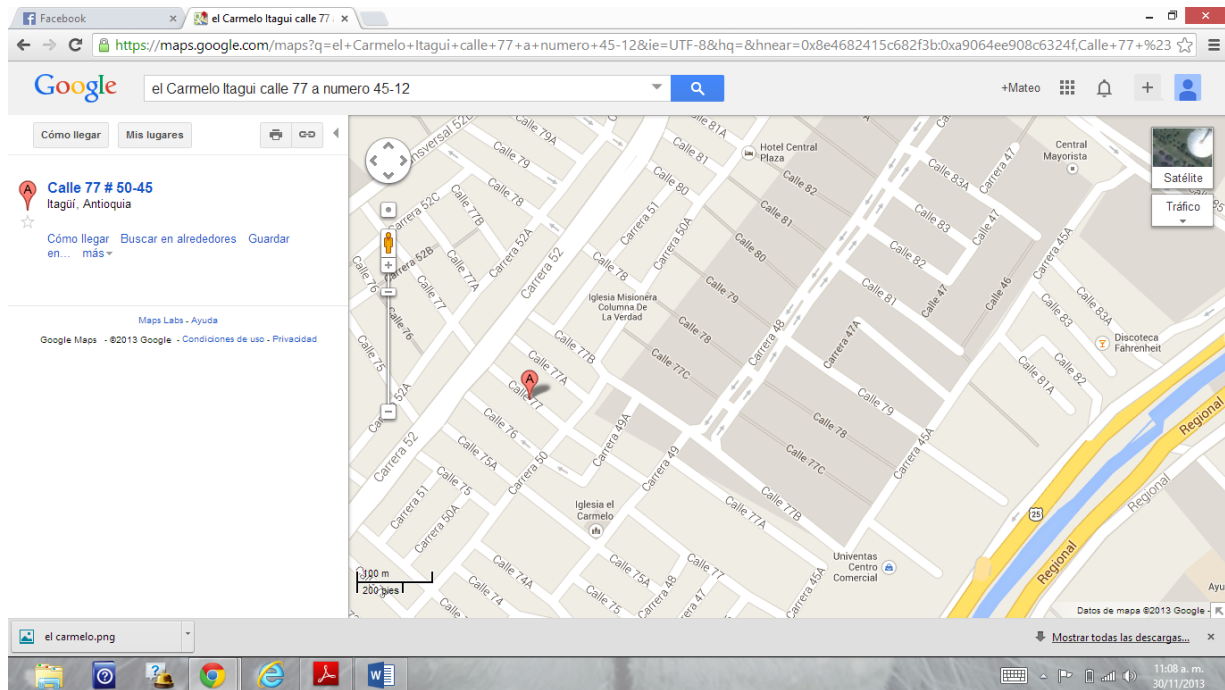
La estructura de la empresa corresponde al nivel de servicios, donde todo es coordinado por medio de los sistemas informativos, internet, planes de vos y de datos, nuestros espacios no cuentan con espacios productivos por su denominación, para lo cual utilizaremos servicios de maquila para llevar a cabo los procesos productivos requeridos.

5.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización geográfica más conveniente para la empresa DOTCO es Itagüí, por estar en un punto central donde se encuentra una zona altamente industrializada para lograr llegar a nuestros clientes objetivo de una manera más rápida y oportuna y donde podemos tener cerca a nuestros principales proveedores de servicios, disminuyendo así tiempo y distancia en los recorridos. El lugar específico para la ubicación es en el Barrio el Carmelo, que está ubicado en la calle 77 con la 45 detrás de Univentas (IMAGEN 08), esta zona está cerca de las estaciones del metro, tiene sistema de transporte de servicio público por la autopista y la avenida guayabal, lo cual favorece directamente el acceso de nuestros empleados al lugar de trabajo. Un beneficio adicional que encontramos es el de contar con todos los servicios públicos e industriales necesarios para nuestro desempeño.

Inicialmente se buscara un área de oficinas de aproximadamente 50 metros cuadrados, que tenga ubicado: servicios sanitarios (2) con sistema ahorrador de consumo de agua, lámparas LED que ahorran energía eléctrica, cocineta, área abierta donde se conformaran las estructuras de las oficinas.

IMAGEN 08. MAPA DE UBICACIÓN DOTCO



Fuente: Google Maps (2013).

5.2. DISTRIBUCIÓN INTERNA DE LA EMPRESA

Nuestra oficina inicialmente tendrá una sala de reuniones, 2 baños, una cocineta y un closet multifuncional y 3 puestos de trabajo:

- . Auxiliar administrativo
- . Área logística y comercial (compartido)
- . Gerente general.

IMAGEN 09. DISTRIBUCIÓN INTERNA

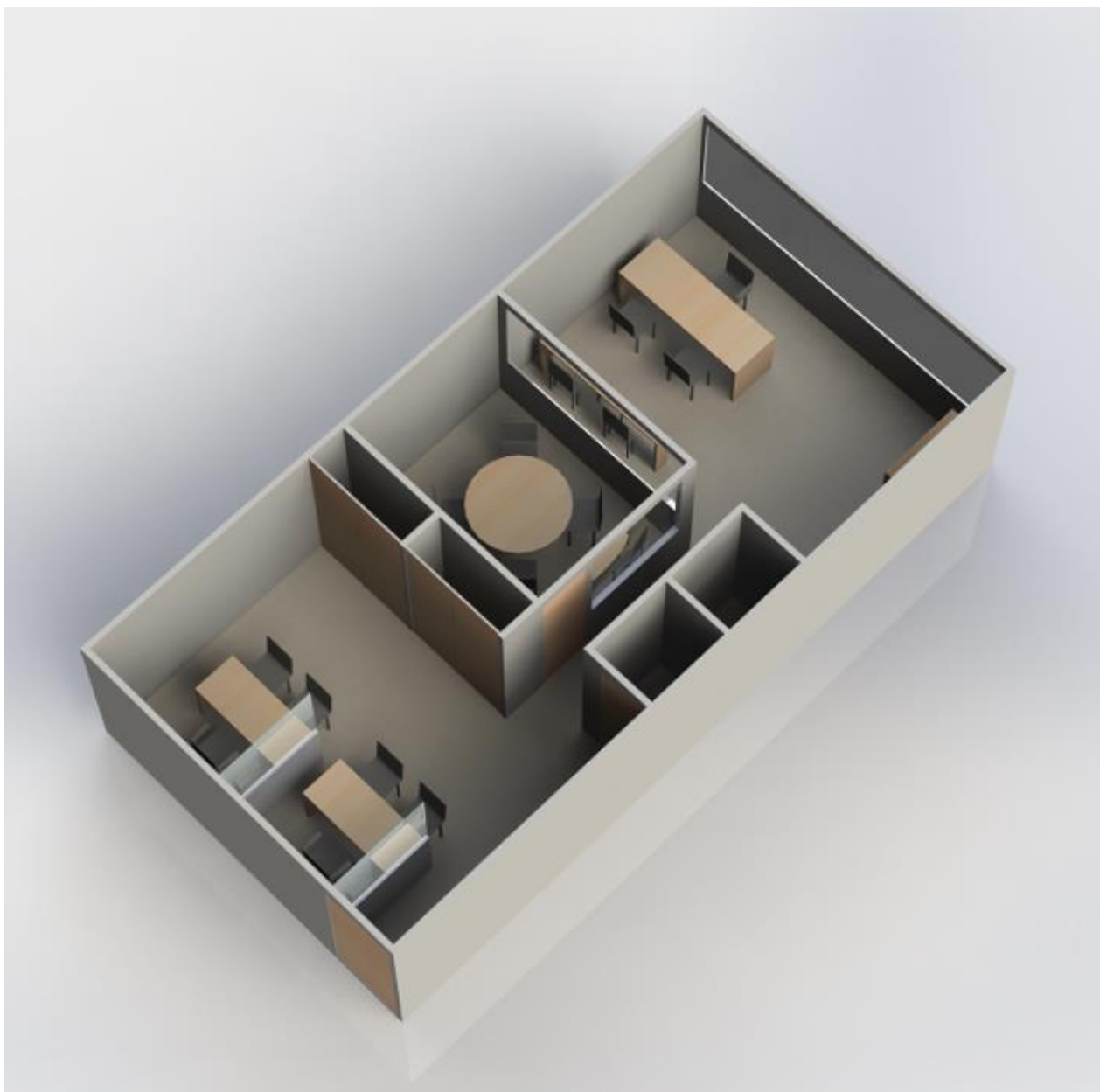
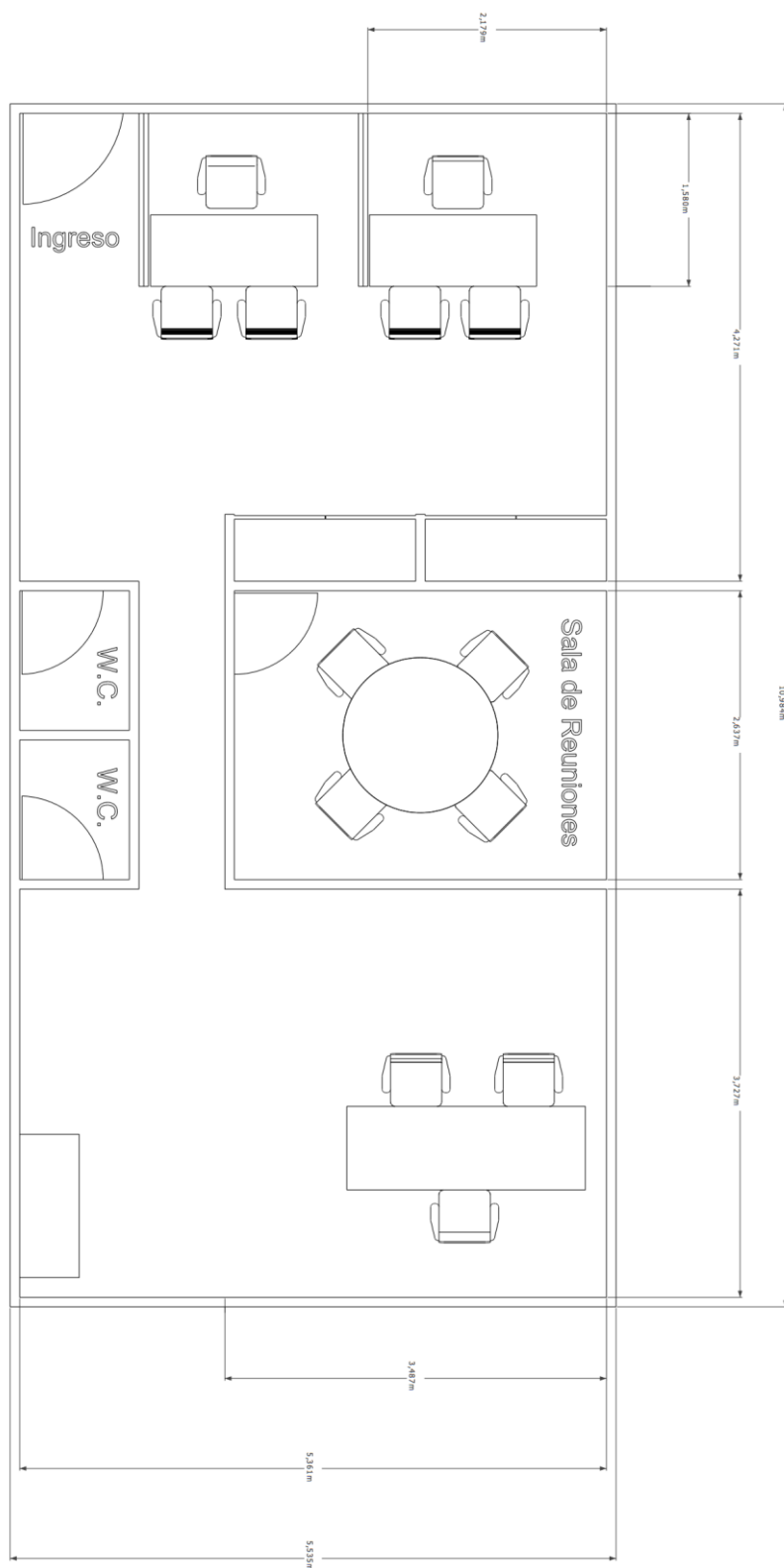


