

EMPRENDIMIENTO DE LA MARCA JUMASO

MANUELA HERNÁNDEZ CARDONA

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO

MEDELLÍN

MAYO

2022

EMPRENDIMIENTO DE LA MARCA JUMASO EN MEDELLÍN

MANUELA HERNÁNDEZ CARDONA

ASESOR:

MARIA MAGDALENA MENA TABORDA

ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

ESPECIALISTA EN ANALISIS Y DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL

**EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL PRESENTADO COMO REQUISITO
PARA OPTAR AL TÍTULO DE PROFESIONAL EN GESTIÓN DEL DISEÑO**

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO

MAYO 2022

TABLA DE CONTENIDO

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | PLATAFORMA ESTRATÉGICA..... | 9 |
| 1.1 | MISIÓN..... | 9 |
| 1.2 | VISIÓN | 9 |
| 1.3 | VALORES CORPORATIVOS..... | 10 |
| 1.4 | OBJETIVOS..... | 11 |
| 1.4.1 | Objetivo General | 11 |
| 1.4.2 | Objetivos Específicos | 11 |
| 2 | MÓDULO DE MERCADOS | 12 |
| 2.1 | JUSTIFICACIÓN O PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 12 |
| 2.1.1 | Problemática..... | 15 |
| 2.2 | ANTECEDENTES DEL PROBLEMA | 15 |
| 2.2.1 | ¿Desde Cuándo Existe El Problema O Necesidad?..... | 16 |
| 2.2.2 | ¿Cómo Ha Evolucionado?..... | 17 |
| 2.2.3 | ¿Qué Ocurriría Si Nada Se Hace Por Solucionarlo? | 20 |
| 2.3 | ANÁLISIS DEL SECTOR | 22 |
| 2.3.1 | Generalidades Del Sector Al Cual Pertenece El Producto | 22 |
| 2.3.2 | Desarrollo Tecnológico E Industrial Del Sector | 23 |
| 2.3.3 | Comportamiento Del Sector En Los Últimos 3 Años (Importaciones, Exportaciones) | 27 |

| | | |
|--------|---|----|
| 2.3.4 | Evolución..... | 32 |
| 2.3.5 | Tendencia A Corto, Mediano Y Largo Plazo..... | 33 |
| 2.4 | ANÁLISIS DEL MERCADO..... | 36 |
| 2.4.1 | Diagnóstico De La Estructura Actual Del Mercado Nacional Y/O De Los Países Objetivos | 36 |
| 2.4.2 | Definición Del Mercado Objetivo | 40 |
| 2.4.3 | Justificación Del Mercado Objetivo..... | 40 |
| 2.4.4 | Estimación Del Mercado Potencial | 41 |
| 2.4.5 | Consumo Aparente | 41 |
| 2.4.6 | Consumo Per Cápita..... | 42 |
| 2.4.7 | Magnitud De La Necesidad, Otro..... | 43 |
| 2.4.8 | Estimación Del Segmento/ Nicho De Mercado (Tamaño Y Crecimiento) ... | 43 |
| 2.4.9 | Perfil Del Consumidor Y/O Del Cliente. | 44 |
| 2.4.10 | Importaciones Y Exportaciones Del Producto / Servicio A Nivel Nacional Y Mercados Objetivos (Países)..... | 45 |
| 2.4.11 | Relacione Los Productos Sustitutos Y Productos Complementarios | 45 |
| 2.5 | ANALISIS DE LA COMPETENCIA..... | 46 |
| 3 | ESTRATEGIAS DE MERCADO | 50 |
| 3.1 | CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO | 50 |
| 3.1.1 | Descripción Básica | 50 |

| | | |
|--------|---|----|
| 3.1.2 | Diseño y ficha técnica de los productos | 53 |
| 3.1.3 | Calidad..... | 57 |
| 3.1.4 | Empaque | 57 |
| 3.1.5 | Embalaje..... | 58 |
| 3.1.6 | Fortalezas Y Debilidades Del Producto O Servicio Frente A La Competencia 59 | |
| 3.1.7. | Materia Prima Que Se Utiliza En El Producto. | 60 |
| 3.2 | DISTRIBUCIÓN..... | 60 |
| 3.2.1 | Que Canal De Distribución | 60 |
| 3.2.2 | Métodos De Despacho Y Transporte. | 61 |
| 3.2.3 | Costos Del Transporte Y Seguros | 62 |
| 3.2.4 | Política De Inventario De Producto Terminado | 63 |
| 3.3 | PRECIOS | 63 |
| 3.3.1 | Análisis Del Precio Con Respecto A La Competencia. | 64 |
| 3.3.2 | Precio De Lanzamiento. | 64 |
| 3.3.3 | Punto De Equilibrio Pesos (Costos Fijos/ (1-Costos Variables/Ingresos)), Unidades (Costos Fijos/Precio De Venta - Costo Variable) (Margen De Contribución) | 65 |
| 3.3.4 | Condiciones De Pago | 66 |
| 3.3.5 | Impuesto A Las Ventas (A Que Régimen Pertenece La Empresa)..... | 67 |
| 3.3.6 | Estrategias A Utilizar Frente A Una Guerra De Precios | 67 |

| | | |
|--------|--|----|
| 3.3.7 | Método Utilizado Para La Definición Del Precio. | 68 |
| 3.4 | PROMOCIÓN..... | 68 |
| 3.4.1 | Descuentos Por Volumen O Pronto Pago..... | 68 |
| 3.4.2 | Manejo De Clientes Especiales | 68 |
| 3.4.3 | Costo y Descripción De La Promoción De Lanzamiento | 69 |
| 3.5 | COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD | 74 |
| 3.5.1. | Definición De Las Estrategias De Difusión Del Producto O Servicio, Medios, Tácticas Y Costos A Utilizar. | 74 |
| 3.6. | SERVICIOS | 76 |
| 3.6.1 | Procedimientos Para Otorgar Garantías Y Servicios Post Ventas | 76 |
| 3.6.2 | Servicio de venta a domicilio | 76 |
| 3.6.3 | Mecanismos De Atención A Clientes | 77 |
| 3.7 | PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADOS..... | 77 |
| 3.8 | ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO DE MATERIAS PRIMAS | 78 |
| 3.8.1 | Formas De Aprovisionamiento | 78 |
| 3.8.2 | Precios De Adquisición. | 78 |
| 3.8.3 | Política Crediticia | 79 |
| 3.8.4 | Descuento Por Pronto Pago O Volumen. | 80 |
| 3.8.5 | Plazos Que Se Tienen Para Otorgar Los Pagos..... | 80 |
| 3.9 | PROYECCIÓN DE VENTAS | 81 |

| | | |
|-------|--|----|
| 3.9.1 | Método Utilizado Para La Proyección De Ventas..... | 82 |
| 3.9.2 | Política De Cartera | 82 |
| 4 | MÓDULO OPERATIVO..... | 82 |
| 4.1 | OPERACIÓN..... | 82 |
| 4.1.1 | ¿Cuál Es El Valor Agregado Que Puede Generar A Sus Clientes? | 83 |
| 4.1.2 | Estado De Desarrollo..... | 84 |
| 4.1.3 | Descripción Del Proceso | 84 |
| 4.1.4 | Necesidades Y Requerimientos:..... | 85 |
| 4.1.5 | Plan De Producción..... | 85 |
| 4.2 | PLAN DE COMPRAS | 86 |
| 4.3 | COSTOS DE PRODUCCIÓN | 86 |
| 4.3.1 | Costos de la cantidad de unidades a producir inicialmente..... | 93 |
| 4.4 | INFRAESTRUCTURA..... | 93 |
| 4.4.1 | Infraestructura | 93 |
| 4.4.2 | Parámetros Técnicos Especiales..... | 94 |
| 5 | MÓDULO ORGANIZACIONAL..... | 95 |
| 5.1 | ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL | 95 |
| 5.1.1 | Análisis DOFA | 95 |
| 5.2 | ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... | 96 |
| 5.3 | ASPECTOS LEGALES | 98 |

| | | |
|--------|---|-----|
| 5.4 | COSTOS ADMINISTRATIVOS..... | 98 |
| 5.4.1 | Gastos De Personal..... | 99 |
| 5.4.2 | Gastos De Puesta En Marcha | 101 |
| 5.4.3 | Gastos Anuales De Administración..... | 101 |
| 6 | MÓDULO FINANCIERO | 102 |
| 6.1 | INGRESOS | 102 |
| 6.1.1 | Fuentes De Financiación | 102 |
| 6.1.2 | Formatos Financieros | 103 |
| 6.2 | EGRESOS | 103 |
| 6.3 | CAPITAL DE TRABAJO..... | 105 |
| 7 | PLAN OPERATIVO | 105 |
| 7.1 | CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES..... | 105 |
| 7.2 | METAS SOCIALES | 106 |
| 7.3 | IMPACTO ECONÓMICO, REGIONAL, SOCIAL Y AMBIENTAL | 108 |
| 7.3.1. | Impacto Económico..... | 108 |
| 7.3.2. | Impacto Regional | 109 |
| 7.3.3. | Impacto Social | 109 |
| 7.3.4 | Impacto Ambiental | 110 |
| 8. | ANEXOS | 111 |
| 9. | REFERENCIAS Y CIBERGRAFIAS | 112 |

1 PLATAFORMA ESTRATÉGICA

1.1 MISIÓN

Diseñar y elaborar lencería para el hogar con estilos únicos y personalizados aplicando la técnica del patchwork, generando un complemento innovador en la decoración del hogar y rediseñando los espacios. Contar con un portafolio amplio de productos que buscan satisfacer los diferentes gustos de los consumidores entre ellos se encuentran colchas, manteles, cortinas, cuadros y cojines, que generan un impacto positivo en el cuidado del medio ambiente con la adecuada reutilización de retales textiles.

1.2 VISIÓN

Jumaso será una empresa sólida en el mercado con líneas de negocio rentables, definidas y reconocidas en todo el territorio nacional por su gran calidad y diseños para el hogar con estilos únicos y personalizados aplicando la técnica del patchwork, convirtiéndola en uno de los 5 productos más vendidos del país en el sector textil manufacturero y por el impacto positivo generado en el cuidado del medio ambiente.

1.3 VALORES CORPORATIVOS

- **Creatividad:** Buscar de forma permanente y constante nuevas formas de hacer las cosas, de modo que se generen día a día nuevos diseños y estilos para la elaboración de los productos. Captando las tendencias y modas establecidas en el mercado.

- **Trabajo en equipo:** Generar compañerismo y solidaridad para lograr un ambiente sano de trabajo, cooperando juntos para cumplir la misión de la empresa y encaminarnos hacia el logro de nuestra visión.

- **Confianza:** Transmitir seguridad tanto en los empleados de la compañía como en nuestros clientes, con el fin de garantizar la calidad del producto y llegar a ser su mejor aliado.

- **Responsabilidad:** Capacidad de responder correcta y oportunamente en las actividades que se desarrollan al interior de la empresa. Adicionalmente cumplir con las entregas a tiempo de los pedidos de los clientes.

- **Perseverancia:** Nos esforzamos continuamente en la empresa para alcanzar las metas propuestas y buscamos la correcta solución a las dificultades que se presentan al interior y exterior de la compañía.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Crear el emprendimiento Jumaso en la ciudad de Medellín que se dedica a la producción y comercialización de artículos de lencería para el hogar, utilizando como principal materia prima los retazos textiles que se aprovecharan para la disminución del impacto en la contaminación ambiental.

1.4.2 Objetivos Específicos

- a.** Establecer los aspectos técnicos de la mano de obra y de inversión definiendo los procesos y procedimientos para la elaboración de cada producto.
- b.** Definir los mecanismos administrativos y legales necesarios para el funcionamiento de la nueva empresa debidamente formalizada
- c.** Realizar el estudio de mercado a través de una encuesta a clientes potenciales para comprender las condiciones de la oferta y la demanda con el propósito de definir las estrategias comerciales para llegar al público objetivo.

- d. Hacer el análisis económico considerando ingresos y egresos, reflejados en un flujo de caja para su evaluación financiera.

2 MÓDULO DE MERCADOS

2.1 JUSTIFICACIÓN O PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El presente proyecto tiene como objetivo estudiar la industria textil, se realiza con el fin de conocer la importancia del uso adecuado de los restos textiles y el impacto que se genera en el medio ambiente, aprovechando los desechos de la industria textil convirtiéndolos en artículos innovadores para el mercado. No solo es producir colchas, manteles, cortinas o cojines; esto va más allá, se trata de llevar a cabo un estudio del proceso de diseño y la selección de materiales para la fabricación y la comercialización de lencería para el hogar.

Con la realización de este emprendimiento se busca generar conciencia y fomentar la reutilización de todos estos restos de telas que sobran y que muchas veces se botan, se pierden y causan gran contaminación ambiental, por esto su aprovechamiento se hará con el fin de contribuir al cuidado del medio ambiente, en este sentido la industria textil genera muchos desechos de tela y estos deben ser reutilizados correctamente.

Como lo expresa la empresa Audaces (2015), “Uno de los problemas para las empresas son los residuos textiles, como retazos de telas, que a menudo terminan en la basura. Con el

reciclaje o la reutilización de estos restos de telas es posible reaprovechar toneladas de materiales, que de lo contrario agredirían el medio ambiente y ensuciarían las ciudades”.

Es cierto que estos residuos textiles pueden tener diferentes formas de uso y de reutilización, sin embargo, Jumaso no solo tiene como objetivo contribuir al cuidado del medio ambiente, si no también rediseñar la lencería para el hogar y desarrollar nuevos diseños en la decoración de interiores, dando un uso adecuado a estos retazos.

Como lo expresa la Agencia de Noticias UN, (2018), “las ingenierías de la Universidad Nacional explican que la industria de la moda es la segunda más contaminante después de la petrolera, pues genera un impacto negativo en el medioambiente desde su producción hasta su disposición final, ya que prendas de materiales como poliéster tardan en promedio 200 años en degradarse. En algunos países europeos se implementan prácticas de reciclaje en las que se aprovecha hasta el 80 % de sus desechos, mientras que en Colombia solo se alcanza el 17 %.

En la Universidad Nacional de Colombia se realizó el 15 de agosto de 2018 la iniciativa “Retorna” se encarga de recolectar y transformar desechos textiles de esta ciudad, con lo cual se evita que sigan engrosando la basura que va a parar al relleno sanitario.

Las ingenieras civiles Giovanna Cárdenas Bedoya y Milena Marín Jaramillo, de la Universidad Nacional de Colombia (U.N.) Sede Manizales, lideran este proyecto cuyo objetivo es concientizar a los ciudadanos de que la ropa que ya no usan se puede reciclar, como se hace con el cartón, las pilas y los envases, entre otros desechos.”

Por lo tanto, este proyecto se va a realizar con el fin de recolectar gran mayoría de los residuos que genera el sector textil y reutilizarlos adecuadamente en la producción y

comercialización de lencería para el hogar, con la intención de mitigar la contaminación ambiental e implantar nuevos estilos y diseños en la decoración de los hogares.