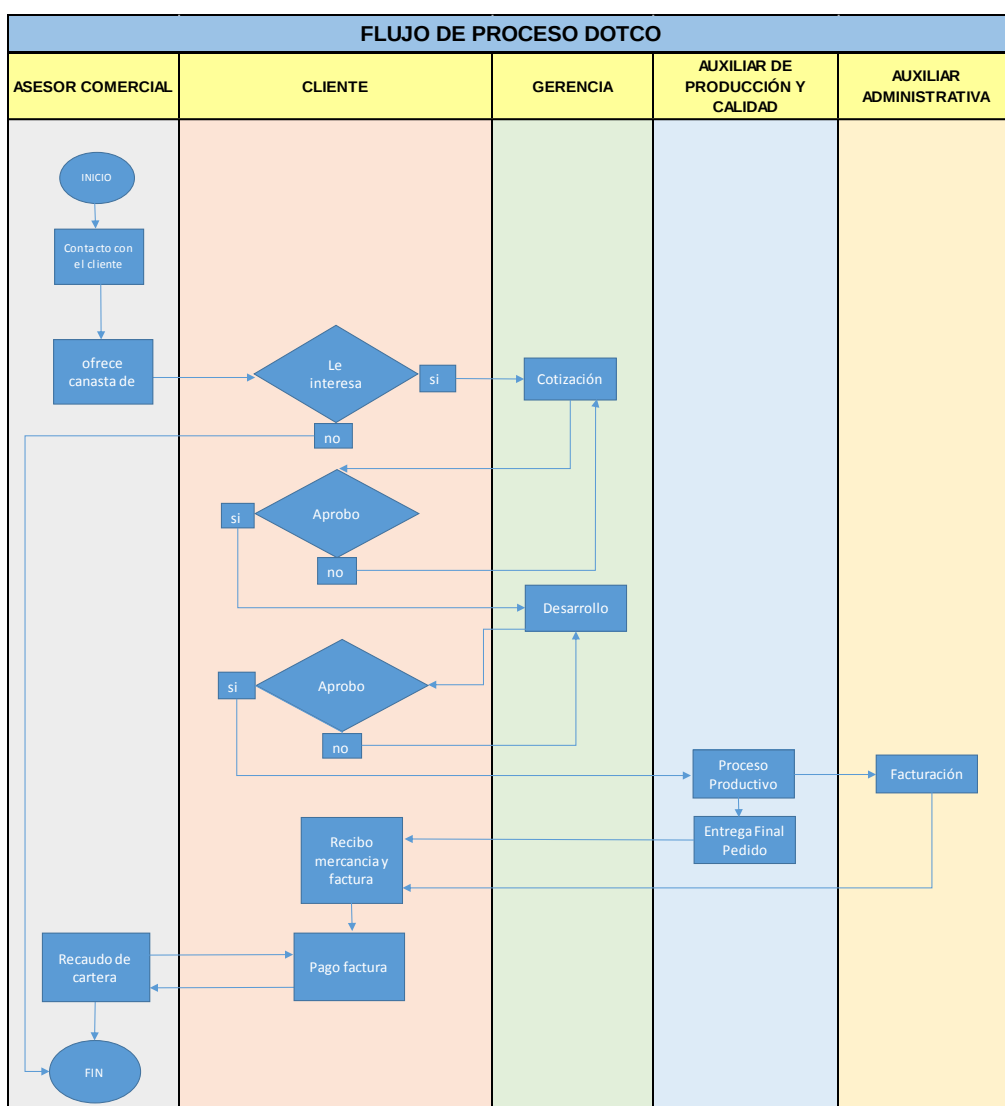
IMAGEN 10. PLANO DE LA DISTRIBUCIÓN INTERNA



5.3. MAPA DE PROCESOS

El asesor comercial se contacta con el cliente, le ofrece la canasta de productos, a través de un formato llena la solicitud del cliente y la entrega a gerencia para que se realice la cotización, la cual se le envía al cliente para su aprobación; una vez aprobada, la gerencia tramita el desarrollo del diseño el cual se envía al cliente para recibir el aval, una vez aprobado entra a proceso productivo se factura y se entrega el producto final del pedido, y finalmente, el comercial realiza el seguimiento de recaudo de cartera (TABLA 14).

TABLA 14. FLUJO DE PROCESOS DOTCO



Fuente: elaboración propia.

5.4 Muebles, enseres, equipos y maquinaria

Los muebles son: una mesa, seis sillas, tres escritorios, tres sillas móviles, un closet multifuncional.

Los enseres son: archivador, dotación para la cocineta y para atender el personal interno y los clientes tales como vajilla de tintos, vasos para el agua, bandeja, canasta para los platos, una vajilla auxiliar, microondas- tostador, cafetera, nevera, 3 canecas para la cocineta orgánicos, reciclables y material no reciclable; los baños contarán con papeleras, dispensadores de jabón, toallas de mano y ambientador, espeso, además de los artículos de aseo.

Los puestos de trabajo cuentan con papeleras, portalápices, lápiz, lapiceros, sacapuntas, borrador, tijeras, pegante en barra, porta minas y minas, engrapadora, perforadora, dos resaltadores, cintas, agenda, taquitos de papel para tomar nota; también contamos con un tablero, materas con arbustos pequeños.

Equipos: tres computadores, una impresora multifuncional con escáner, fotocopidora, fax, tres teléfonos fijos, un línea telefónica con llamada en espera y contestador automático, proyector (TABLA 15).

TABLA 15. MUEBLES Y EQUIPOS

Descripción de muebles			
Artículo	Costo	Cantidad	Valor
Escritorios	600.000	3	\$ 1.800.000
Closet	2.000.000	1	\$ 2.000.000
Sillas móviles	250.000	3	\$ 750.000
Sillas auxiliares	120.000	6	\$ 720.000
Mesa de reuniones	800.000	1	\$ 800.000

Dotación puestos de trabajo	80.000	3	\$ 240.000
Dotación cocineta	1.200.000	1	\$ 1.200.000
Implementos de aseo	200.000	1	\$ 200.000
		Total	\$ 7.710.000

Descripción de equipos de oficina			
Artículo	Costo	Cantidad	Valor
Impresoras	400.000	1	\$ 400.000
Teléfonos	80.000	3	\$ 240.000
Proyector (<i>video beam</i>)	600.000	1	\$ 600.000
Otros	1.000.000	1	\$ 1.000.000
Computadores	800.000	4	\$ 3.200.000
		Total	\$ 5.440.000

TOTAL	\$ 13.150.000
--------------	----------------------

Fuente: elaboración propia.

5.5. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción se encuentran en la TABLA 16:

TABLA 16. COSTOS DE PRODUCCIÓN 2014 - 2018

COSTOS DE PRODUCCION ANUAL 2014 - 2018						
		2014	2015	2016	2017	2018
Incremento Anual	IPC Proyectado	3.00%	3.43%	3.63%	3.48%	3.33%
Batas	Cantidades	5,000	6,500	9,750	11,700	14,040
	Costo Unitario	\$ 13,966	\$ 14,445	\$ 14,969	\$ 15,490	\$ 16,006
	Total	\$ 69,827,586	\$ 93,889,474	\$ 145,946,493	\$ 181,230,517	\$ 224,718,592
Camisetas	Cantidades	5,000	6,500	9,750	11,700	14,040
	Costo Unitario	\$ 15,000	\$ 15,515	\$ 16,078	\$ 16,637	\$ 17,191
	Total	\$ 75,000,000	\$ 100,844,250	\$ 156,757,344	\$ 194,655,000	\$ 241,364,414
Pantalones	Cantidades	3,800	4,940	7,410	8,892	10,670
	Costo Unitario	\$ 16,293	\$ 16,852	\$ 17,464	\$ 18,071	\$ 18,673
	Total	\$ 61,913,793	\$ 83,248,667	\$ 129,405,891	\$ 160,691,059	\$ 199,250,485
Overoles	Cantidades	1,200	1,560	2,340	2,808	3,370
	Costo Unitario	\$ 25,345	\$ 26,214	\$ 27,166	\$ 28,111	\$ 29,047
	Total	\$ 30,413,793	\$ 40,894,082	\$ 63,567,806	\$ 78,935,959	\$ 97,877,431
Gorros	Cantidades	12,000	15,600	23,400	28,080	33,696
	Costo Unitario	\$ 1,500	\$ 1,551	\$ 1,608	\$ 1,664	\$ 1,719
	Total	\$ 18,000,000	\$ 24,202,620	\$ 37,621,763	\$ 46,717,200	\$ 57,927,459
Tapabocas	Cantidades	12,000	15,600	23,400	28,080	33,696
	Costo Unitario	\$ 1,200	\$ 1,241	\$ 1,286	\$ 1,331	\$ 1,375
	Total	\$ 14,400,000	\$ 19,362,096	\$ 30,097,410	\$ 37,373,760	\$ 46,341,967
Total Costos Variables		\$ 269,555,172	\$ 362,441,189	\$ 563,396,707	\$ 699,603,494	\$ 867,480,349

Fuente: elaboración propia.

6. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y ADMINISTRATIVO

6.1 MISIÓN

Ofrecer una alternativa diferente para las dotaciones a nivel industrial, aportando valor a cada prenda por medio de diseños con calidad y cumplimiento en la entrega.

6.2 VISIÓN

En 2018 seremos la opción de dotaciones industriales más competente en el segmento del mercado a quien nos dirigimos en el Valle de Aburrá, ampliaremos la cobertura a nivel nacional en las principales ciudades del país.

6.3 VALORES CORPORATIVOS

Respeto: por las personas a todo nivel en el trato diario y en las diferencias de opinión.

Cumplimiento: en las entregas a tiempo y en llenar las expectativas del cliente.

Respaldo: asesoría a nuestros clientes en el diseño del producto según la necesidad específica de cada uno.

6.4 OBJETIVOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

6.4.1. CORTO PLAZO

- . Abrir operaciones en la oficina.
- . Generar voz a voz.
- . Conectarnos y crear relaciones estratégicas con clientes.
- . Establecer compromisos con clientes.
- . Brindar un servicio oportuno al cliente con el mejor de los tratos y disposición de todos los integrantes del equipo.
- . Crear una dinámica de trabajo en un contexto adecuado para las funciones.
- . Estar atentos a las sugerencias de nuestros clientes para mejorar día a día.

6.4.2. MEDIANO PLAZO

- . Tener un estado financiero sano.
- . Tener un soporte económico de flujo de caja alrededor de 4 meses.
- . Generar un impacto positivo por medio de nuestro servicio a los clientes.
- . Asegurar la calidad de los productos.
- . Bajos índices de rotación en el personal.
- . Crecer en el número de colaboradores.
- . Generar por medio de resultados positivos recordación de la marca.

6.4.3. LARGO PLAZO

- . Posicionarnos entre los proveedores preferidos por los clientes.
- . Incrementar el número de ventas anuales.
- . Mantener activos los procesos de comunicación con posibles clientes.
- . Crear plazas nuevas plazas de mercado.
- . Crecer en instalaciones físicas de la empresa.
- . Exportar.

6.5. ANÁLISIS DOFA

El análisis DOFA nos muestra que podemos y que no podemos controlar; además de cómo debemos potencializar nuestra empresa y mejorar lo que tengamos por potencializar (TABLA 17).

TABLA 17. ANÁLISIS DOFA

<u>DEBILIDADES</u> Precio de venta Precio mano de obra Productos sustitutos con menor precio Calidad y eficiencia del personal	<u>OPORTUNIDADES</u> Conocimiento de nuestro producto Nuevas empresas productivas Disponibilidad de proveedores con materias primas novedosas Diseño
<u>FORTALEZAS</u> Productos mejorados Calidad de los clientes Rapidez en la entrega Generar relaciones interpersonales Óptimos tiempos de entrega	<u>AMENAZAS</u> Nuevas propuestas de otros similares Apoyo de los proveedores efectivos Productos sustitutos con menor precio Mercado hacinado

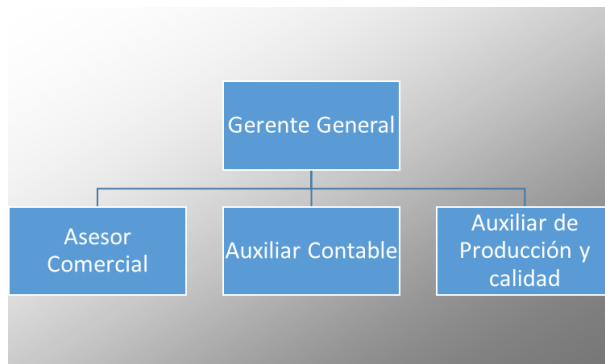
Fuente: elaboración propia.

6.6. DEFINICIÓN DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

6.6.1. ESTRUCTURA ORGÁNICA

La estructura orgánica la vemos en el gráfico 18:

GRÁFICO 19. ESTRUCTURA ORGÁNICA



Fuente: elaboración propia.

6.6.2 DESCRIPTIVOS DE CARGOS Y PERFILES

En la tabla 18 se encuentran los descriptivos de los cargos y perfiles de la empresa:

TABLA 18. DESCRIPTIVOS DE CARGOS Y PERFILES

EMPRESA: DOTCO	
DESCRIPTIVO DE CARGO GERENTE GENERAL	
NOMBRE Y APELLIDO DEL TITULAR DEL CARGO: GLORIA ISABEL RESTREPO BRAVO	
ÁREA/DIRECCIÓN: Gerencia Estratégica	
PUESTO SUPERIOR: N/A	
PERSONAL A CARGO: asesor comercial, auxiliar administrativa, auxiliar de producción.	
SALARIO BÁSICO : \$3.000.000	
OTROS: pago celular	

PERFIL GENERAL		
Hombre o mujer de contextura física normal, buena presentación personal edad entre 30-45 años.		
PERFIL PROFESIONAL		
Profesional en carreras administrativas con especialización en gerencia de empresas.		
PERFIL OCUPACIONAL		
Conocimientos específicos:		
Experiencia: 10 años en cargos administrativos.		
MISIÓN - OBJETIVO		
Planear, diseñar y dirigir la estrategia de negocios de la compañía, con el fin de identificar y desarrollar oportunidades de negocio y garantizar los resultados operacionales, comerciales y financieros de acuerdo con la planeación estratégica de la organización.		
COMPETENCIAS		
Autocontrol	4	
Seguridad personal	4	
Trabajo en equipo	4	
Comunicación	4	
Orientación al resultado	4	
Servicio al cliente externo e interno	4	
Habilidad administrativa	4	

Negociación	4	
Visión estratégica	4	
Inteligencia espacial	4	
Liderazgo	4	
RESPONSABILIDADES		
GENERALES	• Liderar el direccionamiento estratégico de la organización y el cumplimiento adecuado del plan estratégico. • Validar y presentar para aprobación de la Junta Directiva, el portafolio de posibles negocios, oportunidades de inversión, presupuesto, planes de desarrollo, entre otros, con el fin de contribuir al cumplimiento de los objetivos de crecimiento definidos en el Direccionamiento Estratégico. • Asegurar el cumplimiento y ejecución del presupuesto de utilidad neta aprobado por la Junta Directiva.4. Desarrollar y promocionar mercados para posibilitar la generación de opciones futuras de nuevos negocios, a través del establecimiento de alianzas y relaciones de negocios con operadores globales. • Asegurar una cultura de servicio al cliente en toda la cadena de procesos. • Propender por un crecimiento armónico de las cifras del negocio con una adecuada rentabilidad. • Gestionar la cultura de excelencia en todos los procesos de la compañía. • Garantizar el cumplimiento y aplicabilidad de las normas	

	determinadas por el cliente y/o requisitos de ley. • Informar de manera sistemática a la Junta Directiva sobre el desempeño de los procesos y los riesgos asociados a los mismos. • Asegurar el desarrollo permanente de las personas a cargo, a través de un adecuado liderazgo. • Establecer alianzas estratégicas que conlleven a fortalecer el desarrollo del negocio. • Asegurar el seguimiento a los controles internos y responder por el cumplimiento y efectividad de los mismos.
ESPECÍFICAS	1. Garantizar la correcta administración de los empleados a cargo, distribuyéndolo y racionalizándolo adecuadamente. 2. Garantizar que los procedimientos disciplinarios de los empleados a cargo se realicen dentro de los términos establecidos. 3. Reportar oportunamente las novedades de nómina de los empleados a cargo. 4. Garantizar la oportuna realización del entrenamiento de los empleados a cargo. 5. Retroalimentar permanentemente a los empleados a cargo, con el fin de contribuir al mejoramiento de estos. 6. Transferir o supervisar responsabilidades específicas a sus colaboradores, dando la responsabilidad necesaria para la ejecución de las mismas y asumiendo la responsabilidad que esto conlleva. 7. Propiciar el desarrollo y entrenamiento de sus colaboradores en

	términos de generar conocimiento o habilidades adicionales. 8. Asesorar, orientar y brindar apoyo a su equipo de trabajo, compartiendo conocimientos y respondiendo todas sus inquietudes. 9. Reconocer en su personal, el valor agregado que generan, implementando eventos ocupacionales laborales positivos. 10. Interesarse genuinamente por los empleados a cargo, escucharlos permanentemente y aportar su equilibrio personal.
--	---

EMPRESA: DOTCO	
DESCRIPTIVO DE CARGO ASESOR COMERCIAL	
NOMBRE Y APELLIDO DEL TITULAR DEL CARGO:	
ÁREA / DIRECCIÓN: Comercial / Gerencia general	
PUESTO SUPERIOR: Gerencia General	
PERSONAL A CARGO: no aplica	
SALARIO BÁSICO : \$ 620.000	
OTROS: auxilio de transporte y celular + comisiones	
PERFIL GENERAL:	
Hombre o mujer de contextura física normal, buena presentación personal edad entre 23 y 35 años	

PERFIL PROFESIONAL		
Técnico o tecnólogo en áreas administrativas y(o) comercial y afines		
PERFIL OCUPACIONAL		
Experiencia: 1 a 2 años en el sector comercial, servicio al cliente, tangibles		
MISION - OBJETIVO		
Generar permanentemente oportunidades de ventas para el negocio asignado, brindar asesoría permanente manteniendo la dinámica interna de calidad y servicio		
COMPETENCIAS		
Autocontrol	4	
Seguridad Personal	4	
Trabajo en Equipo	3	
Comunicación	4	
Orientación al Resultado	4	
Servicio al Cliente Externo e Interno	4	
Habilidad Administrativa	3	
Negociación	4	
Visión Estratégica	3	
Inteligencia Espacial	4	
Liderazgo	2	

RESPONSABILIDADES	
GENERALES	• Generar oportunidades de ventas para el negocio asignado. • Cumplir con las metas de venta asignadas en el presupuesto. • Asesorar técnicamente en forma permanente a los clientes actuales y potenciales. • Programar, realizar y controlar la agenda personal de visitas a clientes y correrías ajustadas al plan de negocios correspondiente. • Elaborar las cotizaciones respectivas y hacerles seguimiento. • Prestar asesoría post-venta a los clientes, gestionar los reclamos que se presenten. • Conseguir información que permita un monitoreo constante del mercado, realizando estudios de mercado permanentemente. • Realizar la gestión de cartera con sus clientes. • Actualizar permanentemente el informe de gestión comercial y controlar el cumplimiento de los indicadores de gestión a cargo y realizarles los análisis respectivos, para presentarlos en las revisiones por la dirección establecidas. • Participar activamente en el Grupo Primario, proponiendo ideas y estrategias encaminadas al mejoramiento continuo. • Actividades afines al cargo entre otras.
ESPECÍFICAS	• Garantizar el cumplimiento de normas y procedimientos para el trámite de correspondencia y servicios de archivo

	• Asistir a reuniones, comités o eventos en razón de la naturaleza de su cargo o por delegación. • Representar a la empresa en actos o eventos externos, en razón de la naturaleza de su cargo o por delegación. • Garantizar el manejo adecuado de las herramientas de informática de usuario final, con base en las políticas de la empresa y teniendo en cuenta las instrucciones de seguridad informática. • Garantizar el manejo adecuado del correo electrónico y de Internet, con base en las políticas de la empresa. • Atender las llamadas telefónicas que llegan y salen del proceso, y entregar oportunamente el mensaje si es necesario. • Trabajar siempre enfocados en el control del costo y gasto. • Trabajar con base en la cultura de cero papeles. • Realizar permanentemente seguimientos virtuales en los directorios electrónicos a cargo. • Gestionar los procedimientos para la gestión de activos fijos asignados.
EMPRESA: DOTCO DESCRIPTIVO DE CARGO AUXILIAR ADMINISTRATIVA	

NOMBRE Y APELLIDO DEL TITULAR DEL CARGO:		
ÁREA / DIRECCIÓN: Administrativa / Gerencia general		
PUESTO SUPERIOR: Gerencia General		
PERSONAL A CARGO: no aplica		
SALARIO BASICO : \$ 680.000		
OTROS:		
PERFIL GENERAL:		
Hombre o mujer de contextura física normal, buena presentación personal edad entre 20 y 30 años		
PERFIL PROFESIONAL		
Técnico o tecnólogo en áreas administrativas, secretariado, auxiliar contable y afines		
PERFIL OCUPACIONAL		
Experiencia: 1 a 2 años en el sector Administrativo y similares		
MISION - OBJETIVO		
Gestionar las actividades requeridas para cumplir los compromisos relacionados con Tesorería, Contabilidad y Costos en la entre otras funciones afines		
COMPETENCIAS		
Autocontrol	3	
Seguridad Personal	4	
Trabajo en Equipo	3	

Comunicación	3	
Orientación al Resultado	4	
Servicio al Cliente Externo e Interno	3	
Habilidad Administrativa	4	
Negociación	3	
Visión Estratégica	2	
Inteligencia Espacial	3	
Liderazgo	3	
RESPONSABILIDADES		
GENERALES	• Administrar la Caja menor de la compañía. • Recibir efectivo y cheques de los clientes, verificar su estado y controlar los cheques post-fechados. • Gestionar las consignaciones. • Solicitar las cuentas por pagar y diligenciarlas (realizar los cheques y transferencias electrónicas, manejar adecuadamente la cuenta bancaria y llevar el libro de bancos). • Diligenciar los recibos de caja. • Actualizar y organizar permanentemente el archivo de la Regional. • Cumplir con los cronogramas de cierre contable. • Realizar el registro contable de facturas de proveedores en el sistema. Contabilizar o postear las cuentas por pagar en el sistema.	