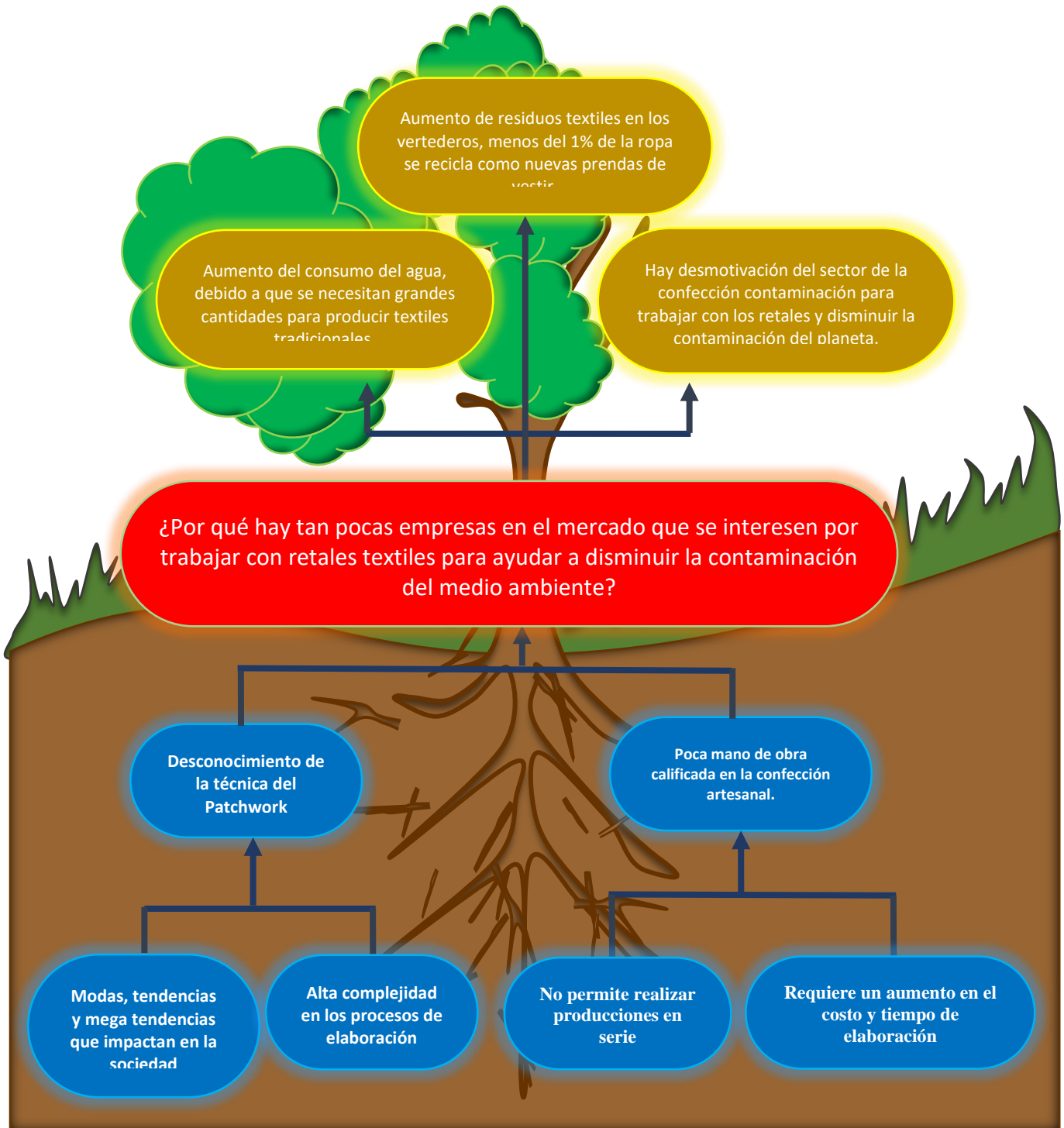
Jumaso es una empresa dedicada a la elaboración de lencería para el hogar en patchwork, el concepto de esta marca nace de la unión de recuerdos, volver al pasado y vivir aquellos momentos en donde nuestras abuelas tejían, sentir el calor de estar en familia y la sensación de permanecer en un verdadero hogar.

El patchwork se pierde en la memoria de las diferentes culturas, siempre se ha basado en la unión de restos de materiales textiles, esta técnica, el acolchado y sus diferentes aplicaciones se encuentran entre las formas más antiguas de costura, por tal motivo nos lleva a recordar a nuestros ancestros. Es una técnica que consiste en unir retazos de tela mediante puntadas a mano o con máquina de coser para formar un diseño determinado como flores, estrellas o figuras geométricas y así crear objetos útiles o decorativos como lo son las colchas, manteles, cojines, cortinas o cuadros.

Esta lencería se acomoda a la necesidad específica de cada persona, las colchas son personalizadas y los tamaños varían según las medidas de la cama y el colchón de cada usuario.

La propuesta de valor es el diseño y la elaboración de cada uno de estos productos, el trabajo realizado a mano, que en su gran mayoría son productos artesanales. También se tiene presente la creatividad generada, el concepto del producto, lo artesanal y como no, el manejar diferentes productos para todas las épocas del año

2.1.1 Problemática



2.2.1 ¿Desde Cuándo Existe El Problema O Necesidad?

Se debe tener en cuenta que esta problemática comienza desde el auge en la sociedad por el concepto de moda tal y como se entiende actualmente surgió para la época del Renacimiento. Aparecen, así, profesionales de la costura que se esforzaban por crear trajes originales, de vivos colores y formas imaginativas, otorgando gran relevancia a las mangas, los pliegues y las caídas de tela. (Hiraldo, 2021)

El impacto ambiental de la moda es uno de los más graves en comparación de otras industrias debido a las grandes cantidades de recursos naturales que utiliza para la fabricación de sus productos. Además, se suma el hecho de los desperdicios que se producen debido a la creciente tendencia del fast fashion o moda rápida, la cual se fundamenta en un consumo de prendas de bajo costo que se desechan rápidamente. Si bien el fast fashion tuvo sus inicios en el siglo XIX, no fue hasta la revolución tecnológica que el concepto de ropa rápida se instauró con más fuerza. Durante la segunda mitad del siglo XX, se comenzó a posicionar el retail con la llegada de marcas como Topshop (1964), Zara (1975) y Forever21 (1984), que coronaron a la moda fast. (Sandoval,2019).

Las grandes proporciones del impacto ambiental de la ropa afecta en muchas formas los ecosistemas naturales, deteriorando la vida en todos sus aspectos. El agua es uno de los recursos más explotados, ya que se calcula que se requieren aproximadamente 1.000 litros para producir una prenda superior a base de algodón. Esto gracias a que el algodón es una materia prima que requiere grandes cantidades de este valioso recurso. (Madre Tierra 2021).

2.2.2 ¿Cómo Ha Evolucionado?

La producción textil se ha duplicado en la última década a nivel mundial, un crecimiento principalmente influenciado por fenómenos como el “fast fashion”, donde el ciclo de vida de las prendas es cada vez más corto. En consecuencia, el uso de sustancias químicas y/o tóxicas, el alto consumo de agua y energía, y la generación de grandes cantidades de desechos y vertimientos impactan negativamente el ambiente. En Colombia el crecimiento de la industria se ha mantenido estable en los últimos cinco años a pesar del aumento en la demanda, este déficit se ha suplido con la importación de productos textiles. (CCU-Jaime I, 2016).

A pesar de lo anterior, la industria textil reconoce que durante todo el ciclo de vida de una prenda se generan diferentes impactos sociales y ambientales. Además de ser la industria responsable de la producción del 20% de las aguas residuales y el segundo mayor consumidor de agua en el mundo. (Deutsche Welle, 2020).

En Colombia, los impactos negativos se evidencian desde la obtención de materia primas como es el caso de las fibras de algodón, en donde para su producción se utilizan grandes cantidades de pesticidas repercutiendo negativamente sobre los insectos, el rendimiento de las plantas y la contaminación del suelo, (Nava et al, 2019).

La industria de la moda representa un gran aporte para la economía y es un motor fundamental para el crecimiento de un país según la publicación de Fashion Revolution Colombia, 2020. En los últimos 20 años, la producción de ropa se ha duplicado, y este incremento está asociado al crecimiento de la clase media y al fenómeno de “fast fashion” en el mundo, (Ellen MacArthur Foundation, 2017), haciendo que la industria se destaque por la escala

y la velocidad a la cual opera. De esta manera, las fábricas alrededor del mundo están siendo presionadas continuamente por el mercado para suplir la demanda de inmensas cantidades de ropa en el menor tiempo y costo posibles.

Actualmente, el sector cuenta con 829 empresas, empleando directamente a 200.000 personas, y generando cerca de 600.000 empleos indirectos, lo que representa más del 13% del total del empleo en el sector de la manufactura (Fashion Revolution Colombia, 2020). Esta industria produce anualmente aproximadamente 800 millones de metros cuadrados de diferentes textiles como, por ejemplo: tejidos de algodón, poliéster, nylon, lana, y de mezclas de poliéster (Panamericanos, 2019).

Medellín es el escenario más importante de la industria textil, ya que aporta el 37.2% de la producción nacional, seguido de Bogotá con un 31.3% y Cali con un 15.3%. Sin embargo, los textiles y materias primas de esta industria provienen en su gran mayoría de países como China (41.6%), India (13.82%) y Estados Unidos (11.65%), (Avendaño García et al., 2019).

Desde el 2017, el sector textil ha tenido grandes altibajos, esto debido a la gran penetración en el mercado de empresas extranjeras “low cost” y “fast fashion” que se viene dando en el país en los últimos años (Cámara de Comercio Bogotá, 2018). La entrada de estas empresas está generando cambios en las dinámicas del mercado colombiano y significan un reto por alcanzar nuevos estándares de competitividad para la industria nacional (DANE, 2018; Ministerio de Industria y Comercio, 2018; INEXMODA, 2019).

Implementación de varias medidas arancelarias para proteger la industria textil nacional frente a las importaciones provenientes de Asia. Por ejemplo, a través de la Resolución 270 de 2018, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo impuso un arancel de \$4,12 dólares por

kilo a los tejidos de telas tipo Denim (Sectorial, 2018b). Más recientemente, el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 (Ley 1955 de 2019), incluyó un arancel de 37,9% para prendas de vestir cuyo precio declarado sea inferior o igual a 20 dólares por kilo, y del 10% ad valorem, más tres dólares por kilo para precios por kilogramo a partir de los 20 dólares (La República, 2019).

Las proyecciones para el sector no son claras. De una parte, ANIF (2018) espera contracciones de la producción del -3% para 2018, esperando que los programas de innovación como el Programa de Transformación Productiva logren contrarrestar en alguna medida las dificultades que enfrenta el sector, como la devaluación cambiaria y su impacto en el costo de insumos, la escasez de mano de obra y la competencia con productos de bajo costo provenientes de China, India y Pakistán. En contraste, INEXMODA (2019) estima que las ventas del sector seguirán aumentando, ya que se prevé que el gasto de los hogares en Colombia aumente a una tasa promedio de 4,8% hasta 2022.

Los residuos textiles causan un gran impacto medioambiental, ya que la industria textil es una de las más contaminantes y necesita gran cantidad de recursos para su producción. Las materias primas, tanto naturales como sintéticas, la cuantiosa suma necesaria de agua, el transporte y el tratamiento realizado para desechar los residuos producidos provocan graves consecuencias en el planeta.

Un claro ejemplo de este impacto en el medio ambiente se detalla en el estudio que establece que 0,6 kg de petróleo son consumidos y 2 kg de CO₂ son emitidos por cada kilogramo de textil producido. Además de lo que sucede durante el proceso productivo, en la sociedad se detectan nuevos hábitos que contribuyen a favorecer el cambio climático. Unas prácticas que

derivan en un aumento del consumo de ropa, a la que cada vez le damos menor uso antes de cambiarla por otra nueva.

La cifra de residuos textiles que son reciclados es alarmante, pues solo entre el 8 y el 10 % aproximadamente se deposita en contenedores específicos para su recogida y posterior reutilización. El resto acaba en vertederos sin opción al reciclaje. Estas cifras son preocupantes, pues quedan muy lejos de los objetivos marcados por Europa, ya que debe superarse el 40 %; esta cifra aumentará a partir del año 2025.

2.2.3 ¿Qué Ocurriría Si Nada Se Hace Por Solucionarlo?

Hay que ser conscientes sobre la preocupación que se vive hoy en día frente al deterioro ambiental y el calentamiento global y de esto las empresas tampoco se quedan atrás, por esta razón se han desarrollado estrategias de protección con la naturaleza, sin embargo, es alarmante las cifras de contaminación a causa de la industria textil, son más del 90% de los desperdicios que se generan en dicha industria y que no son aprovechados de manera correcta.

Si bien, las empresas le están apostando a la moda sostenible, a la economía circular, al reciclaje textil y a los propósitos que aportan al cuidado del medio ambiente, pienso que faltan más estrategias que permitan disminuir estas cifras que generan una alerta a la destrucción del lugar que todos habitamos. ¿Qué pasaría si no actuamos frente a esta situación?:

- Destruiremos poco a poco el planeta tierra

- Los incendios, la contaminación y la producción de CO₂ influyen al deterioro de la capa de ozono.
- La contaminación del agua a causa de las aguas negras genera pérdidas importantes de especies y animales marinos.
- La deforestación deja sin hogar a miles de especies y de animales, varios de ellos en peligro de extinción.
- La alta producción de CO₂ produce la lluvia ácida y también el efecto invernadero que afecta el calentamiento global.
- El agua contaminada puede transmitir enfermedades como la diarrea, el cólera o la poliomielitis en la sociedad.

A pesar de esta situación, en Colombia cada día son más los emprendimientos que surgen dentro de la industria textil que aportan a la sostenibilidad. Cabe resaltar algunas marcas como Focus, Paréntesis y Folk, que en su mayoría elaboran prendas de poli algodón reciclado (48% PET, 52% algodón reciclado), y que se han fijado como su principal objetivo alargar la vida útil de las prendas. Los emprendedores señalan que hablar de sostenibilidad en esta industria es un gran reto e identifican algunas de las principales falencias de la industria textil-confección colombiana, entre las que se encuentran las siguientes:

- La laxitud de las exigencias del Gobierno: si no existe la autoridad que lo demande, el productor no lo hará.
- Y la ausencia de tecnologías, las cuales facilitan procesos de reciclaje en textiles sin disminuir su calidad, (FOKUS, 2020).

Por otro lado, Colombia es un país donde las prácticas de reutilización se han convertido en un fenómeno natural. Los colombianos están acostumbrados a realizar trueques, donaciones y recientemente a la creación de comercios de ropa de segunda mano, para promover acciones más conscientes con los hábitos de consumo humano.

2.3 ANÁLISIS DEL SECTOR

2.3.1 Generalidades Del Sector Al Cual Pertenece El Producto

La industria textil, manufactura textil o fibrilla natural; pertenece al sector secundario de la economía dedicado a la producción de fibras y productos de consumo masivo en telas, hilaturas, vestidos y calzados, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores y generando gran fuente de empleo.

Definitivamente, la industria textil pertenece al sector secundario de la economía que transforma la materia prima en bienes de consumo finales, vinculado a la industria de la moda, esta se encuentra dentro de la industria ligera, no requiere de grandes materiales, utiliza insumos naturales como sintéticos, sus productos se consumen de manera masiva en todo el año y su demanda depende según la época del año. (Pineda, 2021)

Para describir el sector textil confección, se utilizaron las actividades económicas, las cuales se han clasificado de acuerdo con el código de Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) y actualmente se utiliza la revisión 4; una adaptación hecha para el país y

revisada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (CCB). En las Cuentas Nacionales, el sector textil y confecciones corresponde a 037 “Preparación, hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles y fabricación de otros productos textiles” y 038” Confección de prendas de vestir”. (DANE, 2020)

2.3.2 Desarrollo Tecnológico E Industrial Del Sector

Ya conocemos lo que la tecnología puede hacer en muchos ámbitos, también las prendas que llevamos pueden ser inteligentes, ayudarnos en nuestro día a día o hacernos la vida un poco más fácil. Es parte de los últimos avances tecnológicos de la industria textil, la clave de todo está en los tejidos inteligentes, aquellos que incorporan fibras flexibles con materiales como el níquel, el cobre o la plata, para adaptarse a tu cuerpo, por ejemplo y evitar el planchado. Además, también se pueden utilizar para la vigilancia de constantes vitales o para ayudar a personas con movilidad reducida; en la moda tiene interesantes aplicaciones como ropa que cambia de forma o de color.

Existen oportunidades de negocio en el sector de la salud, debido a la gran cantidad de población mayor. Aplicar avances tecnológicos en la industria textil da como resultado avances tan increíbles como zapatillas flexibles para personas con juanetes, o calzado que se ocupa de dolencias más graves como el pie diabético o la artritis.

Pero también estas prendas de vestir pueden servir para facilitarnos el día a día. Desde zapatos que evitan el mal olor hasta tejidos que repelen el agua. Son los hidro crómicos, los que no se mojan y que son ideales para días de lluvia o para zonas con humedad alta. También

existen telas bioactivas, que protegen a la piel del sol y los textiles fotovoltaicos, que aprovechan la energía como por ejemplo para recargar la batería del móvil.

Es tal la importancia de la tecnología en el textil que el mercado registrará unas ganancias de 175.000 millones de dólares el año 2020, según un informe elaborado por los organizadores de la feria Techtextil. Los textiles tecnológicos representan un 30% del volumen total del negocio del sector en la Unión Europea. Dentro del viejo continente destaca Alemania, cuya industria exporta más del 60% de lo que produce. El año 2013 más de la mitad del beneficio llegó por los tejidos tecnológicos.

Todavía quedan muchos avances tecnológicos en la industria textil. Y las empresas ya están trabajando sobre ellos. (Roja, 2020)

Por otro lado, las personas quieren sus productos cada vez en menos tiempo; por ello, la automatización en corte y confección se ha vuelto necesaria para acelerar los procesos, sin reducir la calidad de las prendas. Si bien la automatización y robótica en corte y confección ha sido un boom en la última década, se estima que se incrementará la inversión en esta en más de un 70% en los siguientes años, ya que los profesionales del rubro ven potencial en los robots inteligentes como una ventaja competitiva.

Los equipos tecnológicos controlados por inteligencia artificial han reemplazado una serie de tareas que antes se hacían a manos de los humanos. Las grandes marcas de ropa han industrializado sus métodos de manufactura de indumentaria a través de la automatización del corte y confección de las prendas con robots controlados por computadora y con programación para acciones específicas. (Paez, 2021).