	• Realizar las actividades de costos que sean encomendadas para la Regional. • Controlar la vigencia de las pólizas relacionadas con la Regional en el sistema. • Controlar el inventario de activos fijos de la Regional por responsable y garantizar la elaboración de los formatos para movimientos de ingresos, traslados o retiros. • Gestionar las actividades de apoyo de la empresa, como Mensajería, Servicios Generales, Mantenimiento de Infraestructura Física y afines. • Actualizar, analizar, presentar y cumplir los indicadores de gestión asignados al cargo.
ESPECÍFICAS	• Garantizar el cumplimiento de normas y procedimientos para el trámite de correspondencia y servicios del Centro de Documentos. • Asistir a reuniones, comités o eventos en razón de la naturaleza de su cargo o por delegación. • Representar a la empresa en actos o eventos externos, en razón de la naturaleza de su cargo o por delegación. • Garantizar el manejo adecuado de las herramientas de informática de usuario final, con base en las políticas de la empresa y teniendo en cuenta las instrucciones de seguridad informática. • Garantizar el manejo adecuado del correo electrónico y de Internet, con base en las políticas de la empresa.

	• Atender las llamadas telefónicas que llegan y salen del proceso, y entregar oportunamente el mensaje si es necesario. • Trabajar siempre enfocados en el control del costo y gasto. • Trabajar con base en la cultura de cero papeles. • Gestionar los procedimientos para la gestión de activos fijos asignados.
--	--

EMPRESA: DOTCO	
DESCRIPTIVO DE CARGO AUXILIAR DE PRODUCCION Y CALIDAD	
NOMBRE Y APELLIDO DEL TITULAR DEL CARGO:	
ÁREA/DIRECCIÓN: administrativa/gerencia general	
PUESTO SUPERIOR: Gerencia General	
PERSONAL A CARGO: no aplica	
SALARIO BÁSICO : \$ 660.000	
OTROS: auxilio de transporte y celular	
PERFIL GENERAL	
Hombre de contextura física normal, buena presentación personal edad entre 23 y 40 años	
PERFIL OCUPACIONAL	
Técnico en producción, logística o afines con experiencia mínima de un año en el sector industrial o servicios.	

MISIÓN - OBJETIVO		
Realizar las labores asignadas dentro del proceso productivo, teniendo en cuenta los criterios de calidad del producto, eficiencia del proceso aportando ideas para el mejoramiento continuo de los procesos.		
COMPETENCIAS		
Autocontrol	3	
Seguridad Personal	3	
Trabajo en Equipo	3	
Comunicación	3	
Orientación al Resultado	3	
Servicio al Cliente Externo e Interno	3	
Habilidad Administrativa	2	
Negociación	3	
Visión Estratégica	2	
Inteligencia Espacial	2	
Liderazgo	2	
RESPONSABILIDADES		
GENERALES	• Seguir las instrucciones impartidas por su líder inmediato. • Cumplir con los tiempos estimados de producción para cada producto.	

	• Utilizar adecuadamente los recursos asignados para la ejecución de sus labores. • Seguir los procedimientos para cada producto, cuando sea necesario. • Diligenciar correctamente los registros del Sistema de Gestión Integral, cuando sea necesario.
ESPECÍFICAS	

Fuente: elaboración propia.

6.7 CONTRATACIÓN DE PERSONAL

6.7.1 PROCESO DE RECLUTAMIENTO

Nuestro proceso de contratación para iniciar operaciones estará orientado a cubrir los cargos estratégicos necesarios y que conformaran el equipo, es importante dejar claridad que utilizaremos una empresa de consultoría para la selección siguiendo con las políticas de la empresa que más se ajuste a nuestra dinámica de trabajo, se tendrán en cuenta los siguientes elementos.

1. identificar los cargos y funciones necesarias: El director y los socios evalúan la necesidad de buscar una persona nueva para ocupar un cargo existente en DOTCO, sea porque el ocupante anterior se fue, o porque se requiere una persona adicional.
2. Necesidad del cargo: El Director y los socios evalúan la necesidad de crear un nuevo cargo. De acuerdo a los requerimientos de la empresa, se define el perfil del cargo y el perfil que debe tener el empleado, así como las responsabilidades y competencias.
3. Requisición de personal: por medio de nuestro proveedor de personal se solicita el perfil y se realiza un requerimiento siguiendo los procedimientos establecidos por la consultoría, en este proceso se afinan las características necesarias que se deben tener en cuenta respecto a la persona y se establecen tiempos de entrega para entrevistar el personal evaluado por la empresa consultora.

4. Citación de los candidatos a proceso de entrevistas.

6.7.2 PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL

Una vez se realizan las entrevistas por el gerente general se toma la decisión de la persona y se envía la información a la consultora, se le notifica al candidato seleccionado y la consultora se encarga de agradecer por la participación del proceso a las personas no seleccionadas.

Después de este proceso se le notifica a la persona seleccionada y se establece el inicio de proceso de contratación.

6.7.3 CONTRATACIÓN

El modelo de contratación de DOTCO con el personal fijo son a término indefinido. Solo se celebran contratos a término fijo en casos específicos para proyectos o épocas del año que la empresa requiera.

Los contratos contemplan cláusulas de confidencialidad, que pretenden salvaguardar los derechos de autor en la creación de diseños, la propiedad intelectual y material de la información de DOTCO y de los clientes, lo que implica absoluta reserva con esta información y conlleva sanciones a quienes incumplan estas normas.

Los pagos de nómina se realizarán quincenalmente los días 15 y 30 de cada mes, de manera virtual, abonando a la cuenta personal y propia que el empleado designe para ello.

Se pagará la seguridad social y las prestaciones sociales así:

- **PRIMA:** Son dos primas al año (Junio y Diciembre) las cuales corresponden a una quincena y se otorgan cada seis meses.
- **AFILIACIÓN A ARL:** Administradora de Riesgos, SURA Riesgos Profesionales cubre accidentes de trabajo y enfermedad profesional.
- **AFILIACIÓN A EPS:** La escoge el empleado, cubre enfermedad común y además puede afiliarse a todos los miembros de la familia que dependan de él.

- **AFILIACIÓN A CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR:** Comfama
- **AFILIACIÓN AFP:** La escoge el empleado, el dinero no puede ser retirado del fondo, la intención es que todos al finalizar la etapa productiva, continuemos con un salario.
- **CESANTÍAS:** Son abonadas los 14 de febrero al Fondo de Cesantías escogido por el empleado. Los intereses a las cesantías se pagaran el 15 de enero.

A continuación en la TABLA 19 se presenta la estructura de costos por nómina, con respecto a los cargos ya establecidos:

TABLA 19. PRESUPUESTO DE NÓMINA A CONTRATAR

PRESUPUESTO DE NOMINA A CONTRATAR						
CARGO	CANTIDAD	SALARIO SIN PRESTACIONES	FACTOR PRESTACIONAL	SALARIO CON PRESTACIONES	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	TOTAL
Gerente General	1	\$ 3,000,000	52%	\$ 4,560,000		\$ 4,560,000
Asesor Comercial	1	\$ 620,000	57%	\$ 973,400	\$ 72,000	\$ 1,045,400
Asesor Comercial (Comisiones)	1	\$ 400,000		\$ 400,000	\$ 144,000	\$ 544,000
Auxiliar de Producción y calidad	1	\$ 660,000	57%	\$ 1,036,200	\$ 216,000	\$ 1,252,200
Auxiliar Administrativa	1	\$ 680,000	52%	\$ 1,033,600	\$ 72,000	\$ 1,105,600
						\$ -
						\$ -
						\$ -
						\$ -
					TOTAL	\$ 8,507,200

7. ESTUDIO LEGAL, SOCIAL Y AMBIENTAL

7.1 TIPO DE SOCIEDAD

Para DOTCO seleccionamos el tipo de sociedad S. A.S, sociedad por acciones simplificada, porque consideramos importante poder contar con la flexibilidad que nos brinda, permitiendo diseñar mecanismos de direccionamiento de la empresa de acuerdo a las necesidades.

Basándonos en algunas de sus características estas son las que son importantes resaltar:

- Puede ser constituida por una o varias personas naturales o jurídicas. Los cuales solo son responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

- Una vez inscrita la sociedad en el registro mercantil, la sociedad formara una persona jurídica distinta a sus accionistas.
- Es una sociedad de capitales.
- Naturaleza comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social.
- Sociedad autónoma.
- Prohibición de acceder al mercado público de valores.
- Tramites de constitución simplificada
- No está obligada a tener junta directiva y revisor fiscal.
- Pago de capital puede diferirse hasta por dos años.
- Para constituir la sociedad se crea mediante un contrato o acta unilateral que consta de un documento privado inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:
 - Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
 - Razón social seguida de las palabras sociedad por acciones simplificada/; o de las letras S. A.S.
 - El domicilio principal de la sociedad.
 - El término de duración, el cual puede ser indefinido.
 - La forma de administración: el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. Deberá designarse cuando menos un representante legal.
 - Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita.

- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.

El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado.

Antes de iniciar los trámites se debe verificar otra sociedad matriculada con el mismo nombre.

Una vez la sociedad esté inscrita y matriculada se debe inscribir en libros de contabilidad y actas.

Luego de la constitución de la S. A.S se debe dirigir a las oficinas de la DIAN para solicitar la asignación del NIT.

7.2. PERFIL DE SOCIOS

Gloria Isabel Restrepo Bravo, casada, dos hijos de Ingeniera de Producción de la Universidad EAFIT Medellín, con más de 10 años de experiencia en el sector textil y confecciones, publicidad y mercadeo y en el desarrollo de estrategias orientadas a la calidad y optimización de recursos en áreas como son: la de producción, de compras y financiera.

José Mateo Flórez Cuartas, Psicólogo con énfasis en psicología social de la Universidad Luis Amigo Medellín, con 5 años de experiencia en el área de gestión humana como consultor en el sector de producción y de servicios.

7.3. IMPACTO SOCIAL

7.3.1. SOCIAL ECONÓMICO

- Creación de expectativas: Positiva, la propuesta de negocio es diferente, novedosa y actual, los beneficios que los clientes pueden obtener al ser un servicio personalizado, con calidad y economía.

- Generación de empleo: Positiva, creación de empleos directos a personas cabezas de familia o con responsabilidades, permitiendo que estas tengan el sustento para sus familias y afines.
- Incremento en el uso de bienes y servicios: Moderado. Debido al incremento en el uso de los servicios públicos (energía, agua, internet, teléfono, entre otros) y obtenciones de bienes (muebles, equipos de cómputo y enseres).
- Afectación del patrimonio cultural: No existirá afectación del patrimonio cultural porque ya existe infraestructura comercial.
- Afectación de la infraestructura pública y privada: No existirá afectación de la infraestructura pública porque ya tiene los fines destinados para el uso determinado.

7.4. IMPACTO AMBIENTAL

Positivo, la empresa contara con un sistema de utilización de papel reciclable y amigable con el medio ambiente, utilizando la clasificación de residuos sólidos como método de reciclaje. Se realizarán capacitaciones periódicamente con la ARP que está afiliada a la empresa para crear hábitos que contribuyan a la protección del medio ambiente. Además, estableceremos alianzas con empresas que se encargan de la recolección de los residuos reciclables.

Nuestro objetivo principal es hacer extensiva esta consciencia de cuidado del planeta a los trabajadores de la empresa y a todos los proveedores de servicios. Como método de motivación se les reconocerá a los proveedores un porcentaje del valor de los instrumentos que se adquieran para para dicho fin.

IMAGEN 10. CLASIFICACIÓN DEL RECICLAJE

Residuos



8. ESTUDIO DE RIESGOS

Los riesgos que aplican a DOTCO se encuentran en la TABLA 20:

TABLA 20. ESTUDIO DE RIESGOS

ELEMENTOS DE MEDICION DEL RIESGO					
FACTOR DEL RIESGO	AREA DEL RIESGO	FUENTE GENERADOR DEL RIESGO	EFFECTO EN CASO DE OCURRIR	CONTROL PREVENTIVO PROPUESTO	PRIORIDAD DE VIGILANCIA
Entorno del negocio	Interno	Rotacion de personal	Reprocesos en capacitación, alteración de la producción, clima laboral	Capacitacion y acompañamiento permanente por parte del gerente, coaching	Alto
	Externo	Cambios en la legislacion	Ineficiencia en el proceso; incremento de costos, baja rentabilidad.	Asesoramiento por consultores expertos que suministren informacion constante y actualizada	Baja
	Externo	Catastrofe natural	Se ven afectadas personas, equipos y demas enseres	Plan con ARL sobre salud ocupacional, rutas de evacuacion, casos de emergencia entre otras	Baja
Operaciones	Interno	Retrasos en el servicio	Incumplimiento con tiempos de entrega, agilidad de la atencion telefonica y personalizada, pobre servicio al cliente	Implementacion de tecnicas de entrenamiento permanentes, capacitacion.	Alta
	Interno	Equipos ofimaticos con falla en el sistema	Incumplimiento con tiempo de entrega, atascos en las salidas y entradas de informacion y datos similares	Mantenimiento y soporte tecnico de personal calificado	Baja
	Externo	Factores Climaticos y transito urbano	Incumplimiento en la entrega de pedidos, demora en los tiempos de entrega.	proveedores de servicios de transporte opcionales, aliados estrategicos que soporten la gestion	Media
Informacion	Interno	Robo	afectacion del personal, muebles, equipos y demas afines	se ven perdidas en la informacion interna de funcionamiento, datos importantes y confidenciales.	Media
Financiaro	Ingterno	Insuficiente capital	cierre definitivo o temporal	tener acceso a prestamos bancarios	Alta

Fuente: elaboración propia.

9. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

La proyección de participación de DOTCO en el mercado es de aproximadamente el 12% de la intención de compra de las 400 empresas del sector seleccionado, lo cual equivale a unas 12.000 prendas que conforman los uniformes de dotación anuales.

9.1. SUPUESTOS ECONÓMICOS

Las proyecciones económicas para el período comprendido entre los años 2014 y 2018 para DOTCO están basadas en la tabla de proyecciones macroeconómicas del Grupo Bancolombia (TABLA 21):

TABLA 21. SUPUESTOS ECONÓMICOS

	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
IPC	3.0%	3.4%	3.6%	3.5%	3.3%
Re / Devaluación	2.3%	7.5%	5.9%	4.0%	2.6%
Tasa de interés	4.0%	4.5%	5.0%	4.8%	4.5%
PIB	4.4%	4.6%	4.5%	4.3%	4.5%

Fuente: Grupo Bancolombia (enero, 2014).

IMAGEN 11. TABLA MACROECONÓMICOS PROYECTADOS

Tabla_Macroeconómicos_Proyectados (1).pdf - Adobe Reader

TABLA MACROECONÓMICOS PROYECTADOS Grupo Bancolombia

Análisis Bancolombia Enero 14 de 2014

Última actualización: Enero 2014

Año	2011	2012	2013 py	2014 py	2015 py	2016 py	2017 py	2018py	2019py
PIB (variación anual)	6.65%	4.21%	3.83%	4.44%	4.58%	4.50%	4.34%	4.47%	4.20%
Balance GNC (% del PIB)	-2.89%	-2.30%	-2.60%	-2.40%	-2.20%	-2.10%	-2.00%	-1.90%	-1.60%
Balance cuenta corriente (% del PIB)	-2.94%	-3.29%	-3.60%	-3.20%	-2.70%	-2.75%	-2.82%	-2.50%	-2.60%
Tasa de desempleo trece ciudades (% de la PEA)	10.83%	10.37%	9.40%	8.78%	8.07%	7.36%	7.10%	6.80%	6.30%
Inflatión (IPC variación anual)	3.72%	2.44%	1.94%	3.00%	3.43%	3.63%	3.48%	3.33%	3.19%
Tasa de referencia Banrep (fin de año)	4.75%	4.25%	3.25%	4.00%	4.50%	5.00%	4.75%	4.50%	4.00%
Tasa de cambio USD COP (\$ fin de año)	1.938	1.767	1.932	1.976	2.125	2.250	2.340	2.400	2.475
Devaluación nominal (fin de año)	0.70%	-8.85%	9.35%	2.28%	7.54%	5.88%	4.00%	2.56%	3.13%
DTF 90 Días	5.12%	5.22%	4.07%	4.13%	4.96%	5.35%	5.11%	4.86%	4.36%

Fuente: Grupo Bancolombia (GB), py: proyectado

Fuente: Grupo Bancolombia (enero, 2014).

La tasa de retorno mínima esperada por los inversionistas es del 15%, convirtiendo a DOTCO como una empresa generadora de empleo con una rentabilidad que supera al IPC (inflación) y a la tasa de interés (rendimientos) por encima de 10 puntos.

9.2. FLUJO DE INVERSIONES

La inversión inicial que DOTCO requiere es de \$50.505.755 entre el total de activos de \$14.150.000 para su funcionamiento y un capital de trabajo para 3 meses de \$36.355.755. La empresa trabaja con el sistema “bajo pedido” por lo cual no se requiere ningún inventario inicial ver TABLA 22.

TABLA 22. INVERSIÓN INICIAL DOTCO

DOTCO			
INVERSIÓN ACTIVOS			
	Valor total del activo	Años de vida útil	Depreciación y amortización
MUEBLES Y ENSERES Y EQUIPO DE OFICINA			
Escritorios	1,800,000	5	1,542,000
Closet	2,000,000		
Sillas móviles	750,000		
Sillas auxiliares	720,000		
Mesa de Reuniones	800,000		
Dotacion puestos de trabajo	240,000		
Dotacion Cocineta	1,200,000		
Implementos de aseo	200,000		
SUBTOTAL	7,710,000		1,542,000
EQUIPO DE COMPUTO			
Impresoras	400,000	5	1,088,000
Teléfonos	240,000		
Video Bean	600,000		
Otros	1,000,000		
Computadores	3,200,000		
SUBTOTAL	5,440,000		1,088,000
SOFTWARE			
Licencias de programas	1,000,000	3	333,333
SUBTOTAL	1,000,000		333,333
TOTALES	14,150,000		2,963,333
INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO			
Capital de trabajo	36,355,755		
Inventarios	0		
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	50,505,755		

Fuente: matriz

modelo financiero DOTCO.

9.2.1. ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos están representados en muebles y enseres y en equipos de cómputo por un valor de \$13.150.000 correspondiente al 26% de la inversión inicial.

9.2.2. ACTIVOS DIFERIDOS

El activo diferido para DOTCO son algunas licencias de cómputo como son el antivirus y algunos programas de Microsoft por la suma de \$1.000.000.

9.3. FLUJO DE INGRESOS

Los ingresos de DOTCO están representados en la venta de 6 líneas de productos los cuales constituyen una entrada de \$449.258.621 para el primer año de funcionamiento. El crecimiento en ventas es del 30% para el segundo año con unas ventas de \$604.068.649 y se estima un ingreso financiero adicional de \$5.780.947 por excedentes de caja. Los siguientes 3 años tienen un incremento porcentual por encima al del segundo año en ingresos por ventas y por rendimientos financieros.

En general los ingresos de DOTCO cubren la operación de la empresa, pagan los préstamos y deja utilidad para recapitalizar la empresa y repartir utilidades a los socios (TABLA 23).

TABLA 23. FLUJO DE INGRESOS DOTCO

DOTCO					
INGRESOS					
	2014	2015	2016	2017	2018
Batas	116,379,310	156,482,457	243,244,155	302,050,862	374,530,987
Camisetas	125,000,000	168,073,750	261,262,241	324,425,000	402,274,023
Pantalones	103,189,655	138,747,778	215,676,484	267,818,431	332,084,142
Overoles	50,689,655	68,156,803	105,946,343	131,559,931	163,129,052
Gorros	30,000,000	40,337,700	62,702,938	77,862,000	96,545,766
Tapabocas	24,000,000	32,270,160	50,162,350	62,289,600	77,236,612
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	449,258,621	604,068,649	938,994,511	1,166,005,824	1,445,800,582
Ingresos financieros	0	5,780,947	16,583,513	42,682,268	80,864,145
TOTAL INGRESOS	449,258,621	609,849,595	955,578,024	1,208,688,092	1,526,664,727

Fuente: matriz modelo financiero DOTCO.

9.4. FLUJO DE EGRESOS

El flujo de egresos para DOTCO para el año 2014 es de \$421.169.603, representados en un 64% en costos variables, 35% en gastos administrativos y 1% en gastos financieros. Los costos fijos son cero pesos por no tener operación directa. De los gastos totales la nómina representa el 63%.

El aumento de egresos es del 24,8% para el segundo año, para el tercer año es del 42,8% y manteniéndose similar para los años siguientes en 19%.

Los gastos financieros tienden a disminuir en el tiempo, lo cual nos permite requerir a otro préstamo en caso de ser necesario para capitalizar la empresa o para responder a un crecimiento mayor al estimado (TABLA 24).

TABLA 24. FLUJO DE EGRESOS DOTCO

DOTCO					
EGRESOS					
	2014	2015	2016	2017	2018
Costos variables	269,555,172	362,441,189	563,396,707	699,603,494	867,480,349
Costos fijos	0	0	0	0	0
TOTAL COSTOS	269,555,172	362,441,189	563,396,707	699,603,494	867,480,349
Gastos operativos	148,386,353	160,396,011	184,994,278	189,771,254	205,312,658
Gastos de Constitución	600,000	0	0	0	0
Honorarios contador	7,392,000	7,645,546	7,923,079	8,198,802	8,471,822
Servicios públicos Energía y agua	3,000,000	3,102,900	3,215,535	3,327,436	3,438,240
Internet- telefonía	3,840,000	3,971,712	4,115,885	4,259,118	4,400,947
Mantenimientos de equipos	600,000	620,580	643,107	665,487	687,648
Arrendamiento	14,400,000	14,893,920	15,434,569	15,971,692	16,503,550
Gastos legales	3,600,000	3,723,480	3,858,642	3,992,923	4,125,887
Papelería	420,000	434,406	450,175	465,841	481,354
Dotación uniformes	600,000	620,580	643,107	665,487	687,648
Alarma	900,000	930,870	964,661	998,231	1,031,472
Asesor Comercial (Comisiones)	6,528,000	6,751,910	6,997,005	7,240,501	7,481,609
Gasto por depreciación	2,630,000	2,630,000	2,630,000	2,630,000	2,630,000
Gasto por amortización	333,333	333,333	333,333	0	0
Gasto por impuestos	1,245,741	3,417,583	4,846,844	6,737,534	8,323,185
Gasto por publicidad	6,738,879	9,071,702	23,533,523	17,555,052	21,791,728
Gasto por salarios	95,558,400	102,247,488	109,404,812	117,063,149	125,257,569
Gastos financieros	3,228,077	2,651,849	2,006,473	1,283,652	474,093
TOTAL GASTOS	151,614,430	163,047,859	187,000,751	191,054,906	205,786,751
TOTAL EGRESOS	421,169,603	525,489,048	750,397,458	890,658,400	1,073,267,100

Fuente: matriz modelo financiero DOTCO.

9.5. FUENTES DE FINANCIACIÓN Y SERVICIO DE LA DEUDA

La inversión total que DOTCO requiere para comenzar sus operaciones es de \$50.505.755. El aporte inicial de capital de los socios es de \$20.000.000 repartidos en proporciones del 50% por cada uno. Los \$30.505.755 restantes se conseguirán a través de un préstamo con una tasa del 12% EA y a un plazo de 60 meses, el cual representa una cuota de \$669.165 mensual (TABLA 25).