A pesar que el ensamblaje de prendas de vestir sea un proceso más complejo que el anterior, hoy en día, si es posible la semiautomatización en la costura. Usualmente, estas maquinarias se dividen en dos procesos: manejo de material y unión de los componentes de tela.

El manejo de la tela es más complicado, ya que es un material flexible y muy suave; por ello, es importante que existan personas involucradas en el proceso de costura, inclusive en producciones industriales. Existen tecnologías que ayudan con el manejo del material; sin embargo, todavía no son muy populares en la industria textil.

Para hacer las costuras se usa tecnología de unión textil; sin embargo, el proceso depende de mano de obra calificada para operar las telas manualmente y asegurar la calidad. La maquinaria tradicional que se suele usar, inclusive para la manufactura de prendas en serie, son las máquinas de coser. (Páez, 2021).

El movimiento contra el cambio climático y a favor del cuidado del medio ambiente ha cambiado la industria de la moda. Hoy, muchas marcas como Fokus Green, Bareke, Little Ramonas, True Love & Poems, La Marie Desing, Sixxta y Ale Ardila Studios, optan por la moda sostenible. Ahora buscan utilizar materiales naturales abstraídos con métodos orgánicos y sostenibles (sin pesticidas y con menor gasto de agua) para elaborar fibras naturales para manufacturar sus prendas.

Así mismo, otras han empresas como Decathlon que apuntan a ecodiseños con base en insumos orgánicos han decidido aprovechar las últimas innovaciones científicas de la industria textil para poder usar residuos de madera, telas, fruta y plástico para crear sus propios materiales y fabricar nuevos productos. Lino y cáñamos, fibras usadas por la marca Sunset the Journey, adicionalmente, calzado orgánico con empaque hecho de cartón compostable, Reducir la huella

ambiental es el objetivo de Superga, una marca de calzado que realiza productos con base en materias primas orgánicas y que desde 2021 ha venido incursionando en el uso de cajas de cartón reciclado compostable para los empaques de los zapatos.

Por ejemplo, varias empresas que contribuyen a la moda sostenible, inclusive Latinoamericanas, utilizan botellas de plástico para fabricar hilo de poliéster. También, alteran la composición de tintes y otros productos químicos que son potencialmente dañinos. De la misma forma, uno de los beneficios principales del uso de estas innovaciones tecnológicas en la industria textil es la creación de máquinas que ahorran agua y energía en el proceso de producción de ropa en masa. A continuación, presento 5 empresas textiles que se destacan por su trabajo con materiales reciclados y que piensan en el cuidado del medio ambiente:

Tenemos como una de las empresas que trabajan con el reciclaje de botellas plásticas para desarrollo de ropa unisex son los materiales utilizados por la empresa Wata, marca de moda unisex, dirigida por Simón Román, son en un 95% reutilizables y reciclados con el objetivo de utilizar menos energía y recursos que los que se requieren para el desarrollo de materias primas vírgenes. El proceso más importante que llevan a cabo es el uso de su materia prima que proviene del reciclaje de botellas plásticas, con el que se han desarrollado hilos para varios tipos de prendas. (Urrego, A. 2019).

Por otro lado, presentamos a la compañía liderada y creada por Laura Lucía González, Narciza, basa su producción en empaques biodegradables que incluyen técnicas de estampación textil que no requieren uso de agua. Utiliza tintas que se activan con el calor y pasan de un estado sólido a gaseoso directamente, por lo que el proceso no requiere de recursos hídricos. (Urrego, A. 2019).

También podemos hablar de la empresa Della Terra que trabaja con una amplia gama de fibras como el Cáñamo, Lyocell, materiales orgánicos y lino orgánico, hacen parte de los insumos empleados por la compañía, que busca el uso de energía solar, la recirculación del agua, el aprovechamiento de residuos sólidos y la captación de emisiones de CO2 para la neutralización de aguas residuales. Donan 5% de sus utilidades al cuidado del medio ambiente. (Urrego, A. 2019).

La empresa Jüppa eco shoes tiene como objetivo minimizar el impacto ambiental en la fabricación de calzado, es una compañía que emplea materiales reciclados como textiles hechos a partir de algodón reciclado y plástico PET, materiales reutilizados como el caucho de llantas de carro y de origen natural como el fique y la calceta. Adquieren las fibras directamente de artesanos ancestrales. (Urrego, A. 2019).

Finalmente, podemos hablar del Grupo Crystal, que a través de sus marcas sus marcas propias GEF, Punto Blanco y Baby Fresh, incorporan fibras con un menor impacto ambiental. Por ejemplo, adelantan procesos con denim elaborado de una mezcla de algodón cultivado con ahorro de agua y fibras recicladas, y en su marca Punto Blanco, incorporan productos hechos con viscosa ecovero, lyocell, entre otras fuentes naturales renovables. (Urrego, A. 2019).

2.3.3 Comportamiento Del Sector En Los Últimos 3 Años (Importaciones, Exportaciones)

La comercialización en el exterior de la ropa de hogar hecha en Colombia, la cual incluye artículos para la cocina, la cama, entre otros espacios, fue de US\$29,5 millones con corte a julio de 2019, según datos del DANE, con análisis de ProColombia. (Portafolio, 2019)

Esta cifra tuvo variación positiva de 16,4% si se compara con el mismo lapso del año pasado 2018. Los cinco destinos que más compraron este tipo de artículos, en el periodo en mención, fueron EE. UU. con US\$23,47 millones, seguido de Ecuador con US\$1,01 millones; Perú con US\$993.079, Alemania con US\$843.336 y México con US\$619.757.

Si el panorama de comercio exterior en estos artículos se revisa por departamentos, Atlántico, Antioquia, Bogotá, Cundinamarca y Risaralda son desde donde más se hacen despachos internacionales. La primera zona en mención lidera la lista con US\$25,16 millones.

De acuerdo con Flavia Santoro, presidenta de ProColombia, “la oferta colombiana de ropa de hogar de exportación tiene una gran diversidad de bienes de alta calidad como toallas, hamacas, artículos para la cama, almohadas y colchones. Esto ha posicionado al país como el segundo exportador de ropa de hogar en Suramérica y el quinto en América Latina y el Caribe, según TradeMap”.

La directiva añadió que el año pasado dichas exportaciones llegaron a 26 países, donde Estados Unidos y Ecuador tuvieron 80% de participación. “Estos son destinos con los cuales tenemos acuerdos comerciales vigentes y donde debemos aprovechar las ventajas arancelarias”. (Portafolio, 2019).

De acuerdo con Inexmoda, en el primer semestre del año el país importó muchas más prendas de vestir y productos textiles de los que se exportaron, a lo que se suma que la producción tuvo una variación mínima.

Según el reporte, el país compró 18% más prendas de vestir originarias del exterior, que en el

mismo periodo del año anterior. Dichos productos son provenientes principalmente de China y Bangladesh, países con los que Colombia no tiene tratados comerciales. (Portafolio, 2018).

La industria textil y de moda en Colombia cerraría este año con una contracción transversal de entre un 11 % y un 13 % en sus ventas, una cifra que, si bien es elevada, es muy alentadora frente a la caída del 45 % que vio la industria durante el mes de abril.

La recuperación del sector ha sido más rápida de lo presupuestado, con una mejora incluso del gasto en el bolsillo de los colombianos, sin embargo, se estima que el sistema moda en Colombia, tardará al menos 2 años en volver a las cifras de 2019, según proyecciones iniciales de Raddar e Inexmoda.

La consultora prevé que la moda crecería en un 4 % en 2021 logrando hacer contrapeso al decrecimiento de este año y potencialmente cerrar 2022 con las mismas cifras de 2019, incluyendo el ajuste de la inflación. Tradicionalmente la industria de la moda en Colombia ha venido creciendo por debajo del IPC, pero 2021 podría romper con ese ciclo.

El Sistema Moda representa el 8,5 % del PIB industrial del país y es vital para el buen funcionamiento de la economía y los empleos. (Clúster Bogotá, 2020)

La llegada de la pandemia hace un año reventó la industria textil en todos sus extremos. El cierre obligado del comercio secó la fuente de ingresos y llevó a muchas grandes marcas europeas y americanas a proteger su liquidez cancelando o retrasando pedidos, incluso algunos ya en marcha, o aplazando pagos. “En el momento en que se cerró Europa, extendimos los pagos 30 días a todos los proveedores. Tuvo mucho efecto en ellos, pero era una cuestión de supervivencia. Hasta agosto, más o menos, tensionamos bastante la cadena”, admite un directivo de un grupo español que pide anonimato. Salvatierra, J. (2021).

Si bien el primer impacto se fue mitigando y las prácticas fueron poco a poco volviendo a la normalidad, las sucesivas olas de contagio añadieron nuevas restricciones comerciales y de movimientos. Al cierre del año, a nivel global, el textil perdió entre un 20% y un 25% de sus ventas, más en Europa (25%-30%) y EE UU (20%-25%) que en China (5%-10%), según datos de McKinsey. En España la caída fue del 39,8%, según la patronal del comercio textil Acotex. El comienzo del año no ha sido esperanzador, con la tercera ola comiéndose las rebajas. En el mejor escenario previsto por la consultora, las ventas caerán otro 5% en 2021 respecto a 2019, hasta un 15% si las cosas no van tan bien. Recuperar las cifras de 2019 no será posible hasta finales de 2022 ó 2023, según escenarios. La incertidumbre sobre la evolución sanitaria y económica y la cantidad de stock acumulado condicionan las perspectivas. Salvatierra, J. (2021).

Así, las empresas inician el año con “un 25% de su inventario sin vender cuyo valor económico está entre 140.000 y 160.000 millones de euros a nivel mundial”, señala Antonio Gonzalo, socio de McKinsey, incluso después de un año con una actividad promocional “muy superior a la de años anteriores”. Entre los grandes actores españoles, Inditex pudo reducir su inventario en 2020 un 11%, “por su modelo flexible” (producciones cortas, frecuentes y en su mayoría producidas en proximidad), pero otros distribuidores admiten que se ha incrementado. “En manejo de stock, ha sido el año más difícil de la historia”, admite un directivo de la cadena de suministro de un grupo español. Las soluciones para la mercancía sin vender van desde la inclusión en las nuevas temporadas, la venta a descuento en outlets o en otros países y hasta el reciclado. Salvatierra, J. (2021).

La industria de textilería después de las consecuencias adversas generadas por la pandemia del Covid-19 requiere del Gobierno Nacional especial atención en costos de materia prima, contrabando, aranceles y umbrales aduaneros ;hoy la Comisión Accidental de

seguimiento a la crisis en el sector textil, confecciones y afines reconoce esta manufactura como uno de los sectores importantes en la reactivación económica del país ; pero más que hablar de asuntos técnicos es revisar el tema humano : los grandes productores son mujeres , en su mayoría , madres cabeza de familia y famiempresas que reactivan la economía desde los barrios. Echeverry, N. (2021, 2 agosto).

Solo entre enero y junio de 2021 se reportaron aprehensiones por más de \$51.305 millones en mercancías que ingresaron al país de manera ilegal, según cifras oficiales. Coltejer es un icono de la grandeza que alguna vez construyó el país en el sector textil y de confección con mano de obra colombiana, pero que ahora está perdiendo el pulso contra los productos importados y de contrabando. “Hoy Coltejer atraviesa una situación de reestructuración de su modelo de negocio, algo que sucede con las compañías cuando llegan a un estado de madurez, a un estado estacionario y por esto debe ajustar su estrategia, debe reestructurar ese negocio, orientándose a las necesidades y los retos que hoy está presentando el mercado” manifestó el especialista en investigación económica de Inexmoda, Juan Fernando Loaiza.

Otro de los referentes es Fabricato, que el año pasado cumplió un siglo de historia, pero a la vez tuvo una caída del 24,3% en su producción real, una baja del más del 18% en sus ventas y del 24,8% de los empleos, según cifras compartidas a Bloomberg Línea por la Cámara Colombiana de la Confección y Afines.

El sector textil y de confecciones es el primer generador de empleo en la industria nacional y representa el 9% del PIB manufacturero, (al primer trimestre de 2021). A la vez destaca porque sus eslabones tocan a diferentes sectores de la economía, pasando desde el agro hasta la comercialización. (Castellanos, D. S. 2021, 20 septiembre).

2.3.4 Evolución

El inventor de la sábana fue Rashid Sab-Anah en el año 1000, en la Ciudad del Cairo, la mayor ciudad del mundo árabe. En sus comienzos no obtuvo mucho éxito debido al empleo de lienzos de hilos muy gruesos, que tardan en secarse demasiado después de limpiar este tipo de textil.

En la época victoriana, la clase alta comenzó a interesarse por poner las sábanas en sus respectivas camas. Con la llegada de la revolución industrial las sábanas se abarataron y la clase media pudo adquirirlas, generando así una demanda mayor de la ropa de cama.

Hasta mitad del siglo XX, las sábanas no aparecieron con sus diseños ajustables y adaptables tal y como las conocemos hoy. Antes de evolucionar, eran excesivamente gruesas, con precios muy elevados, que no permitían un secado rápido o planchado fácil. A lo largo de los años, ha evolucionado el diseño y los materiales de las sábanas y han viajado de un lado a otro hasta tener una gran aceptación.

Actualmente encontramos muchos materiales adaptados a nuestros gustos o necesidades. La ropa de cama se puede confeccionar de distintas medidas, 100% de algodón, lino, seda, entre otros, con patrones delicados que aportan armonía y suavidad al descanso. Al principio el uso de los textiles para la cama quedaba restringido únicamente al color blanco, pero actualmente podemos encontrar sábanas, colchas y encimeras de colores y estampados. (Manterol, 2016).

Fue entonces durante la revolución industrial que se empezó a optimizar el uso de materiales, se aprendió a sacarle mejor provecho al algodón y al poliéster, por lo que se empezó a fabricar en serie la ropa de cama, junto con los colchones y las almohadas.

En la actualidad el uso de la ropa de cama ya no es un privilegio de unos cuantos, ya es una necesidad básica. Existen miles de variantes en diseño, materiales e incluso tamaños que se ajustan a nuestras necesidades diarias y al presupuesto de todos los bolsillos. (Cinco C, 2019).

2.3.5 Tendencia A Corto, Mediano Y Largo Plazo.

Al igual que las prendas de vestir, la ropa de hogar también está sujeta a cambios de temporada y escoger buenos atuendos y diseños para la casa podrían incluso mejorar el ambiente y calidez de la misma.

Para Andrea Olmos, sicóloga experta en moda, “aún en Colombia, quizás por no tener estaciones, no somos muy conscientes de que la moda también se trae a las sábanas, cojines y ropa de muebles. Sin embargo, ya hay boutiques en el país que, temporada tras temporada, tienen colecciones por ejemplo en línea con la primavera donde vemos artículos que se visten de rosas, amarillos y tropicales”.

Según un informe de la Feria del Hogar sobre las tendencias textiles para la casa, donde se citó a Ángela Gutiérrez, jefe de desarrollo de producto de Almacenes Brissa, este tipo de artículos son versátiles y su selección debe ser personal.

Dado que, al igual que con las prendas de vestir, eso es un reflejo de la personalidad, no hay reglas definidas.

“En una cama, por ejemplo, podemos incluir cojines de diferentes tamaños, texturas y colores para darle un look más imponente a la misma; también podemos combinar telas

estampadas con unicolor y darle nuestro toque personal incluyendo un cabecero de color neutro”, resaltó Gutiérrez en el informe citado previamente.

Para Olmos, “se debe tener en cuenta que los estados de ánimo de las personas están relacionados con lo que se tiene en el ambiente. Todo debería ir de acuerdo a las necesidades que tenemos, cuando no se tienen estaciones, somos bastante libres de escoger cuáles serían las tendencias que se van a tener en el hogar con el fin de hacerlo más ameno y cómodo, que quizás nos ayude a sobrellevar las cargas y el estrés que traemos de afuera”.

Decoración De Interiores 2022: Las Tendencias Más Inspiradoras De La Nueva Temporada

➤ BIOPHILIA

La tendencia favorita del equipo de Manuel Delgado, interiorista de IKEA: “Con la llegada de la pandemia, se hizo más evidente la necesidad de reconectar con la naturaleza desde los propios hogares. En términos de diseño, la biophilía es aquella tendencia que tiene como punto de partida los beneficios que trae la conexión e interacción del ser humano con los entornos naturales. Esto se traslada a la arquitectura y el diseño interior a través de las formas, los materiales, el protagonismo de las plantas y el manejo de colores neutros, tonos tierra y acentos en verde, que, en conjunto, configuran espacios enfocados en la salud y el bienestar. Se caracteriza por traer elementos del mundo natural a los espacios construidos; agua, vegetación, aprovechamiento de la luz natural y uso de materiales naturales como la piedra, la madera y las

fibras naturales tanto en acabados arquitectónicos como en objetos y mobiliario. Además, tiene un fuerte componente sostenible, no solo por los materiales protagonistas, sino también por la presencia de elementos artesanales, hechos a mano, que rescatan tradiciones y las ponen en valor en el contexto actual del diseño moderno”. (Medina, 2022).



➤ **TODO AL PET**

La tendencia favorita del equipo de Kave Home: “Una de las tendencias de decoración que pisará fuerte este 2022 son los textiles de material PET, sobre todo hablando desde la perspectiva sostenible. ¿Qué es el PET? Tereftalato de polietileno. Estas siglas y nombre imposible definen uno de los materiales sostenibles que más nos gusta para la decoración de interiores y exteriores. Dicho fácil y claro, se trata de fibras obtenidas gracias, entre otros, a botellas de plástico recicladas o recuperadas del océano. Así damos una segunda vida al plástico. ¡Y qué vida! Los textiles PET son muy resistentes y aptos para exterior, siempre sin perder la suavidad del tejido y, con un buen diseño, evitamos que den una apariencia artificial. Esta tendencia clave del 2022 ayuda a demostrar que el diseño no solo puede ser estético y funcional, sino que debe ser respetuoso con nuestro planeta y con las personas que vivimos en él. A

nosotros nos encanta combinarlo con sofás y butacas con respaldo de cuerda para crear rincones de exterior muy cómodos donde podamos jugar con los colores”.



2.4 ANÁLISIS DEL MERCADO

2.4.1 Diagnóstico De La Estructura Actual Del Mercado Nacional Y/O De Los Países

Objetivos

El panorama para la industria textil en 2021 no ha comenzado con buen pie, aunque la situación irá mejorando conforme avance el año. En el acumulado de enero a febrero de este año, las ventas de prendas de vestir y textiles en el comercio minorista disminuyeron un -22,5% en comparación con el mismo periodo del año anterior. El sector textil y de confecciones de Colombia inició el 2021 con el gran reto de retomar el dinamismo de su actividad. Soporta un contexto de cierres y restricciones como en el resto del mundo, ante el aumento de contagios por covid-19 en el país. (Echeverry, 2021).

Y es que de acuerdo con el último informe de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (Dian), entre enero y junio del año 2021 se realizaron 21.371 aprehensiones en total de todas las actividades del país, por un valor de \$222.433 millones. De allí, las materias textiles y sus manufacturas (capítulos 50 al 63 del arancel de aduanas) tuvieron la mayor participación en el total de aprehensiones con un 25,8% y fueron las segundas de mayor valor con una injerencia del 21% y \$46.653 millones, luego del renglón de Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes. Hasta julio, según información de la entidad revela que en el sector textil las incautaciones han sido 146, mientras que las confecciones, con la cifra más alta, alcanzaron las 5.985. En el primer caso, estas sumaron un valor de \$13.406 millones, mientras que, para el caso del sector de las confecciones, que resulta ser el más afectado, la cifra se ubicó en los \$40.948 millones en los primeros siete meses del año. (Echeverry, 2021).

A pesar de que para el año 2021 se esperan mejores cifras, según información de Sectorial, se estima que la dinámica del sector se reestablecerá en plenitud entre 2022 y el 2023. Pero la coyuntura de la pandemia no está siendo el único problema por el que atraviesa el sector, pues los representantes de la industria son enfáticos en afirmar que las compras de productos terminados en el extranjero siguen agudizando la crisis. “La situación de producción de textiles en este momento en Colombia es normal, pues las importaciones han disminuido y por eso la demanda ha mejorado. Pero la que aún sigue con problemas es la confección que está afectada por la importación y el contrabando de las prendas terminadas”. (Echeverry, 2021).

Hoy en día la sociedad le está apostando al cuidado del medio ambiente, a la no contaminación y a la conservación de los recursos naturales, sí bien la industria textil es la segunda más contaminante del planeta tierra, debemos mitigar esta situación y contribuir con el desperdicio de textiles, el uso y la compra compulsiva de ropa que en muchas ocasiones termina

en los vertederos generando mayor contaminación. Es por esta razón que las marcas y empresas que trabajan con textiles deben generar conciencia con dichos materiales, evitando el desperdicio y al mismo tiempo reutilizando telas que pueden servir para la fabricación de nuevos artículos.

Lo que para las empresas textiles de Colombia es basura, para una firma antioqueña es la materia prima de un negocio que crece a la par con la industria. 'Riochevi' hace la tarea más compleja. Recoge los excedentes de tela que van a los rellenos sanitarios, los clasifica de acuerdo con la calidad y color, y los procesa. (Casa Editorial El Tiempo, 2015).

De las **15.000** toneladas de residuos de telas que se desperdician en Colombia cada año, esta empresa creada en Medellín hace 39 años, **recupera 6.000**. La cantidad restante, en su mayoría, va a la basura impactando fuertemente al medioambiente. El material reciclado es procesado en dos plantas y de allí salen insumos como hilos y fibras que son usados para la elaboración de traperos, colchonetas o productos de hogar. (Casa Editorial El Tiempo, 2015).

Francisco Javier Ríos, director administrativo de Riochevi, y heredero de la pasión de su padre, fundador de la empresa, destacó el aporte medioambiental que su empresa está generando, pero aseguró que la rentabilidad de la compañía es fructífera en la medida que crece la conciencia de recuperar los sobrantes de telas. (Casa Editorial El Tiempo, 2015).

Según el Registro Único Empresarial y Social (Rues), Colombia tiene 35.111 empresas de confecciones, 215 de hilados y 7.294 de textiles. La gran mayoría son micro, pequeños y medianos negocios que son el motor que impulsa este sector industrial (componen el 99,7%), el principal empleador de mujeres dentro del sector manufacturero. (Castellanos, 2021).

Analizar estas cifras nos genera una alerta sobre la gran contaminación que estamos causando y que en muchas ocasiones se realiza de manera inconsciente, con el solo hecho de

comprar ropa que muchas veces no necesitamos o son solo categorizados como lujos en una sociedad y sin embargo no tener dimensionado el impacto que le estamos causando al planeta tierra, ¿Qué haces esa blusa o ese jean cuando no te sirve o ya no te gusta?, es ahí donde radica el impacto que como sociedad estamos provocando, ¿y qué tal sí este jean o esta prenda de vestir la convertimos en un bolso o un artículo personalizado?, es así como podemos mitigar la contaminación, aplicando la economía circular y dando una segunda vida a estas telas que tanto contaminan.

Adicionalmente, cabe resaltar que el gobierno colombiano deberá mostrar mayor interés en hacer cumplir el decreto de **Ley N.º 111 de 2020** que hace referencia al Sistema de Gestión Integral de residuos textiles, que nos involucre a todos como ciudadanos a hacer un uso adecuado de todos los textiles que se producen en la industria, que las mismas empresas reprocesen sus propios desechos y así todos coloquemos nuestro granito de arena.

La creación y regulación del sistema de gestión integral de residuos textiles no da espera, pues la industria textil es la segunda más contaminante del mundo y el porcentaje de aprovechamiento a nivel nacional, es prácticamente nulo, siendo evidente la necesidad de promulgar el proyecto de ley objeto de estudio. De tal suerte y con base en lo expuesto en esta ponencia sobre el beneficio ambiental, la mitigación y el impacto positivo gracias al manejo y reutilización de los residuos textiles, podríamos anunciar que este proyecto de ley es de gran importancia para el medio ambiente y la economía circular, donde su articulado goza de técnica jurídica y es acorde a la política pública de manejo de residuos sólidos y a su vez, se vincula al gobierno nacional para que reglamente una política pública dirigida específicamente a los residuos textiles a cargo de los productores, comercializadores y consumidores. (Londoño, 2020)

2.4.2 Definición Del Mercado Objetivo

Esta empresa pretende contar con un público objetivo definido de los cuales están principalmente las personas ambientalistas, conservadoras y con poder adquisitivo, sin dejar atrás los diseñadores de interiores, (haciendo la aclaración que los diseñadores no hacen parte de nuestro usuario, son un cliente potencial que pueden recomendar como marca sostenible) que están dedicados a organizar e implementar cambios en casas que necesitan de una u otra forma decorar estos espacios con una la lencería adecuada.

El cliente pueden ser mujeres y hombres de un estrato socioeconómico 3, 4, 5 y 6, estas son personas que les gusta el diseño, les apasiona el arte, el cuidado por el medio ambiente y los diseños exclusivos y personalizados.

2.4.3 Justificación Del Mercado Objetivo

Estas personas harán parte de Jumaso por su responsabilidad social, el amor por el medio ambiente, se sentirán identificadas con la marca por su sostenibilidad y su apuesta por disminuir los desperdicios, nuestros clientes valoran el trabajo artesanal y de cierto modo les gusta lo exclusivo, los diseños personalizados y su entrega por ser ambientalistas, sin dejar de lado que se puede sensibilizar a las demás personas que les gusta e invierten en lencería variada para el hogar hacia un consumo responsable con el medio ambiente.

Estas personas se identifican con Jumaso por no realizar producciones en serie, por el contrario, estar a la moda con productos elaborados a la medida, siguiendo las tendencias, las modas que impactan el mercado y lo más importante, generando menos desperdicios textiles para contribuir con el cuidado del planeta tierra.

2.4.4 Estimación Del Mercado Potencial

Los clientes potenciales de Jumaso son personas naturales que tienen como pasión visitar tiendas al momento de diseñar o rediseñar los espacios de su hogar, oficina, entre otros. Del mismo modo, son clientes que hacen parte del canal B2C con el objetivo de que otras empresas de hogar y moda puedan comercializar los productos de la marca Jumaso.

2.4.5 Consumo Aparente

La industria textil nacional cerró 2021 con cifras positivas. El gasto de los hogares en moda alcanzó los \$2,99 billones en diciembre, es decir, un 3,2 % más que en el mismo mes de 2020 y un 2,9 % más que en 2019. El gasto acumulado del año fue de \$27,7 billones, un 21 % más que en el mismo periodo de 2020 y un 5 % más que en 2019, de acuerdo con cifras del Observatorio de Moda de Inexmoda, Raddar y Sectorial. (Palacios, K. 2022, 19 febrero).

Cuando la marca Jumaso salga al mercado se pretende generar un incremento inicialmente del 0.002% de los gastos en los hogares de la ciudad de Medellín anualmente, que

equivalen a unas ventas anuales proyectadas de \$40.180.000 con una meta mensual de \$3.348.333 para alcanzar dicha cifra en relación a las personas invierten en moda para el hogar.

2.4.6 Consumo Per Cápita

De acuerdo con el informe entregado por el Dane, el PIB de 2021 en términos corrientes llegó a los \$1.177 billones, lo que significó un PIB per cápita anual de \$23,05 millones, que representa una equivalencia mensual de \$1,92 millones por habitante. En 2020, el PIB total fue de \$998.719 millones en precios corrientes, mientras que en 2019 estaba en \$1.060 billones. (Acosta, J. 2022, 16 febrero).

Durante el 2020 el PIB per cápita anual, es decir, lo que ganó cada colombiano en promedio durante el año, fue de \$19,9 millones, lo que equivale a \$1,5 millones mensual. En el 2019, el PIB per cápita anual por habitante fue de \$21,4 millones. Cabe señalar que, al cierre del año pasado, marcado por el levantamiento gradual de las restricciones de movilidad y aforo, los sectores de la actividad artística, del comercio y alojamiento y la industria manufacturera jalonaron la recuperación de la cuarta economía latinoamericana. (Acosta, J. 2022, 16 febrero).

Las personas que se encuentran en los estratos 3,4,5 y 6, se considera que perciban unos ingresos de \$3.000.000 en adelante con el fin de poder obtener artículos de lencería para el hogar en Jumaso.

2.4.7 Magnitud De La Necesidad, Otro

Jumaso, se debe considerar como el compañero fiel de nuestra Pachamama, por su pasión por la artesanía, la conservación de las tradiciones, la técnica y el legado de nuestros ancestros y el cuidado del medio ambiente. El bienestar de esta marca nace de la unión de los recuerdos, volver al pasado y vivir aquellos momentos en donde nuestras abuelas tejían, sentir el calor de estar en familia, la sensación de permanecer en un verdadero hogar y la satisfacción de contribuir al cuidado del planeta tierra reutilizando telas desechadas por la segunda industria más contaminante del planeta.

Es de allí donde surge la necesidad y radica la diferencia de comenzar a elaborar productos con los residuos textiles que generan las demás empresas, Jumaso pretende ayudar al medio ambiente y brindar al cliente un diseño único y personalizado, basándose en una técnica exclusiva (el patchwork) en donde se fomenta la artesanía.

2.4.8 Estimación Del Segmento/ Nicho De Mercado (Tamaño Y Crecimiento)

Según Fenalco Antioquia, para el período comprendido entre marzo y agosto de 2020, tiempo en el que se tuvieron mayores medidas restrictivas, en Medellín y el Valle de Aburrá se tenían 1.527.000 empleos. Durante la reactivación económica, a partir de septiembre y hasta enero de 2021, se alcanza la cifra de 1.740.000 personas empleadas.

De esta cifra de personas mencionada anteriormente, Jumaso quiere llegar al 0.003% de las cifras de empleo en Medellín del año 2021 en el primer año de lanzamiento de los productos en la ciudad, así poder ser reconocida como una de las empresas sostenibles de la ciudad en busca de la excelencia y que le aporta a la empleabilidad de la ciudad y con unos aportes significativos en la disminución de los desperdicios textiles.

2.4.9 Perfil Del Consumidor Y/O Del Cliente.

Más que definir una edad exacta nuestro producto se abre a la posibilidad de consumidores con un rango de edad de 18 años a 65 años, con inclusión para hombres y mujeres que tienen una identidad de género de acuerdo a su tendencia, los cuales se encuentran en los estratos socioeconómicos 3,4,5 y 6, que perciben unos ingresos a partir de \$3.000.000 mensuales. Haciendo la salvedad de que se pueden encontrar personas de estratos inferiores que perciban estos ingresos con la capacidad de adquisición y que pueden acceder al producto. Nuestro cliente es una persona ambientalista, que vela por el cuidado del medio ambiente y fomenta el consumo responsable en su entorno familiar y en los que lo rodean, son conscientes de los productos que compran, su ciclo de vida y los impactos que se pueden generar al momento de desecharlos. Son personas curiosas, que les gusta tener un artículo poco visto en el mercado y al mismo tiempo con un toque de personalización optando por comprar artículos basados en materiales reutilizables, reciclables en donde se contribuya al cuidado del medio ambiente para aportar su granito de arena en esta vida.

2.4.10 Importaciones Y Exportaciones Del Producto / Servicio A Nivel Nacional Y

Mercados Objetivos (Países)

Jumaso se proyecta en el corto plazo lograr un posicionamiento local, en el mediano plazo nacional y en el largo plazo tener un posicionamiento internacional en el mercado de la lencería para el hogar, logrando en un futuro llegar con sus productos a diferentes países por medio de la exportación, adicionalmente se debe tener en cuenta que no se va a realizar ningún tipo de importación debido a que sus artículos son 100% elaborados con los desechos textiles que genera la industria en el país, esto con el fin de mitigar la contaminación del medio ambiente y reducir las cifras de los residuos generados en Colombia, por lo cual se proyectó a la exportación futura de este tipo de productos.