TABLA 25. PLAN DE AMORTIZACIÓN DOTCO

DOTCO	
PLAN DE AMORTIZACIÓN	
VALOR PRESTAMO	30,505,755
PLAZO	60
TASA	0.949%
CUOTA MES	669,165

CUOTA	INICIAL	INTERES	CAPITAL	SALDO
año 1		3,228,077	4,801,903	
Año 2		2,651,849	5,378,131	
Año 3		2,006,473	6,023,507	
Año 4		1,283,652	6,746,328	
Año 5		474,093	7,555,887	

Fuente: matriz modelo financiero DOTCO.

9.6. ESTADOS FINANCIEROS

9.6.1. ESTADO DE RESULTADOS

La utilidad neta de DOTCO es positiva en el tiempo, para el primer año es del 4% hasta llegar al quinto año con un 21%. Esta rentabilidad asegura que la inversión de los accionistas puede ser recuperada a partir del segundo año.

La utilidad operativa es del 7% para el primer año hasta llegar al 26% en el quinto año, lo cual confirma que la operación del negocio es viable (TABLA 26).

TABLA 26. ESTADO DE RESULTADOS DOTCO

DOTCO					
ESTADO DE RESULTADOS					
Concepto	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas	449,258,621	604,068,649	938,994,511	1,166,005,824	1,445,800,582
Costos	269,555,172	362,441,189	563,396,707	699,603,494	867,480,349
Utilidad Bruta	179,703,448	241,627,460	375,597,804	466,402,330	578,320,233
Gastos operativos	148,386,353	160,396,011	184,994,278	189,771,254	205,312,658
Utilidad antes impuestos e intereses	31,317,095	81,231,449	190,603,526	276,631,076	373,007,575
Gastos financieros	3,228,077	2,651,849	2,006,473	1,283,652	474,093
Ingresos financieros	0	5,780,947	16,583,513	42,682,268	80,864,145
Utilidad antes de impuestos	28,089,018	84,360,547	205,180,566	318,029,692	453,397,627
Impuestos	9,269,376	27,838,980	67,709,587	104,949,798	149,621,217
Utilidad neta	18,819,642	56,521,566	137,470,979	213,079,893	303,776,410

Fuente: matriz modelo financiero DOTCO.

9.6.2. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo inicial para garantizar la operación de DOTCO durante sus primeros 3 meses de funcionamiento es de \$36.355.755, con este monto se calcula pagar todo lo correspondiente a los gastos operativos como son la nómina y el arriendo, entre otros.

La recolección de cartera está estimada para 30 días a partir de la fecha de la entrega de la mercancía, por lo cual mientras se hace las primeras ventas efectivas y transcurre el mes de la cartera se calculan los 3 meses antes mencionados para que comience el flujo de efectivo a rotar.

9.7. MEZCLA FINANCIERA

La mezcla financiera utilizada en la implementación del proyecto es del 40% con recursos propios o patrimonio y del 60% con recursos del pasivo.

9.8. BALANCE GENERAL

Los activos corrientes de DOTCO están representados en el tiempo principalmente por las inversiones temporales debido a que la empresa no maneja ningún tipo de inventario.

Con respecto a los pasivos las obligaciones financieras tienen un gran peso al inicio de la operación, mientras que los impuestos toman peso a medida que transcurre el tiempo.

El patrimonio tiene un crecimiento exponencial en el tiempo debido a las utilidades obtenidas (TABLA 27).

TABLA 27. BALANCE GENERAL DOTCO

DOTCO						
BALANCE GENERAL						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Activos corrientes						
Disponibles	36,355,755	11,500,000	11,500,000	11,500,000	11,500,000	11,500,000
Inversiones temporales		36,130,916	103,646,955	266,764,172	505,400,906	839,596,355
Deudores (cuentas por cobrar)		37,438,218	50,339,054	78,249,543	97,167,152	120,483,382
Inventarios	0	0	0	0	0	0
Otros activos						
Total activo corriente	36,355,755	85,069,135	165,486,009	356,513,715	614,068,058	971,579,737
Activos de largo plazo						
Muebles y enseres	7,710,000	7,710,000	7,710,000	7,710,000	7,710,000	7,710,000
Maquinaria y equipo	0	0	0	0	0	0
Vehículos	0	0	0	0	0	0
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Edificaciones	0	0	0	0	0	0
Equipo de computación	5,440,000	5,440,000	5,440,000	5,440,000	5,440,000	5,440,000
Depreciación acumulada	0	(2,630,000)	(5,260,000)	(7,890,000)	(10,520,000)	(13,150,000)
Software e intangibles	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
Amortización acumulada	0	(333,333)	(666,667)	(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)
Total activos no corrientes	14,150,000	11,186,667	8,223,333	5,260,000	2,630,000	0
Total activos	50,505,755	96,255,801	173,709,343	361,773,715	616,698,058	971,579,737
Pasivos corrientes						
Proveedores	0	22,462,931	30,203,432	46,949,726	58,300,291	72,290,029
Impuesto por pagar		9,269,376	27,838,980	67,709,587	104,949,798	149,621,217
Obligaciones financieras corrientes	4,801,903	5,378,131	6,023,507	6,746,328	7,555,887	0
Total pasivos corrientes	4,801,903	37,110,438	64,065,920	121,405,640	170,805,976	221,911,246
Pasivos no corrientes						
Obligaciones financieras no corrientes	25,703,852	20,325,721	14,302,214	7,555,887	0	0
Total pasivos no corrientes	25,703,852	20,325,721	14,302,214	7,555,887	0	0
Total pasivos	30,505,755	57,436,159	78,368,134	128,961,527	170,805,976	221,911,246
Patrimonio						
Capital	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000
Reserva Legal	0	0	1,881,964	7,534,121	21,281,219	42,589,208
Utilidades retenidas	0	0	16,937,678	67,807,088	191,530,969	383,302,873
Utilidad del periodo	0	18,819,642	56,521,566	137,470,979	213,079,893	303,776,410
Total patrimonio	20,000,000	38,819,642	95,341,209	232,812,188	445,892,081	749,668,491
Total pasivo y patrimonio	50,505,755	96,255,801	173,709,343	361,773,715	616,698,058	971,579,737

Fuente: matriz modelo financiero DOTCO.

9.9. FLUJO DE CAJA Y EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

El flujo de caja de DOTCO es positivo desde el primer año evidenciando una vez más que la operación es rentable, la cual cubre todos los costos y gastos, además de los impuestos.

La tasa interna de retorno (TIR) del 137,14% está muy por encima del costo promedio ponderado de capital (WACC) con un 9,97%, lo cual nos indica que la DOTCO genera valor, siendo su valor presente neto (VPN) de \$480.162.559.

Con respecto al flujo de caja libre de los inversionistas donde la tasa mínima de retorno esperada (TMRR) es del 15%, se obtiene una TIR del 230,01%.

En conclusión podemos decir que DOTCO es una empresa viable en el tiempo (TABLA 28).

TABLA 28. FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

DOTCO						
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
Concepto	2014	2015	2016	2017	2018	
Ventas	449,258,621	604,068,649	938,994,511	1,166,005,824	1,445,800,582	
Costos	269,555,172	362,441,189	563,396,707	699,603,494	867,480,349	
Gastos operativos	148,386,353	160,396,011	184,994,278	189,771,254	205,312,658	
Utilidad operativa	31,317,095	81,231,449	190,603,526	276,631,076	373,007,575	
Impuesto de renta operativo		10,334,641	26,806,378	62,899,164	91,288,255	
Beneficio fiscal financiero		-1,065,265	1,032,602	4,810,423	13,661,543	
Utilidad operativa despues de impuestos	31,317,095	71,962,073	162,764,546	208,921,489	268,057,776	
Depreciación y amortización	2,963,333	2,963,333	2,963,333	2,630,000	2,630,000	
Flujo de caja bruto operativo	-50,505,759	34,280,428	74,925,406	165,727,879	211,551,489	270,687,776
TIR DEL PROYECTO	137.14%					
WACC DEL PROYECTO	9.97%					
VPN DEL PROYECTO	480,162,559					
Reposición de capital de trabajo		5,160,334	11,164,195	7,567,044	9,326,492	
Reposición de activos fijos		0	0	0	0	
Servicio de la deuda	4,801,903	5,378,131	6,023,507	6,746,328	7,555,887	
Gastos financieros	3,228,077	2,651,849	2,006,473	1,283,652	474,093	
Flujo de caja libre inversionista	-20,000,000	26,250,449	61,735,092	146,533,704	195,954,466	253,331,305
TIR DEL INVERSIONISTA	230.01%					
TMRR	15.00%					
VPN	663,805,016					

Fuente: matriz modelo financiero DOTCO.

9.10. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio para DOTCO en su primer año de funcionamiento debe ser de \$402.209.515 en ventas para cubrir todos los costos y gastos incluidos en la operación, donde el número de unidades mínimas a vender es de 34.916 a un precio de venta promedio de \$11.519 (TABLA 29).

TABLA 29. PUNTO DE EQUILIBRIO – PRIMER AÑO DOTCO

PUNTO DE EQUILIBRIO - PRIMER AÑO			
COSTOS FIJOS:	2014	PRECIO DE VENTA	2014
Costos fijos	0	Precio de venta promedio	11,519
Gastos operativos	148,386,353	PRECIO DE VENTA UNITARIO	11,519
Gastos financieros	3,228,077	PUNTO DE EQUILIBRIO	2014
Impuestos	9,269,376	EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - ANUAL	34,916
TOTAL COSTOS FIJOS	160,883,806	EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - MENSUAL	2,910
COSTOS VARIABLES	2014	EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - ANUAL	402,209,515
Costo variable promedio	6,912	EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - MENSUAL	33,517,460
TOTAL COSTOS VARIABLES	6,912		

Fuente: matriz modelo financiero DOTCO.

9.11. ÍNDICES FINANCIEROS

Como indicadores financieros se analiza a continuación:

9.11.1. LIQUIDEZ

La razón del corriente para DOTCO es incremental en el tiempo, siendo para el año 2014 de 2,29, lo cual indica que los activos de corto plazo tienen como pagar los pasivos de corto plazo donde por cada peso que se tiene como deuda se tiene en activos \$2,29 para cubrirla.

DOTCO es una empresa con una alta solidez donde se tiene la suficiente palanca para cubrir todas sus deudas y generar excedentes ya sea para reinversión en la operación o para generar rendimientos para sus socios.

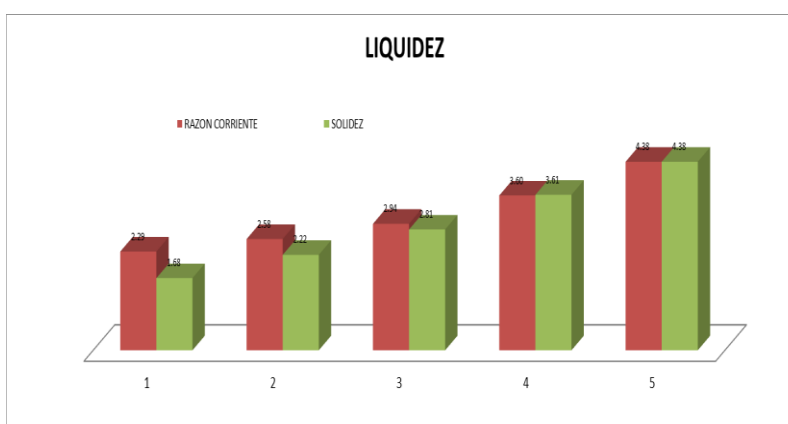
Como capital de trabajo se tiene para 2014 \$47.958.697 y para 2018 \$749.668.491 (TABLA 30 y GRÁFICO 20).

TABLA 30. INDICADORES FINANCIEROS DE LIQUIDEZ Y ACTIVIDAD

DOTCO						
INDICADORES FINANCIEROS DE LIQUIDEZ Y ACTIVIDAD						
LIQUIDEZ	FORMULA DE CALCULO	2014	2015	2016	2017	2018
RAZON CORRIENTE	$\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$	2.29	2.58	2.94	3.60	4.38
SOLIDEZ	$\frac{\text{ACTIVO TOTAL}}{\text{PASIVO TOTAL}}$	1.68	2.22	2.81	3.61	4.38
CAPITAL DE TRABAJO	ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CTE	47,958,697	101,420,090	235,108,075	443,262,081	749,668,491

Fuente: matriz modelo financiero DOTCO.

GRÁFICA 20. ÍNDICES DE LIQUIDEZ



Fuente: matriz modelo financiero DOTCO.

9.11.2. RENTABILIDAD

Los índices de rentabilidad de DOTCO son bastante estables en el tiempo:

- El margen bruto se conserva en el 40%.
- El margen operacional tiene un incremento de 19 puntos en los 5 años de funcionamiento.
- El margen neto de utilidad se incrementa en el tiempo.

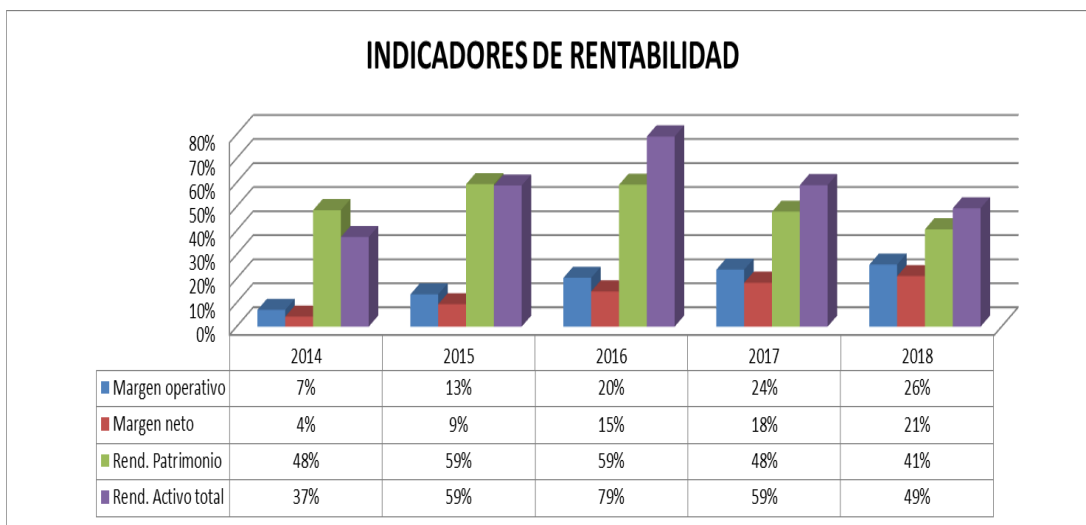
- El rendimiento del patrimonio disminuye por el mismo efecto que tiene el aumento del patrimonio en el tiempo.
- El rendimiento del activo es bastante estable por ser pocos los activos que se tienen (TABLA 31 y GRÁFICO 21).

TABLA 31. INDICADORES DE RENTABILIDAD

DOTCO						
INDICADORES DE RENTABILIDAD						
INDICADORES DE RENTABILIDAD	FORMULA DE CALCULO	2014	2015	2016	2017	2018
MARGEN BRUTO	$\frac{\text{RESULTADO BRUTO}}{\text{VENTAS}}$	40%	40%	40%	40%	40%
MARGEN OPERACIONAL	$\frac{\text{RESULTADO OPERACIONAL}}{\text{VENTAS}}$	7%	13%	20%	24%	26%
MARGEN NETO DE UTILIDAD	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{VENTAS}}$	4%	9%	15%	18%	21%
RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{PATRIMONIO}}$	48%	59%	59%	48%	41%
RENDIMIENTO DEL ACTIVO	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	37%	59%	79%	59%	49%

Fuente: matriz modelo financiero DOTCO.

GRÁFICO 21. INDICADORES DE RENTABILIDAD



Fuente: matriz modelo financiero DOTCO.

9.11.3. ENDEUDAMIENTO

El índice de endeudamiento de DOTCO tiende a disminuir en el largo plazo con respecto al activo, observándose su mayor nivel en el primer año como consecuencia del préstamo financiero que se tomó para comenzar la operación, convirtiéndose después de 5 años en sólo un endeudamiento a corto plazo con los proveedores.

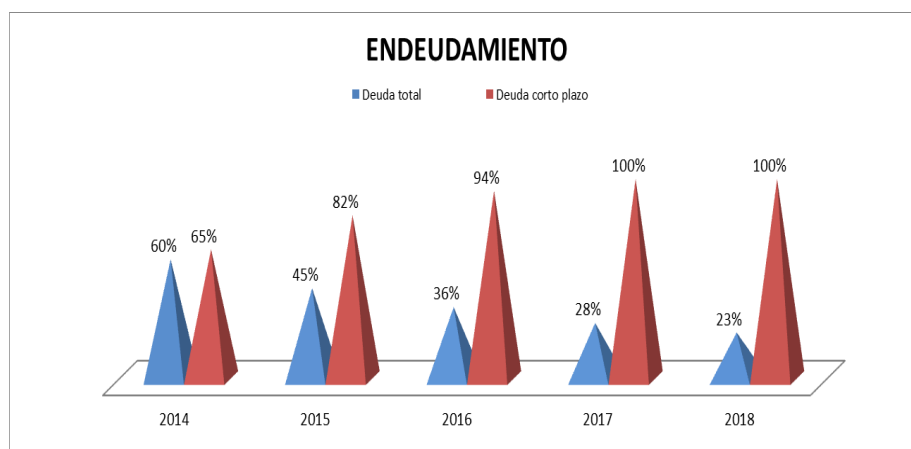
El patrimonio tiende a aumentar en el tiempo, por lo tanto la deuda está cada vez más apalancada por el mismo (TABLA 32 y GRÁFICO 22).

TABLA 32. INDICADORES FINANCIEROS DE ENDEUDAMIENTO DOTCO

DOTCO						
INDICADORES FINANCIEROS DE ENDEUDAMIENTO						
ENDEUDAMIENTO	FORMULA DE CALCULO	2014	2015	2016	2017	2018
INDICE DE ENDEUDAMIENTO	$\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	59.67%	45.11%	35.65%	27.70%	22.84%
ENDEUDAMIENTO A CORTO PLAZO	$\frac{\text{PASIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO TOTAL (o Activo Total)}}$	64.61%	81.75%	94.14%	100.00%	100.00%
PATRIMONIO A PASIVOS	$\frac{\text{PATRIMONIO}}{\text{PASIVO TOTAL}}$	0.68	1.22	1.81	2.61	3.38

Fuente: matriz modelo financiero DOTCO.

GRÁFICO 22. ENDEUDAMIENTO DOTCO



Fuente: matriz modelo financiero DOTCO.

9.11.4. GENERACIÓN DE VALOR

El capital de trabajo neto operativo de DOTCO es positivo e incremental en el tiempo indicando que con la cartera que se tiene hay para cubrir las cuentas por pagar.

El rendimiento del activo crece con el crecimiento de la utilidad al mantenerse constantes los activos.

El rendimiento del patrimonio disminuye en el tiempo por ser cada vez mayor el patrimonio de los socios, por lo tanto si se quiere incrementar este índice se tienen 2 posibilidades: repartir utilidades para disminuir el patrimonio o crecer el capital de trabajo para crecer las ventas y por ende la utilidad antes de pagar impuestos.

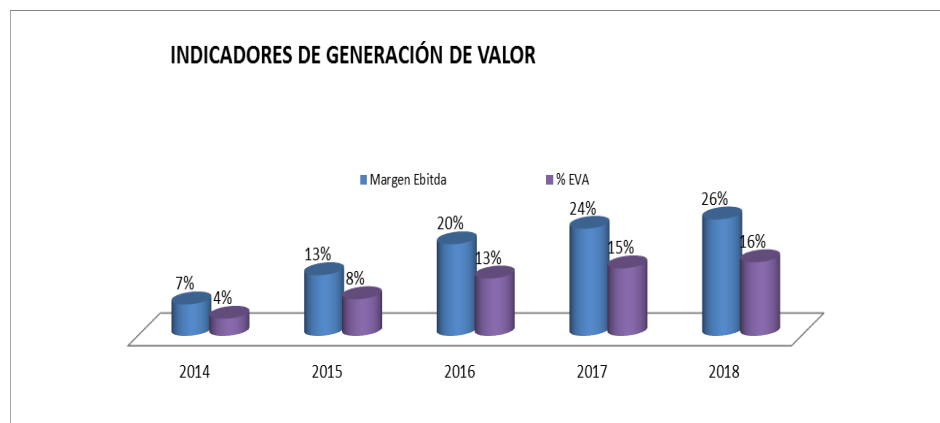
Tanto el EBITDA como el valor económico agregado (EVA) son incrementales en el tiempo demostrando la buena operación del negocio y generando utilidad (riqueza) a sus inversionistas (TABLA 33 y GRÁFICO 23).

TABLA 33. INDICADORES DE GENERACIÓN DE VALOR

DOTCO						
INDICADORES DE GENERACIÓN DE VALOR						
INDICADORES DE VALOR	FORMULA DE CALCULO	2014	2015	2016	2017	2018
KTNO	$C \times C + \text{Inventarios} - C \times P$	14,975,287	20,135,622	31,299,817	38,866,861	48,193,353
PKT	$KTNO / \text{INGRESOS}$	3.33%	3.33%	3.33%	3.33%	3.33%
ROA (RENDIMIENTO ACTIVO)	$\frac{UAI}{\text{ACTIVOS NETOS OPERATIVOS}}$	64.41%	138.71%	228.24%	277.19%	309.59%
ROI (RENDIMIENTO PATRIMONIO)	$\frac{UAI}{\text{PATRIMONIO}}$	72.36%	88.48%	88.13%	71.32%	60.48%
MARGEN EBITDA	$\frac{\text{EBITDA}}{\text{INGRESOS}}$	6.97%	13.45%	20.30%	23.72%	25.80%
COSTO PROMEDIO PONDERADO		8.20%	9.17%	9.97%	10.94%	11.57%
RAN	$\frac{UODI}{\text{ACTIVOS OPERACIÓN}}$	43.15%	92.94%	152.92%	185.72%	207.43%
EVA	$UODI - \text{ACTIVOS} \times CK$	16,996,951	49,052,802	119,377,795	174,421,042	235,970,374
EVA	$\text{ACTIVOS} \times (RAN - CK)$	16,996,951	49,052,802	119,377,795	174,421,042	235,970,374
% EVA	EVA / VENTAS	3.78%	8.12%	12.71%	14.96%	16.32%

Fuente: matriz modelo financiero DOTCO.

GRÁFICO 23. INDICADORES DE GENERACIÓN DE VALOR DOTCO



Fuente: matriz modelo financiero DOTCO.

10. CONCLUSIONES FINALES

DOTACIONES DE COLOMBIA (DOTCO) es un plan de negocio que, de acuerdo con las particularidades de la investigación, es rentable para los participantes en la sociedad de trabajo no solo desde una visión de ganancia monetaria, sino también como un beneficio que aporta a nuestra comunidad industrial, desde la visión de orden y sincronización requeridos en procesos productivos que tienen un alto impacto en el sistema económico general.