2.4.11 Relacione Los Productos Sustitutos Y Productos Complementarios

| Producto en Jumaso | Productos Complementarios | Producto Sustituto |
|--|--|--|
| Colcha de retazos, también puede llamarse como sobrecama o cubrecama, puede ser decorativa o simple, sirven para dar calor y adornar el entorno. | <ul style="list-style-type: none"> - Adornos para la cama - Fundas de almohada - Cojines - Pie de cama | Los Sleeping son una bolsa protectora diseñada para que una persona pueda dormir adentro, con el fin de generar comodidad y calor al mismo tiempo. |

2.5 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Empresas que trabajan con retazos y residuos textiles para la fabricación de lencería para el hogar en Colombia:

| Empresas competidoras | Producto bandera y productos sustitutos | Precio y forma de pago | Ventas estimadas/semana en \$ | Política de cartera (especificar compra o/y venta) plazos | Infraestructura física. Cómo son las instalaciones | % del mercado que probablemente ocupa. Segmento que maneja | Canales de distribución | Calidad de los productos | Grado de utilización de tecnología | Debilidades en cuanto a producto y servicio al cliente | Fortalezas en cuanto al servicio al cliente |
|------------------------------|--|-------------------------------|--------------------------------------|--|---|---|--------------------------------|---------------------------------|---|---|--|
| | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|--|---|---|--|---|---|--|---|--|---|--|--|
| <p>Las colchas de la abuela Matilde</p> | <p>El producto bandera son las colchas y no cuenta con productos sustitutos</p> | <p>Los precios varían desde \$430.000 hasta \$630.000. Los pagos únicamente son en efectivo</p> | <p>De lunes a domingo las ventas pueden estar en \$9.030.000 o incluso más en temporadas altas</p> | <p>No comercializa sus productos a crédito, todo lo que se compra se debe pagar de contado.</p> | <p>Es una casa ubicada en Jardín Antioquia, toda la casa está decorada con productos en patchwork, las camas, los comedores, las salas, en cada una de sus habitaciones tienen exhibidos los artículos.</p> | <p>Esta empresa ocupa aproximadamente el 11,5% del mercado colombiano en lencería para el hogar.</p> | <p>Facebook, WhatsApp, Tienda física. Tienen una cuenta de Instagram, dicho canal es netamente para exhibición de productos y publicación de los artículos que comercializan.</p> | <p>Excelente calidad, trabajo 100% artesanal, buena costura de los artículos, las telas son duraderas.</p> | <p>El grado de utilización es bajo, aproximadamente un 4, debido a que sus impactos en redes sociales son muy poco y para la elaboración de sus productos no se requiere maquinaria de alta tecnología.</p> | <p>Los clientes les solicitan mantener el portafolio de productos actualizado debido a que no son constantes en las publicaciones de redes sociales.</p> | <p>“Hola de corazón felicitaciones, acabo de ver un programa con la entrevista de la Sra. hija de doña Matilde por televisión Antioquia, y quede impresionada con el trabajo heredado y con sus palabras, la pereza no deja hacer o avanzar, Felicitaciones “</p> |
|--|---|---|--|---|---|--|---|--|---|--|--|


| | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|--|--|--|---|-----------------------------|---|---|---|---|
| <p>Natuh / Producto textil ecológico</p> | <p>El producto banderas son las hamacas y sus productos sustitutos son las sillas hamacas.</p> | <p>El precio de sus productos y telas sostenibles pueden variar desde \$16.300 hasta \$210.000. Tienen forma de pago en los envíos contra entrega en Colombia, PayU Latam, tarjeta de crédito y débito.</p> | <p>Las ventas pueden variar entre \$5.050.000 o \$7.000.0000</p> | <p>La marca no vende sus productos a crédito, todo pago contra entrega en Colombia</p> | <p>La empresa no cuenta con tiendas físicas, todos sus productos son comercializados por página web.</p> | <p>Ocupan aproximadamente el 8% del mercado de la lencería para el hogar.</p> | <p>Página web, WhatsApp</p> | <p>Productos ecológicos, buena terminación de los artículos, las telas varían de calidad según el producto.</p> | <p>La utilización de tecnología en esta marca es de impacto medio, aproximadamente 6 puntos debido a que tienen mayor manejo en redes sociales y sus maquinarias para procesar los artículos requieren de una mayor tecnología.</p> | <p>Insatisfacción por los tiempos de entrega y de devolución o garantía del producto, pueden demorarse mayor tiempo y no cumplen al 100% con sus ofertas de servicio.</p> | <p>“Agradecida con la atención brindada por el WhatsApp, me llegó el producto tal cual como se ve en la página web, aunque tardado en llegar valió la pena esperar”</p> |
|---|--|---|--|--|--|---|-----------------------------|---|---|---|---|

| | | | | | | | | | | | |
|----------------------|--|---|--|---|---|---|---|---|--|---|---|
| <p>Jumaso</p> | <p>El producto bandera son las colchas de retazos y su producto sustituto son los sleepin g.</p> | <p>El precio de sus productos puede variar entre \$58.000 y \$340.000, las formas de pago que se utilizarán son efectivo, tarjetas de crédito, Qr, transferencias, datafonos y pagos contra entrega en la ciudad de Medellín.</p> | <p>Inicialmente se pretenden generar ventas semanales por un valor de \$6.837.000 aproximadamente.</p> | <p>Para comenzar el emprendimiento no se van a realizar formas de pago a crédito, la modalidad de pago será de contado, mientras Jumaso logra su punto de equilibrio en el mercado.</p> | <p>La infraestructura de Jumaso será una tienda dividida en dos sectores, el primero será la decoración de una sala con los productos que se comercializan en la marca y en la segunda fase se tendrá el taller de confección donde estarán todas las personas que hacen parte del equipo de trabajo mostrando el proceso de elaboración.</p> | <p>Se pretende ocupar el 0.005% del mercado de la lencería para el hogar en la ciudad de Medellín inicialmente.</p> | <p>Redes sociales, Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, WhastApp, página web, tienda física en una segunda fase del emprendimiento.</p> | <p>Los productos son 100% sostenibles, se manejan diferentes telas que permiten garantizar la calidad del producto, las costuras son garantizadas y con buenas puntadas para evitar que se descomponga el producto.</p> | <p>Inicialmente, el grado de utilización puede ser bajo y estar entre 3 o 4 puntos debido a que los productos se van a elaborar a mano y no se requeriría de tantas máquinas para su producción, pueden ser máquinas de coser planas o fileteadoras que agilicen los procesos y permitan garantizar calidad.</p> | <p>Se puede suponer que las debilidades que puede llegar a tener la marca al momento de realizar el lanzamiento de sus productos es la disponibilidad de artículos y cantidad de producción para comercializar.</p> | <p>Proyectamos que nuestros productos sean 100% personalizados, que el cliente quede completamente feliz por adquirir un producto único, sostenible y artesanal. Pretendemos cumplir con los tiempos de entrega, calidad del producto y brindar un excelente servicio Post venta.</p> |
|----------------------|--|---|--|---|---|---|---|---|--|---|---|



3 ESTRATEGIAS DE MERCADO

3.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO

3.1.1 Descripción Básica


| Producto en Jumaso | Especificaciones o características técnicas | Beneficios o usos | Ventajas |
|--|--|---|---|
| <p>Colchas Patchwork</p>  <p><i>Fuente: Pinterest.</i></p> | <p>Colcha laborada con retazos de tela, también puede llamarse como sobrecama o cubrecama, su fabricación puede ser con diferentes telas, bien sea antiluido, algodón, poliéster o viscosa. Su costura es de 7 puntadas por pulgada y con ruedo dobladillo de pie de 2cm.</p> <p>Sus medidas pueden variar según el tamaño de la cama:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Sencillo para cama de 90cm: ancho 180 x largo de 265. -Sencillo cama de 1mt: ancho 200 x largo de 270. -Cama doble de 140mt: ancho 220 x largo de 270. -Cama doble de 150mt: ancho 250 x largo de 270. - King cama doble de 2mt: ancho 280 x largo de 280. | <p>Además de servir como elemento decorativo la colcha protege del polvo las camas y las sábanas y también sirven de abrigo por las noches nos abrigará por las noches.</p> <p>Actúan como elemento decorativo aportando un punto de diseño en el espacio, desde tonos neutros como café, gris, azul oscuro que dan un toque de elegancia, tonos clásicos blanco y negro y tonos fríos colores pasteles que dan una percepción se sencillez, ternura, delicadeza y hasta los más elaborados y extravagantes con colores cálidos como el rojo, amarillo y naranja.</p> | <p>Aporta al cuidado del medio ambiente.</p> <p>Una colcha exclusiva es más que suficiente para cambiar o darles un nuevo aire a las distintas habitaciones del hogar.</p> <p>Contamos con diseños personalizados y elaborados bajo las especificaciones de nuestro cliente.</p> <p>Otra ventaja es que pueden ser utilizadas en cualquier mes del año, o se pueden adquirir según las tendencias que estén impactando en el mercado.</p> <p>Son fáciles de guardar puesto que dobladas no ocupan mucho espacio</p> |

| | | | |
|--|---|---|---|
| <p>Adornos para la cama Pie de cama Patchwork</p>   <p><i>Fuente: Pinterest.</i></p> | <p>Es un buen elemento de diseño también puede ser llamado como plaid.</p> <p>Su forma es rectangular. Esta elaborado a partir de retazos de tela aplicando la técnica del Patchwork.</p> <p>Puede ser elaborado con diferentes telas como lo son el algodón, el poliéster, la microfibra, lana, entre otros.</p> <p>Sus medidas varían según el tamaño de la cama y su largo, pero la más elaborada tiene 210cm de ancho y 95cm de largo.</p> <p>La mayoría están fabricados con un tejido de algodón, tacto muy suave y agradable, son acolchados con una fibra interior de 90 gramos y por tanto producen calor.</p> | <p>Es una manta colocada a los pies de la cama y se puede poner como una banda estrecha o cubrir casi la mitad inferior de la misma.</p> <p>El pie de cama es utilizado como complemento decorativo en la habitación y se deja caer sobre la colcha, manta o funda en horizontal en la parte baja de la cama.</p> <p>Al mismo tiempo que es decorativo, en los climas fríos también hace la función de calentar la zona de los pies, los cuales suelen enfriarse con facilidad.</p> <p>El plaid es un complemento de decoración, funcional e indispensable para el frío y da calidez al ambiente.</p> | <p>Los pies de cama elaborados en Jumaso tienen bonitos estampados y varían según los retazos de tela.</p> <p>Adicionalmente tiene variedad de colores otoñales como marrones, anaranjados, tonos claros y también oscuros.</p> <p>Dan color y alegría a cualquier estancia del hogar.</p> <p>Son resistentes a los lavados.</p> <p>Diseños, únicos, exclusivos y personalizados, basados según la necesidad del cliente.</p> |
| <p>Fundas de almohada Patchwork</p>   <p><i>Fuente: Pinterest.</i></p> | <p>Fundas elaboradas en algodón o poliéster.</p> <p>Su estilo puede ser de color entero o variedad de colores, tonalidades y estampados.</p> <p>Elaboradas con 300 hilos de composición.</p> <p>Es un set x2 de fundas para almohadas.</p> <p>Sus medidas más comunes son 50 (ancho) x 90 (largo) cm.</p> <p>Elaboradas a partir de retazos textiles y se aplican con la técnica del patchwork.</p> | <p>Sirven para proteger las almohadas del polvo, la suciedad y además ayudan a conservarlas durante mucho tiempo.</p> <p>Protege la cama en general de bacterias y alarga la vida de las almohadas. Sirven como elemento decorativo en el lugar.</p> | <p>La fabricación en Jumaso de estas fundas de almohadas en algodón le ofrecen al cliente la suavidad ideal.</p> <p>Su elaboración con 300 hilos de composición les da la perdurabilidad y calidad a las almohadas. Facilita la limpieza y el orden de la habitación.</p> <p>Hace las noches de sueño de nuestras clientes más placenteras con un diseño único y exclusivo</p> |

| | | | |
|--|---|--|--|
| <p>Cojines Patchwork</p>  <p><i>Fuente: Pinterest.</i></p> | <p>Por lo general Jumaso comercializa un juego de 4 cojines con diferentes figuras, formas, y colores debido a que su elaboración está basada en la técnica del patchwork, sin embargo, el cliente que desea una sola unidad o más también las puede adquirir.</p> <p>Sus medidas más comunes son 40cm x 40cm o 60cm x 60cm.</p> <p>Son elaborados con diferentes telas como el algodón, poliéster, algodón licrado, microfibra, telas con antilfluido, terciopelo entre otras.</p> | <p>Los cojines sirven para terminar de darle forma a un concepto decorativo. Brindan comunidad a los espacios.</p> <p>Los cojines siempre han estado relacionados con la comodidad y con el aspecto decorativo.</p> | <p>El descanso y la relajación son importantes para recobrar energía, mantener buen ánimo e incluso, cuidar la postura, y para ello es necesario hacer uso de importantes complementos como pueden ser los cojines o las almohadas elaboradas en Jumaso .</p> <p>Nos diferenciamos por elaborar diferentes tipos de cojines, bien sea para la lectura, para sillas, muebles, para palets, entre otros.</p> |
| <p>Sleeping Patchwork</p>  <p><i>Fuente: Pinterest.</i></p> | <p>También son llamados como saco de dormir, son elaborados con retazos de tela aplicando la técnica del patchwork.</p> <p>La tela exterior es de poliéster, su forma es recta y la medida más común y utilizada es 75 x 180 cm. Su rango de temperatura puede variar de 20°C a 25°C.</p> <p>En talla L el peso es de 970 g. Volumen 7,9 litros. Vienen elaborados con funda de compresión.</p> | <p>Los sleeping son una bolsa protectora diseñada para que las persona puedan dormir adentro, con el fin de generar comodidad y calor al mismo tiempo.</p> <p>Los sleeping se pueden cerrar con una cremallera o medios similares, y ejerce funciones de cama en situaciones (por ejemplo, acampadas, escaladas, senderismo, etc.).</p> <p>El propósito primario del saco de dormir es proporcionar calor y aislamiento térmico a una persona.</p> | <p>Es practico para guardar y llevar a varios lugares.</p> <p>No pesan, por ende, son de fácil uso y de transporte.</p> <p>Esta diseñado bajo los gustos y necesidades de cada uno de nuestros clientes, son sleeping personalizados y exclusivos.</p> <p>Ecodiseños, no teñimos las telas para reducir el consumo de agua</p> |

3.1.2 Diseño y ficha técnica de los productos

A continuación, se presentan las fichas técnicas de los productos que serán comercializados inicialmente en el emprendimiento Jumaso, allí se puede encontrar información como descripción técnica del producto, colores, medidas, formas y características del artículo:


| FICHA TÉCNICA DE DISEÑO | | Línea del hogar | | | Referencia: | |
|---|---|-----------------|------------------------|------------------------|---|---------------|
| | | Femenina | Masculina | Infantil | 001. | |
| | | x | x | x | | |
| Diseñadora: | Manuela Hernández Cardona | | Tipo de prenda: | | Colchas patchwork | Fecha: |
| Marca: | Jumaso | | Universo: | | Ropa para el hogar | 05/55/2022 |
| DISEÑO COLCHAS PATCHWORK | | | | | | |
| Incluye especificaciones técnicas, lupas y detalles. <i>Fuente imagen: Pinterest</i> | | | | | | |
|  | | | | | | |
| Medidas | Tipo de cama | Ancho | Largo | Tamaño Estándar | Cama doble: 2,20 x 2,70 Cama Sencilla: 1,80 x 2,65 m | |
| | Sencillo para cama de 90cm | 180cm | 265cm | | | |
| | Sencillo cama de 1mt | 200cm | 270cm | | | |
| | Cama doble de 140mt | 220cm | 270cm | | | |
| | Cama doble de 150mt | 250cm | 270cm | | | |
| King cama doble de 2mt | 280cm | 280cm | | | | |
| Opciones de color | Color de base pastel | | | | | |
| | Colores complementarios variedad en gama de tonalidades | | | | | |

| | | | | | | |
|--------------------------------|---------------------------|------------------------|------------------|-----------------------|--------------------|--|
| FICHA TÉCNICA DE DISEÑO | | Línea del hogar | | | Referencia: | |
| | | Femenina | Masculina | Infantil | 002 | |
| | | X | X | X | | |
| Diseñadora: | Manuela Hernández Cardona | Tipo de prenda: | | Pie de cama patchwork | Fecha: | |
| Marca: | Jumaso | Universo: | | Ropa para el hogar | 05/55/2022 | |

DISEÑO PLAID PATCHWORK

Incluye especificaciones técnicas, lupas y detalles.

Fuente imagen: Pinterest



Faabricados con un tejido de algodón suave

Su forma es rectangular y con una fibra interior de 90 gramos

Esta elaborado a partir de retazos de tela

Elaborado con diferentes telas como lo son el algodón, el poliéster, la microfibra, lana, entre otros.

| | | | | | |
|----------------|----------------------|--------------|--------------|------------------------|--|
| Medidas | Cama estandar | Ancho | Largo | Tamaño Estandar | Cama doble: 1,40 x 1,90 |
| | 140cm | 210cm | 95cm | | Cama Sencilla: 1,20 x 1,90 m |

| | |
|--------------------------|---|
| Opciones de color | Colores base bien sean claros u oscuros |
| | Colores complementarios variedad en gama de tonalidades |

| | | | | | |
|--------------------------------|---------------------------|------------------------|-----------------|---------------------|---------------|
| FICHA TÉCNICA DE DISEÑO | Línea del hogar | | | Referencia: | |
| | Femenina | Masculina | Infantil | 003 | |
| | x | x | x | | |
| Diseñadora: | Manuela Hernández Cardona | Tipo de prenda: | | Fundas de almohadas | Fecha: |
| Marca: | Jumaso | Universo: | | Ropa para el hogar | 05/55/2022 |

DISEÑO FUNDAS ALMOHADAS PATCHWORK

Incluye especificaciones técnicas, lupas y detalles.

Fuente imagen: Pinterest



Fundas elaboradas en algodón o poliéster

Elaboradas con 300 hilos de composición.

Diseñadas en color entero o variedad de colores, tonalidades y estampados.

Elaboradas a partir de retazos textiles

| | | | | | |
|----------------|----------------------|--------------|--------------|------------------------|---------------------------------|
| Medidas | Set de fundas | Ancho | Largo | Tamaño Estandar | Grande: 135cm y 150cm |
| | Set x2 | 50cm | 90cm | | Pequeña: 70cm y 75cm |

| | |
|--------------------------|--|
| Opciones de color | Las fundas de almohadas pueden ser fondo entero |
| | También pueden ser diseñadas con diferentes estampados y colores |

| | | | | | | |
|--------------------------------|---------------------------|------------------------|------------------|----------------------|--------------------|--|
| FICHA TÉCNICA DE DISEÑO | | Línea del hogar | | | Referencia: | |
| | | Femenina | Masculina | Infantil | 004 | |
| | | x | x | x | | |
| Diseñadora: | Manuela Hernández Cardona | Tipo de prenda: | | Cojines en patchwork | Fecha: | |
| Marca: | Jumaso | Universo: | | Ropa para el hogar | 05/55/2022 | |

DISEÑO COJÍN PATCHWORK

Incluye especificaciones técnicas, lupas y detalles.

Fuente imagen: Pinterest



Incluyen cierre invisible

Los diseños pueden incluir elementos de decoración como pedrerías y lentejuelas

Elaborados con diferentes figuras y formas como cuadrados, rombos, triángulos o círculos

Son elaborados en con diferentes telas como el algodón, poliéster, algodón licrado, microfibra

| | | | | | |
|----------------|-----------------------|--------------|--------------|------------------------|-------------|
| Medidas | Set de cojines | Ancho | Largo | Tamaño Estandar | 40cm x 40cm |
| | Set x4 Individuales | 60cm | 60cm | | |

| | |
|--------------------------|--|
| Opciones de color | Las fundas de los cojines son fondo entero |
| | Los cojines vienen con variedad de colores y una gama de tonalidades |

3.1.3 Calidad

Los productos elaborados en Jumaso requieren de un proceso manual y artesanal en donde dicha producción se basa en la selección de materia prima, residuos textiles, colores y tipos de tela, con el fin de poder determinar según el artículo cuales son las formas y figuras con las cuales se va a diseñar. Garantizamos un control de calidad basado en las puntadas y las formas de costura que tiene el producto y si bien son elaborados a partir de retazos de tela, en Jumaso seleccionamos de manera asertiva el material para la producción, con el fin de asegurar la perdurabilidad en el tiempo.

3.1.4 Empaque

El empaque del producto en Jumaso es elaborado con telas reciclables, les damos un segundo ciclo de vida, la misma materia prima con la cual se desarrollan todos los artículos de la marca, por ende, son diseñados pensando en el bienestar y el cuidado del medio ambiente, contribuimos a mitigar la contaminación y le brindamos al cliente la oportunidad de reutilizar el empaque en donde vienen los productos de Jumaso en otras ocasiones dándole mayores usos y aprovechando esos residuos textiles que en muchas ocasiones terminan en los vertederos de las ciudades.

Contamos con empaques diseñados en forma de talegos de tela con el objetivo de que nuestro cliente las puede utilizar en cualquier otro momento, su usabilidad es amplia y son creadas y elaboradas con el fin de que se pueda hacer uso en repetidas ocasiones.

A continuación, se presentan algunos mockups del empaque y embalaje del producto, los cuales llevarán la técnica del patchwork y la marca Jumaso.



3.1.5 Embalaje

En Jumaso el embalaje de nuestro producto está diseñado para compras al por mayor a partir de 6 unidades, se utilizarán cajas de cartón resistentes con material corrugado con el fin de transportar y realizar los envíos de una forma más fácil y segura, con el propósito de evitar que

los artículos sufran daños al momento de ser trasladados de un punto a otro. Los embalajes son cajas resistentes, que se reutilizaría pensando en el cuidado de nuestro medio ambiente y con ello se aporta a la economía a la marca al momento de empaquetar y para enviar a nuestro cliente su compra. Adicionalmente, las cajas son un embalaje de fácil manipulación, fácil rotulación y etiquetado de marca.

3.1.6 Fortalezas Y Debilidades Del Producto O Servicio Frente A La Competencia

| Debilidades en Jumaso | Fortalezas en Jumaso |
|--|---|
| <p>-Las debilidades que puede llegar a tener la marca al momento de realizar el lanzamiento de sus productos es la disponibilidad de artículos y cantidad de producción para comercializar</p> <p>-Escasez de diseños debido al alto tiempo de producción que se requiere para diseñar bajo especificación del cliente</p> <p>-Falta de reconocimiento en el mercado nacional y local.</p> <p>-Falta de conocimiento en estrategias logísticas y gestión de marca.</p> | <p>-Proyectamos que nuestros productos sean 100% personalizados, que el cliente quede completamente feliz y satisfecho por adquirir un producto único, sostenible y artesanal.</p> <p>- Se pretende cumplir con los tiempos de entrega, calidad del producto y brindarle al usuario un excelente servicio post venta.</p> <p>- Las materias primas se adquieren fácilmente logrando un ahorro de costos de inversión por que son desechos de la industria textil.</p> <p>-El material adquirido por Jumaso no requiere de características específicas o agregados especiales, todo el material es compuesto por retazos de material textil</p> <p>-Manejo adecuado de los insumos, procurando un eficaz desperdicio casi al mínimo</p> <p>-Proyección de altos márgenes de rentabilidad del producto</p> <p>-Contar con empleados capacitados en cada una de sus diferentes labores, reconocidos por su excelencia y compromiso.</p> <p>-Sobreoferta de insumos</p> <p>-Gran capacidad de creatividad y diseño</p> <p>-Tener la capacidad de compartir con nuestros clientes sus gustos en diferentes diseños para innovar día a día en el producto.</p> <p>-Confeccionar bajo las especificaciones de cada cliente</p> |

3.1.7. Materia Prima Que Se Utiliza En El Producto.

Jumaso elabora todos sus productos a partir de residuos textiles de las empresas de confección del Área Metropolitana inicialmente, que en muchas ocasiones terminan en la basura o en los vertederos de la ciudad, son pedazos de telas que incluyen variedad de tamaños, colores, material, formas y estampados, que presentan una variedad importante para el proceso de diseño, producción de todos los productos.

3.2 DISTRIBUCIÓN

3.2.1 Que Canal De Distribución

Jumaso inicialmente va a comercializar sus productos a través de canales minoristas directos y corto, es decir, producimos y de manera inmediata le entregamos a nuestro cliente. Para esto se hará uso de las redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp con estrategias de e-Commerce, marketing y pautas digitales que ayudarán a potencializar las ventas y así poder lograr un reconocimiento a en toda el área metropolitana de Medellín, adicionalmente se hará uso de canales de distribución en el mercado digital y se contará con la facilidad de entregar los productos a domicilio para la comodidad del cliente.

Jumaso también tendrá un canal de distribución selectivo, inicialmente en algunos almacenes de cadena del grupo Éxito que venden lencería para el hogar y a futuro se proyectan otros convenios con otras tiendas.



3.2.2 Métodos De Despacho Y Transporte.

Los productos de Jumaso tendrán la posibilidad de pago contra entrega en toda el área metropolitana de Medellín entre 1 y 2 artículos que nuestro cliente quiera comprar, sin superar un monto de \$400.000. Si son compras superiores a este valor o artículos de más de 3 unidades se deberá consignar por transferencia bancaria el 70% antes de la entrega en el domicilio. Los

pedidos se despachan después de que el cliente los separa y serán distribuidos con Juan David Areiza Hernandez, persona encargada de hacer llegar los productos a la dirección de residencia informada por el cliente.

3.2.3 Costos Del Transporte Y Seguros

| Cantidad | Peso | Ubicación área metropolitana Medellín | Costo del envío | Seguro de cobertura |
|----------|--------|--|--|---------------------|
| 1 | 1kg. | - Sur: Caldas, La Estrella, Sabaneta, Envigado, Itagüí - Nororiental, Noroccidental, Centro oriental, Centro occidental: Manrique, Aranjuez, Castilla, Robledo, Villa Hermosa, Buenos aires, Laureles, La América, San Javier - Norte: Bello, Copacabana, Girardota y Barbosa | - Sur: \$12.000 - Oriental y occidental: \$7.000 - Norte: \$10.000 | No aplica |
| 1 | 1,5kg. | - Sur: Caldas, La Estrella, Sabaneta, Envigado, Itagüí - Nororiental, Noroccidental, Centro oriental, Centro occidental: Manrique, Aranjuez, Castilla, Robledo, Villa Hermosa, Buenos aires, Laureles, La América, San Javier - Norte: Bello, Copacabana, Girardota y Barbosa | - Sur: \$14.000 - Oriental y occidental: \$8.000 - Norte: \$12.000 | No aplica |
| 1 | 2kg | - Sur: Caldas, La Estrella, Sabaneta, Envigado, Itagüí - Nororiental, Noroccidental, Centro oriental, Centro occidental: Manrique, Aranjuez, Castilla, Robledo, Villa Hermosa, Buenos aires, Laureles, La América, San Javier - Norte: Bello, Copacabana, Girardota y Barbosa | - Sur: \$15.000 - Oriental y occidental: \$10.000 - Norte: \$13.000 | No aplica |

3.2.4 Política De Inventario De Producto Terminado

| Artículo de Jumaso | Unidades por mes | Tiempo de garantía | Empaque |
|---------------------------|-------------------------|---------------------------|---|
| Colchas | 72 | 6 meses | Talegos ecológicos, para compras superiores a 6 unidades se dispone de un embalaje en cajas de cartón corrugado reciclable. |
| Fundas de almohada | 144 | 4 meses | Talegos ecológicos, para compras superiores a 6 unidades se dispone de un embalaje en cajas de cartón corrugado reciclable. |
| Cojines | 52 | 4 meses | Talegos ecológicos, para compras superiores a 6 unidades se dispone de un embalaje en cajas de cartón corrugado reciclable. |
| Pie de cama | 26 | 4 meses | Talegos ecológicos, para compras superiores a 6 unidades se dispone de un embalaje en cajas de cartón corrugado reciclable. |
| Sleeping | 16 | 6 meses | Talegos ecológicos, para compras superiores a 6 unidades se dispone de un embalaje en cajas de cartón corrugado reciclable. |

3.3 PRECIOS

| Artículo de Jumaso | Costo de producción |
|---------------------------|----------------------------|
| Colchas | \$265.789 |
| Fundas de almohada | \$141.459 |
| Cojines | \$93.316 |
| Pie de cama | \$122.469 |
| Sleeping | \$250.409 |

3.3.1 Análisis Del Precio Con Respecto A La Competencia.

Al momento de realizar el análisis de precios con referencia a la competencia, se puede concluir la justificación del valor de cada uno de los artículos que se comercializan en Jumaso debido a los costos de producción, sí bien la materia prima puede resultar “económica o accesible” el valor de nuestro producto está enmarcado en los costos de elaboración, ya que conlleva mayor tiempo de producción por su proceso artesanal, sus diseños exclusivos y orientados a los gustos y necesidades de cada cliente.

En Jumaso, recolectamos los insumos de materia prima como los retales textiles y luego se realiza un proceso de calidad con dichas telas, cortamos, unimos y pulimos con el fin de ir formando el artículo según las especificaciones, (figuradas redondas, cuadradas, rombos, triángulos, abstracto, entre otros).

3.3.2 Precio De Lanzamiento.

| Artículo de Jumaso | Precios de venta al público |
|---------------------------|------------------------------------|
| Colchas | \$332.236 |
| Fundas de almohada | \$176.824 |
| Cojines | \$116.645 |
| Pie de cama | \$153.086 |
| Sleeping | \$313.011 |

3.3.3 Punto De Equilibrio Pesos (Costos Fijos/ (1-Costos Variables/Ingresos)), Unidades
(Costos Fijos/Precio De Venta - Costo Variable) (Margen De Contribución)

| 1. MODULO ECONOMICO FINANCIERO | | | | | | | |
|--|---|---|---|--|--|---|--------------------------------|
| 3.3.3. Costos (escriba que cargos se necesitan, también que funciones y responsabilidades tendría, así como el valor del salario). Anexo cuadro costos mano de obra y cargos. | | | | | | | |
| COSTOS VARIABLES | | | | | VENTAS TOTALES | | |
| Producto / Servicio (Escribe aquí los nombres de los productos [físicos] o servicios [intangibles] de tu negocio) | Unidad (Es la medida del producto, por ejemplo: kilos, metros, unidad, docenas, etc.) | Cantidad Inventario Producción (El número de unidades a vender en el mes) | Costo Variable Unitario (Es la suma de los costos variables de producción entre el número de unidades producidas) | Costo Variable Total (Es la multiplicación de la Cantidad de unidades a producir por el Costo Variable Unitario) | Precio de Venta Unitario (Escribe cuanto es el precio a que venderás cada producto ó servicio) | Venta total (Es multiplicar el precio de venta unitario, o sea de cada unidad por la Cantidad de unidades a vender) | % ponderación de ventas |
| Colchas Patchwork | 1 | 72 | \$ 265,789 | \$ 19,136,809 | \$ 332,236 | \$ 23,921,011 | 37.12% |
| Fundas de almohada Patchwork | 1 | 144 | \$ 141,459 | \$ 20,370,098 | \$ 176,824 | \$ 25,462,623 | 39.52% |
| Cojines Patchwork | 1 | 52 | \$ 93,316 | \$ 4,852,415 | \$ 116,645 | \$ 6,065,519 | 9.41% |
| Pie de cama Patchwork | 1 | 26 | \$ 122,469 | \$ 3,184,194 | \$ 153,086 | \$ 3,980,243 | 6.18% |
| Sleeping Patchwork | 1 | 16 | \$ 250,409 | \$ 4,006,544 | \$ 313,011 | \$ 5,008,180 | 7.77% |
| TOTALES | | 310 | \$ 873,442 | 51,550,061 | VENTA TOTAL | 64,437,576 | 100.00% |

| <i>Producto / Servicio</i> (escribe aquí los nombres de los productos [físicos] ó servicios [intangibles] de tu negocio) | <i>Margen de Contribución por producto</i> (es la resta entre Precio de Venta Unitario menos el Costo Variable Unitario) | <i>Margen de Contribución Total</i> (Es la multiplicación del margen de contribución por producto por las cantidades a vender en el mes del producto) |
|--|--|---|
| Colchas Patchwork | \$ 66,447 | \$ 4,784,202 |
| Fundas de almohada Patchwork | \$ 35,365 | \$ 5,092,525 |
| Cojines Patchwork | \$ 23,329 | \$ 1,213,104 |
| Pie de cama Patchwork | \$ 30,617 | \$ 796,049 |
| Sleeping Patchwork | \$ 62,602 | \$ 1,001,636 |
| TOTAL | | 12,887,515 |

| | | |
|---------------------|----------------|--------------|
| | MC | 20.0% |
| Punto de equilibrio | \$ 316,462,703 | |

3.3.4 Condiciones De Pago

Las formas de pago en Jumaso inicialmente son de contado y plan separe, para el plan separe le damos a nuestro cliente la facilidad de que realice abonos de \$50.000 en adelante hasta terminar de pagar el artículo y la opción de tener pago contra entrega en la ciudad de Medellín y el área Metropolitana del Valle de Aburra, sí los envíos no cubren la cobertura, el cliente deberá realizar el pago del producto por transferencia bancaria, enviar el comprobante de la transacción y luego Jumaso se encargará de distribuir el artículo a la dirección de residencia informada inicialmente al momento de tomar el pedido.

3.3.5 Impuesto A Las Ventas (A Que Régimen Pertenece La Empresa)

Jumaso pertenecerá al régimen simplificado, según la Guía del Buen Contribuyente el impuesto a las ventas del año 2022 corresponde a las personas naturales que no son responsables del Iva, que son aquellas que cumplen con los requisitos señalados por el parágrafo 3 del artículo 437 del estatuto tributario, según esto se exceptúan las personas naturales comerciantes y los artesanos, que sean minoristas o detallistas, los pequeños agricultores y los ganaderos, así como quienes presten servicios.

Según la resolución 140 del 25 de noviembre de 2021, este valor quedó en \$38.004 para este año 2022, la Dian informó que la modificación se calculó con la variación acumulada del Índice de Precios al Consumidor (IPC) para ingresos medios, entre el 1 de octubre de 2020 y el 1 de octubre de 2021, por lo que se registró un incremento de 4,67 %.

3.3.6 Estrategias A Utilizar Frente A Una Guerra De Precios

- Activación de marca por medio de publicidad.
- Lanzar promociones con precios especiales en el mercado
- Dar obsequios por compras a nuestros clientes
- Videos tutoriales que destaquen el proceso de diseño y producción artesanal que se elabora en Jumaso
- Fidelización de clientes
- Innovación de nuevos productos y nuevos diseños de la marca

3.3.7 Método Utilizado Para La Definición Del Precio.

El precio de cada uno de los artículos se define basado en los costos fijos y costos variables de producción, se basa en aplicarlo según los costos de materias primas, insumos, mano de obra, servicios, transporte, arriendos, empaques, entre otros.