Por el modelo de negocio y el sistema de comercialización, la proyección de utilidad neta de DOTCO para el primer año es de \$ 18.819.642, con un crecimiento del 30% en el segundo año, y del 50% en el tercero.

DOTCO está en la capacidad de generar una tasa interna de retorno del proyecto (TIR) del 137,14%, que se encuentra por encima del Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) de la empresa, el cual es del 9,97% y tiene un valor presente neto (VPN) de \$ 480.162.559.

El proyecto se considera viable luego de analizar los datos anteriores y, teniendo en cuenta que el TIR del inversionista es del 230,01%, cifra muy superior a la tasa mínima de retorno esperada por los socios (TRMM) del 15% y con un valor presente neto de \$ 663.805.016, generando riqueza a los inversionistas.

11. ANEXOS

11.1 MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL



Manual de Identidad Visual

Logo / Variaciones



Planimetría



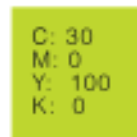
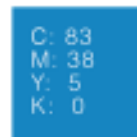
Aplicaciones



Tamaño mínimo



Paleta de Color



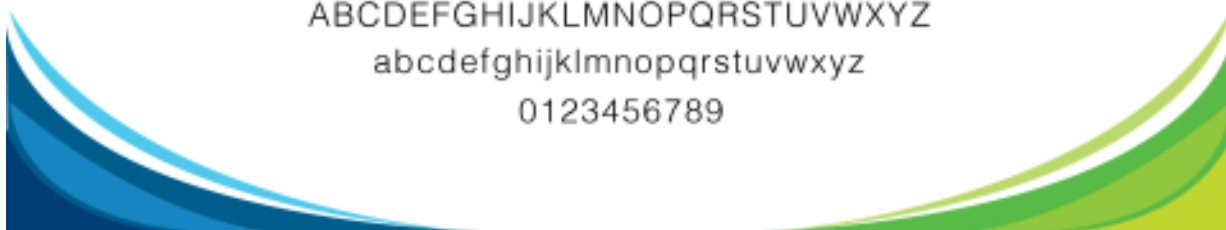
Tipografía corporativa

Helvetica

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789



Usos incorrectos



Inclinación



Cambio de tipografía



Mal aplicado



Fondos



Fondos



Tarjetas Personales



Etiqueta y marquilla



11.2 INSTRUMENTO INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

INVESTIGACION DE MERCADO									
BUENOS DIAS/TARDES, MI NOMBRE ES: MATEO/GLORIA SOY ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD CES, ME PODRIA REGALAR 3 MINUTOS DE SU TIEMPO?									
FECHA		SECTOR							
1. SUMINISTRA SU EMPRESA DOTACION AL PERSONAL OPERATIVO									
SI		NO							
2. ¿CUANTAS PERSONAS APROXIMADAMENTE UTILIZAN DOTACION ?									
3. LA DOTACION DE SU EMPRESA ES PARA :									
MUJER		HOMBRE		MIXTO					
4. QUE PREFIERE SU EMPRESA CUANDO ADQUIERE LOS UNIFORMES?									
Marque 1 opcion									
CALIDAD		FACILIDAD DE PAGO		PRECIO		DISEÑO			
5. QUE ES LO MEJOR QUE LE OFRECE SU PROVEEDOR?									
Marque 1 opcion									
CALIDAD		PRECIO		SERVICIO		CUMPLIMIENTO		DISEÑO	
6. ¿SU PROVEEDOR DE DOTACIONES LE BRINDA ASESORIA?									
SI		NO							
7. QUE TIPO DE UNIFORMES UTILIZA SU EMPRESA? MARQUE X									
PANTALON		BATA		JEANS		DELANTAL			
BOMBACHO		TAPABOCAS		OVEROL		GORROS			
CAMISETA		GORRA		CAMISA		ZAPATOS			
8. ¿USTED DECIDE EL MATERIAL DE LOS UNIFORMES?									
SI		NO							

9.	¿TIENE EN CUENTA EL AMBIENTE LABORAL PARA ELEGIR MATERIALES DE LOS UNIFORMES?			
	SI		NO	
10.	¿CUAL DE ESTOS MATERIALES PREFIERE?			
	Marque 1 opcion			
	100% ALGODÓN		NO TEJIDOS	
	100% POLIESTER		IMPERMEABLES	
	MEZCLA POL - ALG		TERMICOS	
	PLASTICO		MALLA	
11.	COMO ADQUIERE LA EMPRESA LAS DOTACIONES?			
	COMPRA		CONFECCIONA	
12.	¿QUE MEDIO DE COMPRA UTILIZA SU EMPRESA?			
	PUNTO DE VENTA		TELEFONO	
	ASESOR COMERCIAL		INTERNET	
13.	¿ COMO PREFIEREN ELEGIR LAS DOTACIONES?			
	CON MUESTRA FISICA			
	CATALOGO			
14.	CON CUANTO TIEMPO PROGRAMA SU EMPRESA LA COMPRA DE LA DOTACION?			
	15 DIAS		1 MES	
			2 MESES	
15.	CUAL DE LAS SIGUIENTES OPCIONES PREFIERE PARA LA DOTACION?			
	BLANCA		ESTAMPADO	
	COLORES		BORDADO	
			DISEÑO PERSONALIZADO	
16.	¿CUANTO PAGA USTED EN PROMEDIO POR CADA DOTACION?			
	MENOS DE \$ 15.000		\$35.000 - \$45.000	
	\$15.000 - \$25.000		\$ MAS DE \$45.000	
	\$ 25.000 - \$35.000			
17.	¿ESTARIA DISPUESTO A CAMBIAR DE PROVEEDOR?			
	SI		NO	
			NO SABE	
MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO				

11.3. LISTA DE PRECIOS

		 DOTACIONES DE COLOMBIA	
LISTA DE PRECIOS 2014-1			
PRODUCTO BASICO			
ARTICULO	MATERIAL	PRECIO	PRECIO + IVA
BATA	Dacrón	\$ 23.276	\$ 27.000
CAMISETA	Lacoste	\$ 25.000	\$ 29.000
OVEROL CREMALLERA	Dril	\$ 42.241	\$ 49.000
PANTALON	Dril	\$ 27.155	\$ 31.500
GORRO	Malla	\$ 2.500	\$ 2.900
TAPABOCAS	Pol-Alg	\$ 2.000	\$ 2.320

12. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

- Accounter (2013). *Normatividad y sanciones*. Obtenidas el 18 de agosto de 2013 de <http://accounter.co/normatividad/conceptos/8837-dotaciones-y-sanciones.html>
- Álvarez, A. C.; Mejía, C. A.; y Guerra, C. (2012). *La tribuna, plan de empresa*. Consultado en enero de 2014.
- ANDI (2010) Sector textil Confecciones en Colombia, obtenido el 09 de Abril del 2013 de <http://observatorioeconomico.inexmoda.org.co/Portals/0/Documentos/Biblioteca/ANDI%20092010%20Sector%20Textil%20Confecciones%20en%20Colombia%202001-2010.pdf>
- ANDI (2013). Balance 2012 y perspectivas 2013 diciembre 2012, Obtenido el 09 de abril del 2013 de <http://www.larepublica.co/sites/default/files/larepublica/andi.pdf>
- Calderón, Ricardo (2008). *Capital de trabajo neto operativo*. Obtenida el 23 de septiembre de 2013, de <http://gerenciafin01.blogspot.com/2009/02/ktno.html>
- Cámara de Comercio de Bogotá (s. f.). *El ABC de las Sociedades por Acciones Simplificadas (S. A. S.)*. Obtenida el 17 de marzo de 2013 de <http://www.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=132&conID=4168>
- Cámara de Comercio de Medellín (2013). *Creación de empresas*. Obtenida el 23 de mayo de 2013, de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Servicios-Empresariales/Creacion-de-empresas.aspx>
- Correa, Giovanni (2013). *Plan de Empresa* (presentación en PowerPoint no publicada).
- DANE (2013). Desempeño del sector del sector textil-confección 2008-2012 , obtenido el 28 de Octubre de 2013 de, http://www.dgeec.gov.py/Publicaciones/Biblioteca/Final%201er%20tri%202013/Boletin_ECE-1er%20trim2013.pdf

- DANE (2013). *Estadísticas regionales - base 2011* (boletín de prensa). Obtenidas el 20 de septiembre de 2013, de <http://www.DANE.gov.co/index.php/estadisticas-regionales/informe-de-coyuntura-economica-regional-icer>
- DANE (2013). Mercado laboral por parentesco Trimestre enero – marzo de 2013, Obtenida el 18 de mayo de 2013, de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/especiales/parentesco/Bol_p_ar_trim_ene_mar13.pdf
- DANE (2013). *Producto Interno Bruto - Cuarto trimestre y total anual 2011* (comunicado de prensa). Obtenida el 16 de marzo de 2013, de http://www.DANE.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_IVtrim11.pdf
- DANE (8 de octubre, 2012). *Cuentas departamentales - Base 2005* (boletín de prensa). Obtenido el 15 de marzo de 2013, de http://www.DANE.gov.co/files/investigaciones/pib/departamentales/B_2005/Resultados_2011.pdf
- e-conomic (2014). *Definición de benchmarking* obtenida el 26 de febrero de 2014, de <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-de-benchmarking>
- Emprendimiento simple (2013). *Pasos para crear una empresa en Colombia*. Obtenido en agosto de 2013, de <http://emprendimientosimple.blogspot.com/2009/04/pasos-para-crear-una-empresa-en.html>
- Empresario (2013). *Programa de emprendimiento regional*. Obtenido el 25 de septiembre de 2013, de <http://www.empresario.com.co/recursos/be/portalninos/contenido/doc3conocelospasosparacrearempresa.pdf>
- Gerencie.com (2013). *¿La dotación de un empleado operativo debe ser diferente de uno administrativo?* Obtenido el 18 de julio de 2013, de <http://www.gerencie.com/la->

[dotacion-para-un-empleado-operario-debe-ser-diferente-a-la-de-un-administrativo.html](#)

Gerencie.com (2013). *Aspectos generales de la dotación*. Obtenido el 12 de junio de 2013, de <http://www.gerencie.com/aspectos-generales-sobre-la-dotacion.html>

Google Maps (2013). *Mapa de Itagüí (Antioquia, Colombia)*. Obtenido de el 30 de noviembre de 2013, de <https://www.google.com/maps/@6.1732968,-75.6064761,14z?hl=en>

Grupo Bancolombia (enero, 2014). *Tabla macroeconómicos proyectados*. Obtenido de <http://investigaciones.bancolombia.com/inveconomicas/sid/30519/2014011415410149.pdf>

http://www.DANE.gov.co/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=143

<http://www.gerencie.com/aspectos-generales-sobre-la-dotacion.html>

<http://www.larepublica.co/economia>

http://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpccontent/Sites/Portal%20Ingles/Secciones/Informacion%20General/Document/Portafolio_ciudad%20-%20Portfolio%20city.pdf

Onsalus (2014). *¿Tienes una pregunta médica?* Obtenido el 26 de febrero de 2014, de <http://www.onsalus.com/diccionario/ortesisico/20976>

Proexport (2013). *Tratado de libre comercio entre Colombia y Estados Unidos*, obtenido el 9 de Abril de 2013, de <http://www.proexport.com.co/tlc-usa>

Requisitos que un establecimiento de comercio debe cumplir para poder abrir al público (s. f.). Obtenido el 30 de agosto de 2013, de <http://www.gerencie.com/requisitos-que-un-establecimiento-de-comercio-debe-cumplir-para-poder-abrir-al-publico.html>

Sociedades por Acciones Simplificadas (S. A. S.) (s. f.). Obtenida el 20 mayo de 2013, de
http://emprendimiento.sena.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=9&Itemid=3

www.dane.gov.co