3.4 PROMOCIÓN

3.4.1 Descuentos Por Volumen O Pronto Pago

Jumaso realizará descuentos por volumen a partir de 6 unidades, aplicado según la referencia del producto y el precio de venta, se brindará un descuento inicial por pronto pago del 10%.

3.4.2 Manejo De Clientes Especiales

Se determinan como clientes especiales todas aquellas personas que hacen compras de manera periódica en nuestras tiendas, son seguidores en redes sociales y aportan valor y reconocimiento de marca.

Se creará una base de datos con el nombre de “Clientes Premium” en donde la marca celebrará con dichas personas las fechas especiales como día de madre, día del padre, día de la mujer, navidad o cumpleaños y se les enviará un detalle de agradecimiento y reconocimiento.

3.4.3 Costo y Descripción De La Promoción De Lanzamiento

Para determinar la promoción de lanzamiento en Jumaso se define primero el alcance geográfico, en donde inicialmente está enfocado a nivel regional. Se destaca el impacto sostenible y nuestro factor integrador entre los tejidos productivos y sociales presentes en los diferentes procesos del proyecto.

De esta forma, Jumaso es consciente del aporte que hace al emprendimiento local y regional que sirve como base para la consolidación o el surgimiento de nuevos sistemas productivos territoriales.

La empresa Jumaso estará ubicada alrededor del centro comercial Oviedo, sobre la Milla de Oro. Se escogió el sector de El Poblado, en el sur-centro de la ciudad de Medellín porque es reconocido por su gran oferta de servicios corporativos y comerciales, entre los que se encuentran una variedad de edificaciones modernas con opciones de oficinas, hoteles, restaurantes, casinos, entidades bancarias, clínicas y centros comerciales. Además, esta zona es atractiva para residentes y turistas por su variedad y agradable diseño de paisajismo.

- **Activación de marca por medio de publicidad BTL, ATL y TTL.**

| ACTIVACIÓN DE MARCA OFFLINE | | | | | | | | | | | |
|---|--------------------------|---|--|--|---|---|------------------|---|---------------|-------------|---|
| Tipo de activación elegida | Medio | Canal | Especificaciones del canal y ubicación | Insumos requeridos | Tiempo calendario | Duración en vivo | Valor producción | Especificaciones costos de producción | Valor emisión | Costo total | Retorno esperado (\$ o cualitativo) |
| BTL, se va a realizar una integración de adultos mayores y diseñadores con el fin de elaborar una colcha con telas que serán llevadas por cada una de las personas que asistirán al evento, a medida que se va a desarrollar la colcha se van a contar las historias y los momentos que han marcado la vida de cada uno de los participantes. | Activación en exteriores | Auditorio, Centro Comercial Oviedo Medellín · Avenida El Poblado Cr 43 A No 6 S-15 El Poblado, Colombia | Altura de 2.6mts. Tamaño: (24 MTS. X10 MTS.) Cómodas sillas, sonido, video Beam, aire acondicionado, capacidad para 200 personas, ubicación privilegiada, fácil acceso y parqueaderos vigilados y gratuitos. | Primero que todo se necesita el alquiler del espacio. Para la elaboración de la colcha necesitamos 10 tubos de hilo x 10000 yardas cada uno cuesta \$7.600, retazos de telas (Cada participante será el encargado de llevar este material), 8 paquetes de agujas cada una cuesta \$5.500. Durante el desarrollo del evento se repartirán | El sábado 16 y domingo 17 de julio de 2022, dividida en dos secciones, la primera de 10:00am a 1:00pm y la segunda de 2:00pm a 5:00pm | Dos sábados, cada día se van a realizar dos secciones, cada sección dura 3 horas. | \$120,000 | Alquiler del espacio: 6 horas \$954.415 para un total de 1'908.830, allí va incluida silletería, atril, video vean, aire acondicionado, Sonido (micrófono y mesa), y estación de agua, café y aromática. 10 tubos de hilo x 10000 yardas cada uno cuesta \$7.600 para un total de \$76.000. 8 paquetes de agujas cada una cuesta \$5.500 para un total de \$44.000. Los refrigerios serán patrocinados. | \$1,908,830 | \$2,028,830 | Incrementar las ventas. Antes de realizar esta activación se vendían aproximadamente entre 2 y 3 productos diarios, con este BTL se busca vender 6 productos diariamente. |

| | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | refrigerios, los cuales serán patrocinados por el grupo Nutresa. | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

| ACTIVACIÓN DE MARCA OFFLINE | | | | | | | | | | | |
|---|--------|-------------------------|---|---|--|------------------|------------------|--|---------------|--------------|--|
| Tipo de activación elegida | Medio | Canal | Especificaciones del canal y ubicación | Insumos requeridos | Tiempo calendario | Duración en vivo | Valor producción | Especificaciones costos de producción | Valor emisión | Costo total | Retorno esperado (\$ o cualitativo) |
| Artículo, pieza informativa, en donde se va a comunicar qué es Jumaso, qué hace, cuál es su ventaja competitiva en el mercado, por qué deben comprarnos a nosotros y la línea de productos que comercializamos. | Prensa | Periódico el Colombiano | Diario de la ciudad de Medellín, principal diario de la regional de Antioquia, ubicado en el centro de Medellín, en la dirección: carrera 48 # 30 Sur – 119. Envigado – Antioquia, Colombia | Diseñador de contenidos, comunicador social o periodista. | Los días 03, 10, 24 y 31 de julio de 2022. | Dominical | \$680,000 | Pautar en el periódico, ubicación: M12x3, Corriente Estándar B/N. Páginas pares desde el centro del periódico hacia la contraportada. Diseño del contenido 680000. | \$12,324,000 | \$13,004,000 | Que 4 de cada 10 clientes lleguen a Jumaso a realizar compras por que leyeron el artículo del periódico dominical y por ende quieren visitar la empresa. |

| ACTIVACIÓN DE MARCA OFFLINE | | | | | | | | | | | |
|--|------------|--|---|--------------------|---|--------------------------|------------------|--|---|-------------|---|
| Tipo de activación elegida | Medio | Canal | Especificaciones del canal y ubicación | Insumos requeridos | Tiempo calendario | Duración en vivo | Valor producción | Especificaciones costos de producción | Valor emisión | Costo total | Retorno esperado (\$ o cualitativo) |
| Comercial en la televisión, este será netamente informativo, inicialmente se contará sobre la historia de la técnica del patchwork y los grandes diseños que se pueden elaborar llevándola a la práctica, luego se hablará sobre el impacto ambiental y la gran contribución que hacemos | Televisión | Canal Caracol, RCN, Teleantioquia y Tele Medellín. | Televisión digital terrestre, canal privado, Indicativo de señal HJCY-TV, Formato de imagen 1080i HDTV. Ubicación Calle 103 # 69B-43, Barrio La Floresta, Suba, Bogotá. Sitio web www.caracoltv.com | Vídeo. | Desde el 01 de enero al 31 de agosto de 2022. | Duración de 30 segundos. | \$6,431,221 | Video Full HD Alta definición. En cuanto al guion, 250 palabras, la inserción de voz en off en los resúmenes tiene un costo de \$283.730. La grabación es de 1 jornada y con cámara alta definición tiene un costo de \$945.767. El montaje Incluye efectos y entalonado. Logo animado, base gráfica y 2 ráfagas.1 revisión por parte del cliente. Banda sonora con música de librería, \$2'513,227. Presentadores, \$1'980.000. Refrigerios y | Acceder a los recursos y beneficios que ofrece la ANTV. | \$6,431,221 | \$3.000.000 en el aumento de las ventas |

| | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|----------------------|--|--|--|
| cuando reutilizamos retales textiles. | | | | | | | | transporte \$708.497 | | | |
|---------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|----------------------|--|--|--|

| ACTIVACIÓN DE MARCA OFFLINE | | | | | | | | | | | |
|--|-------|-------|---|--------------------|--|-------------------------|------------------|---------------------------------------|--|-------------|--|
| Tipo de activación elegida | Medio | Canal | Especificaciones del canal y ubicación | Insumos requeridos | Tiempo calendario | Duración en vivo | Valor producción | Especificaciones costos de producción | Valor emisión | Costo total | Retorno esperado (\$ o cualitativo) |
| Cuña, en esta se va a contar sobre la empresa Jumaso, los diseños y el trabajo artesanal, los productos que comercializa en el mercado y la contribución que realiza en el medio ambiente con el uso adecuado de los retazos textiles. | Radio | La Fm | Frecuencia FM, Sitio web www.lafm.com.co o 94.9 FM en Bogotá, 24 horas. 106.9 FM en Medellín. | Voz y música. | 01 de septiembre al 01 de octubre de 2020. | Duración de 30 segundos | \$1,130,000 | Voz: \$780.000 Estudio: \$350.000 | Bogotá 94.9 FM \$383.000 y Medellín 106.9 FM \$274.000 | \$1,787,000 | 48% más en el incremento de seguidores, compradores y likes en las redes sociales. |

3.5 COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

3.5.1. Definición De Las Estrategias De Difusión Del Producto O Servicio, Medios, Tácticas Y Costos A Utilizar.

| ACTIVACIÓN DE MARCA ONLINE | | | | | | | | | | | |
|--|----------------|----------------------|---|--|---|------------------|------------------|---|---------------|-------------|---|
| Tipo de activación elegida | Medio | Canal | Especificaciones del canal y ubicación | Insumos requeridos | Tiempo calendario | Duración en vivo | Valor producción | Especificaciones costos de producción | Valor emisión | Costo total | Retorno esperado (\$ o cualitativo) |
| Realizar publicaciones de posters, videos y/o historias con tips de qué hacer con cosas que ya no utilizamos como lo puede ser una prenda de vestir o retazos de tela y la contribución que realiza cada persona al cuidado del medio ambiente cuando rediseña a partir de residuos. | Redes Sociales | Instagram y Facebook | Cuenta de Instagram de Jumaso. https://www.instagram.com/empresa.jumaso/?hl=es-la Cuenta de Facebook. https://www.facebook.com/empresa.jumaso | IGTV de 5 minutos, hilo x 10000 yardas \$ 7.600, 2 kilos de retazos de telas \$ 18.000, paquete de agujas \$ 5.500. Piezas gráficas en formato tarjeta digital para redes sociales | Realizar una publicación diaria desde el 01 de julio de 2022 hasta el 31 de agosto del mismo año. | N/A | \$3,194,100 | Presentadores \$955.000, espacio \$230.000, sonidista \$920.000, camarógrafo \$890.000, transporte \$150.000, hilo \$7.600, telas \$36.000, agujas \$5.500. | \$0 | \$3,194,100 | Aumentar los seguidores en Jumaso. Llegar a los 1.000 seguidores. |

| ACTIVACIÓN DE MARCA ONLINE | | | | | | | | | | | |
|---|----------------|----------------------|---|---|--|------------------|------------------|--|---------------|-------------|--|
| Tipo de activación elegida | Medio | Canal | Especificaciones del canal y ubicación | Insumos requeridos | Tiempo calendario | Duración en vivo | Valor producción | Especificaciones costos de producción | Valor emisión | Costo total | Retorno esperado (\$ o cualitativo) |
| Realizar un concurso y un sorteo haciendo alianzas estratégicas con otros influencers de las redes sociales, con el fin de promover e incentivar la participación en la marca. El concurso consiste en seleccionar un grupo de 20 personas, las cuales tendrán que rediseñar una prenda de vestir, la persona que elabore el producto más práctico, novedoso y creativo será el ganador. El sorteo será de la nueva línea de producto lanzada al mercado. | Redes sociales | Instagram y Facebook | Cuenta de Instagram de Jumaso. https://www.instagram.com/empresa.jumaso/?hl=es-la . Cuenta de Facebook. https://www.facebook.com/empresa.jumaso | Premio al ganador del concurso, será un producto personalizado, como lo puede ser un bolso con la técnica del patchwork. \$120.000. Producto para el sorteo, \$150.000 | El primer concurso se realizará el 25 de julio de 2022 y se va tener una réplica de un sorteo el 25 de septiembre del mismo año. | N/A | \$4,285,000 | Presentadores \$1.555.000, sonidista \$620.000, camarógrafo \$790.000 y editor de videos \$1.050.000 | \$0 | \$4,285,000 | \$2.300.000 en el incremento de las ventas y un aumento del 36% en el tráfico de la web de la marca logrando más fidelización. |

3.6. SERVICIOS

3.6.1 Procedimientos Para Otorgar Garantías Y Servicios Post Ventas

La garantía de los productos en Jumaso es de 6 meses para todas las colchas y los sleeping, para los demás productos como cojines, fundas de almohada y pie de cama tendrán 4 meses de garantía. Cabe resaltar que se reconoce como garantía todos aquellos imperfectos al momento de la elaboración del producto, es decir, artículos descosidos o con defectos en las telas o bordados. Cuando la marca identifica que es un mal uso del producto como lavados incorrectos, manchas, quemaduras o rupturas provocadas, es el cliente el que debe correr con los gastos para la reparación del mismo.

3.6.2 Servicio de venta a domicilio

Los clientes pueden acceder a este servicio a través de nuestros medios digitales y redes sociales como Facebook, WhatsApp e Instagram. Se realizan los pedidos y se definen los tiempos de entrega, métodos y formas de pago para el cliente

3.6.3 Mecanismos De Atención A Clientes

Los clientes de Jumaso podrán contactarse con la marca a través de redes sociales como Facebook, Instagram o la línea de WhatsApp, el horario de atención será de lunes a viernes de 8:00 am a 8:00 pm y los sábados de 8:00 am a 5:00 pm, por estos canales virtuales se atenderán los pedidos, peticiones, quejas, reclamos o felicitaciones. Colocamos a disposición varios canales de comunicación pensando en la comodidad y facilidad para el cliente, finalmente los mensajes serán atendidos por orden de llegada y en el menor tiempo posible.

3.7 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADOS

| COSTOS FIJOS MENSUALES | | |
|-------------------------------|---------------------|----------------------|
| <i>Elemento</i> | <i>Cantidad</i> | <i>Valor Total</i> |
| Arrendamiento | \$ 279,000 | \$ 3,348,000 |
| Agua | \$ 108,500 | \$ 1,302,000 |
| Luz | \$ 465,000 | \$ 5,580,000 |
| Depreciación de maquinaria | \$ 20,833 | \$ 229,167 |
| Transporte | \$ 280,000 | \$ 3,360,000 |
| Muebles y enseres | \$ 17,500 | \$ 210,000 |
| Equipo de cómputo y diseño | \$ 58,333 | \$ 700,000 |
| Nómina MOD | \$ 3,333,544 | \$ 40,002,528 |
| Total | | \$ 54,731,695 |

| GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS | | |
|--|-----------------|---------------------|
| <i>Elemento</i> | <i>Cantidad</i> | <i>Valor Total</i> |
| Diseñador y administrador | 1 | \$ 2,300,000 |
| Impulsador | 1 | \$ 1,700,000 |
| Servicios de Contabilidad | 1 | \$ 300,000 |
| Vendedor | 1 | \$ 1,700,000 |
| Publicidad | 1 | \$ 623,258 |
| Promoción | 1 | \$ 1,937,588 |
| Total | | \$ 8,560,846 |

3.8 ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO DE MATERIAS PRIMAS

3.8.1 Formas De Aproveccionamiento

Para generar estrategias de aprovisionamiento en las materias primas, Jumaso visitará empresas e industrias textiles con el fin de entrar en una negociación para recolectar todos los retazos de tela que se desperdician en las compañías, nosotros los compraremos a un precio justo y asequible para la producción y elaboración de todos los artículos de la marca.

Adicionalmente, le brindaremos a nuestro cliente la opción de traer las telas que deseen para la fabricación del producto y también realizaremos un intercambio, es decir, por llevar telas usadas, pero en buen estado, Jumaso brindará un 5% de descuento sobre el valor del artículo.

3.8.2 Precios De Adquisición.

Los precios en la adquisición de la materia prima varían mucho, según el tipo de tela, decoración y estampados, por lo general el precio de los retazos textiles se determina según su peso, (por kilos), por ejemplo, un set por 15 piezas de retazo con colores surtidos y diferentes tamaños puede estar alrededor de \$9.900, todo depende del peso y también la calidad de la tela.

3.8.3 Política Crediticia

Para el lanzamiento y el correcto funcionamiento del emprendimiento Jumaso en la ciudad de Medellín y toda el Área Metropolitana del Valle de Aburra se requiere de un crédito de aproximadamente \$4.300.000, según la política crediticia en Bancolombia se calcula de la siguiente manera:

Tasas y tarifas

Tasa fija

Interés mes vencido

Desde 1.05% hasta 2.18%

Interés efectivo anual

Desde 13.32% hasta 29.57%

Tasa variable

Interés mensual

DTF (TA*) + Puntos (TA*)

*Trimestre anticipado

Interés efectivo anual

Desde 13.45% hasta 29.57%

| Tasa fija - Cuota fija | Tasa variable - Cuota variable | Tasa variable - Cuota fija |
|---|---|---|
| Por un crédito de: \$ 4,300,000 | Por un crédito de: \$ 4,300,000 | Por un crédito de: \$ 4,300,000 |
| Pagarias 48 cuotas mensuales por un valor aproximado de \$126,582 | Pagarias 48 cuotas mensuales por un valor aproximado de \$117,849 | Pagarias 48 cuotas mensuales por un valor aproximado de \$145,483 |
| Tasas y tarifas | Tasas y tarifas | Tasas y tarifas |
| Tasa mes vencido ②: 1.51% Seguro de vida ②: \$5,160 | Tasa mes vencido ②: 1.18% Seguro de vida ②: \$5,160 | Tasa mes vencido ②: 1.18% Seguro de vida ②: \$5,160 |

3.8.4 Descuento Por Pronto Pago O Volumen.

Jumaso realizará descuentos por volumen a partir de 6 unidades, aplicado según la referencia del producto y el precio de venta, se brindará un descuento inicial por pronto pago del 10%.

3.8.5 Plazos Que Se Tienen Para Otorgar Los Pagos

En Jumaso no se cuentan con plazos a crédito para el pago del producto, todo será de contado. Sin embargo, el cliente tiene la opción de realizar un plan separe durante un tiempo máximo de 4 meses, durante el cual el cliente encarga su artículo y va dando cuotas de \$50.000 en adelante, hasta que su producto esté listo para realizar la entrega. Jumaso también contará con la modalidad sobre pedido por un máximo plazo de 2 meses, en esta modalidad puede seleccionar su producto y al momento de separar su pedido pagará un 40% del valor del artículo y una vez terminado y entregado el producto se cancela la totalidad del valor. También se puede separar mediante transferencia electrónica los artículos de referencias seleccionadas que el cliente pueda ver en el catálogo virtual y los termina de cancelar en el momento de la entrega, con un plazo máximo de 2 días.

3.9 PROYECCIÓN DE VENTAS

| PRODU CTO | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 | TOTAL |
|------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
| Colchas Patchwork | \$ 23,921, 011 | \$ 24,585, 484 | \$ 25,582, 193 | \$ 26,911, 138 | \$ 28,572, 319 | \$ 30,565, 737 | \$ 32,891, 391 | \$ 35,549,2 81 | \$ 38,539,4 07 | \$ 41,861,7 70 | \$ 45,516,3 69 | \$ 49,835,4 40 | \$ 367,970,2 61 |
| Fundas de almohada Patchwork | \$ 25,462, 623 | \$ 25,816, 270 | \$ 26,346, 741 | \$ 27,054, 036 | \$ 27,938, 155 | \$ 28,999, 098 | \$ 30,236, 864 | \$ 31,651,4 54 | \$ 33,242,8 68 | \$ 35,011,1 06 | \$ 36,956,1 67 | \$ 39,254,8 76 | \$ 113,961,7 75 |
| Cojines Patchwork | \$ 6,065,5 19 | \$ 6,298,8 08 | \$ 6,648,7 42 | \$ 7,115,3 21 | \$ 7,698,5 44 | \$ 8,398,4 11 | \$ 9,214,9 23 | \$ 10,148,0 80 | \$ 11,197,8 82 | \$ 12,364,3 28 | \$ 13,647,4 18 | \$ 15,163,7 98 | \$ 101,802,3 68 |
| Pie de cama Patchwork | \$ 3,980,2 43 | \$ 4,286,4 16 | \$ 4,745,6 74 | \$ 5,358,0 19 | \$ 6,123,4 51 | \$ 7,041,9 68 | \$ 8,113,5 72 | \$ 9,338,26 2 | \$ 10,716,0 39 | \$ 12,246,9 01 | \$ 13,930,8 50 | \$ 15,920,9 72 | \$ 170,591,1 41 |
| Sleeping Patchwork | \$ 5,008,1 80 | \$ 5,634,2 03 | \$ 6,573,2 37 | \$ 7,825,2 82 | \$ 9,390,3 38 | \$ 11,268, 406 | \$ 13,459, 485 | \$ 15,963,5 75 | \$ 18,780,6 76 | \$ 21,910,7 89 | \$ 25,353,9 13 | \$ 29,423,0 59 | \$ 1,158,657 ,084 |
| TOTAL | \$ 64,437, 576 | \$ 66,621, 181 | \$ 69,896, 587 | \$ 74,263, 796 | \$ 79,722, 807 | \$ 86,273, 620 | \$ 93,916, 235 | \$ 102,650, 652 | \$ 112,476, 872 | \$ 123,394, 894 | \$ 135,404, 718 | \$ 149,598, 146 | \$ 5,459,011 |

3.9.1 Método Utilizado Para La Proyección De Ventas

El método utilizado para la proyección de ventas en Jumaso consiste en incrementar las ventas mensualmente en un 7% que corresponde a 10 unidades que se suman al inventario de productos para la venta.

3.9.2 Política De Cartera

Inicialmente no se manejará política de cartera y crédito.

4 MÓDULO OPERATIVO

4.1 OPERACIÓN

El proceso de producción en Jumaso es el siguiente:

- 1) Diseño del producto
- 2) Trazo de telas
- 3) Corte de telas formando figuras
- 4) Unir los retazos
- 5) Pulir las telas

- 6) Componer el producto en su totalidad
- 7) Etiquetas
- 8) Empaque
- 9) Embalaje

4.1.1 ¿Cuál Es El Valor Agregado Que Puede Generar A Sus Clientes?

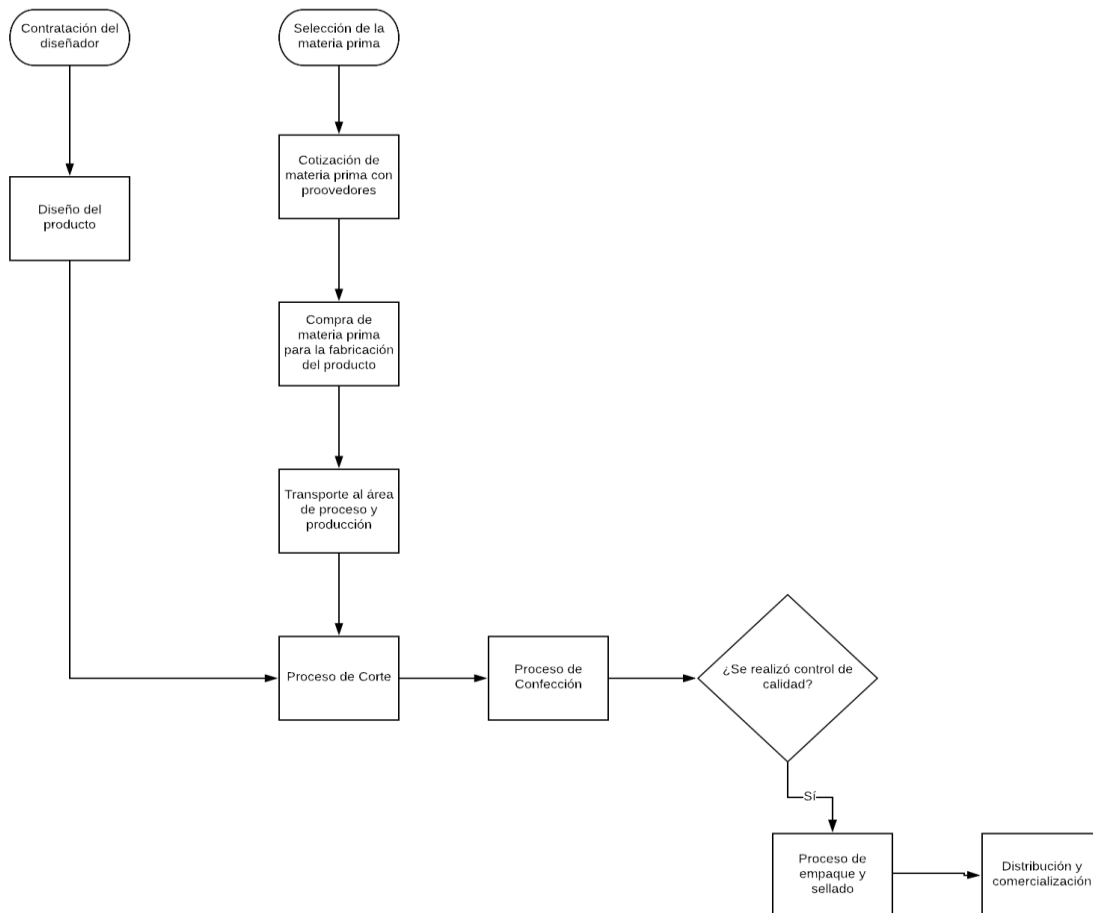
La empresa Jumaso diseña y elabora lencería para el hogar uniendo retazos textiles, son telas consideradas como residuos y muchas veces terminan en las basuras o vertederos de las ciudades, por eso, ayudamos al cuidado del medio ambiente, dándole un adecuado uso y generando gran impacto ambiental. Aplicamos la técnica del patchwork, son productos de alta calidad con diseños más elaborados y personalizados. Los procesos de fabricación son más detallados y minuciosos a partir del concepto de lo artesanal.

Nuestra propuesta de valor está enmarcada en resignificar la lencería para el hogar con un diseño sostenible, pensando en el cuidado del medio ambiente y en mitigar la contaminación que genera la industria, adicionalmente, diseños personalizados y producciones artesanales. Teniendo presente la creatividad generada en el desarrollo del concepto del producto y buscando nuevos estilos en la decoración de interiores.

4.1.2 Estado De Desarrollo

El emprendimiento llamado Jumaso actualmente se encuentra en la etapa de planeación, elaboración de diseños y prototipos que ayudaran a justificar el objetivo de la marca y la calidad de cada uno de los artículos que son elaborados a partir de la artesanía. Se está realizando un prototipo de un artículo decorativo para la cama, se trata de un pie de cama el cual es el punto de partida para diseñar moldes y basar los diseños en tamaños estándar.

4.1.3 Descripción Del Proceso



4.1.4 Necesidades Y Requerimientos:

Para la elaboración de los artículos en Jumaso se requiere de retazos textiles, pueden ser telas con diferentes tamaños y colores, lo importante está en el corte y diseño que se pretende realizar con el producto, los otros elementos necesarios y complementarios son los hilos y artículos decorativos que le dan un toque personalizado a la lencería para el hogar.

Si bien los productos son artesanales, en varias ocasiones se puede hacer uso de máquinas de coser como una maquina plana o fileteadora para garantizar cortes y costuras de tela, pero lo importante en nuestra marca son los procesos manuales en donde se da ese toque de personalización y artesanía para cada uno de nuestros clientes.

4.1.5 Plan De Producción

El plan de producción se desarrollará inicialmente basado en el inventario mensual inicial de productos para el lanzamiento de ventas, que equivale a un inventario mensual de 310 unidades, aumentando 10 unidades más cada mes durante el año.

4.2 PLAN DE COMPRAS

Los artículos de lencería para el hogar serán diseñados y elaborados bajo las especificaciones de nuestro cliente, pero basados en el conocimiento de diseño de los colaboradores de Jumaso, sin embargo, no se realizarán producciones en serie, los productos son personalizados.

Inicialmente se comprarán telas por 1.000 kilos con variedad de colores, estampados, tamaños, formas y tipos de tela, con el fin de brindarle a nuestro cliente la opción de seleccionar la materia prima con la cual quiere que se elabore el artículo.

Adicionalmente, se comprarán 100 tubos de hilos en diferentes colores básicos como el negro, azul, marrón, gris, verde, naranja, rosa, púrpura, rojo, blanco y amarillo con el fin de combinar de una manera creativa las costuras.

y como complementos innovadores se invertirá en elementos decorativos e insumos por paquetes de 100 unidades como son las lentejuelas, botones, adhesivos, bordados especiales, entre otros, con variedad en estilos.

4.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN

A continuación, se describen los costos por unidad de producto de cada una de las referencias que se producirán inicialmente:

| HOJA DE COSTOS COLCHAS | | | | |
|--|-----------------|--------------------------|--------------------|---------------------|
| | | | | |
| | PRODUCTO | Colchas Patchwork | | |
| COSTEO DE MATERIALES | | | | |
| | | | | |
| MATERIAL | CANTIDAD | UND | VR UNITARIO | VR TOTAL |
| Tela | 2 | Kilo | \$ 17,000 | \$ 34,000 |
| Hilo | 3.5 | Yarda | \$ 1,150 | \$ 4,025 |
| Resorte | 10 | Metro | \$ 900 | \$ 9,000 |
| Guata o espuma acolchada | 4.00 | Kilo | \$ 4,000 | \$ 16,000 |
| TOTAL, COSTEOS DE MATERIALES | | | | \$ 63,025 |
| | | | | |
| COSTEO DE MANO DE OBRA | | | | |
| | | | | |
| CANTIDAD | UND | DETALLE | VR UNIT | VR TOTAL |
| | | 1 | | |
| 1 | Corte | \$ 2,000 | \$ 2,000 | \$ 2,000 |
| 1 | Unir telas | \$ 80 | \$ 28,800 | \$ 28,800 |
| 1 | Producción | \$ 80 | \$ 28,800 | \$ 28,800 |
| TOTAL, COSTOS MANO DE OBRA | | | | \$ 59,600 |
| | | | | |
| COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN | | | | |
| Arrendamiento | | | \$ 900 | \$ 900 |
| Agua | | | \$ 350 | \$ 350 |
| Luz | | | \$ 1,500 | \$ 1,500 |
| Depreciación de 2 Maquinas \$2.500.000 | | | \$ 67 | \$ 67 |
| Transporte | | | \$ 903 | \$ 903 |
| Nomina MOI | | | \$ - | \$ - |
| Nomina MOD | | | \$ 4,291,200 | \$ 4,291,200 |
| TOTAL, COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN | | | | \$ 143,164 |
| | | | | |
| COSTO TOTAL PRODUCCIÓN DE LOTE | | | | \$ 3,189,468 |
| | | | | |
| COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN | | | | \$ 265,789 |
| | | | | |
| MARGEN DE CONTRIBUCIÓN | | | | \$ 66,447 |
| % POLITICA DE UTILIDAD | 25% | PRECIO DE VENTA | | \$ 332,236 |

| ORDEN OPERACIONAL | | | | |
|--------------------------|--|--|--|--|
| | | | | |

| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| 1 - Hacer los cortes a las telas | | | | |
| | | | | |
| 2 - Realizar empate y unir los retazos | | | | |
| | | | | |
| 3 - Armar el artículo | | | | |
| | | | | |
| 4 - Terminar detalles y colocar elementos decorativos | | | | |
| | | | | |

| HOJA DE COSTOS ALMOHADAS | | | | |
|--|-----------------|-------------------------------------|--------------------|---------------------|
| | PRODUCTO | Fundas de almohada Patchwork | | |
| COSTEO DE MATERIALES | | | | |
| MATERIAL | CANTIDAD | UND | VR UNITARIO | VR TOTAL |
| Hilo | 0.9 | Yarda | \$ 750 | \$ 675 |
| Tela | 0.5 | Kilo | \$ 5,000 | \$ 2,500 |
| Espuma acolchada | 2 | Kilo | \$ 8,000 | \$ 16,000 |
| Adornos decorativos | 4.00 | Unidad | \$ 1,250 | \$ 5,000 |
| TOTAL, COSTEOS DE MATERIALES | | | | \$ 24,175 |
| COSTEO DE MANO DE OBRA | | | | |
| CANTIDAD | UND | DETALLE | VR UNIT | VR TOTAL |
| | | 1 | | |
| 1 | Corte | \$ 1,000 | \$ 1,000 | \$ 1,000 |
| 1 | Unir telas | \$ 80 | \$ 9,600 | \$ 9,600 |
| 1 | Producción | \$ 80 | \$ 9,600 | \$ 9,600 |
| TOTAL, COSTOS MANO DE OBRA | | | | \$ 20,200 |
| COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN | | | | |
| Arrendamiento | | \$ 900 | \$ 900 | \$ 900 |
| Agua | | \$ 350 | \$ 350 | \$ 350 |
| Luz | | \$ 1,500 | \$ 1,500 | \$ 1,500 |
| Depreciación de 2 Maquinas \$3.000.000 | | \$ 67 | \$ 67 | \$ 67 |
| Transporte | | \$ 903 | \$ 903 | \$ 903 |
| Nomina MOI | | \$ - | \$ - | \$ - |
| Nomina MOD | | \$ 2,908,800 | \$ 2,908,800 | \$ 2,908,800 |
| TOTAL, COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN | | | | \$ 97,084 |
| COSTO TOTAL PRODUCCIÓN DE LOTE | | | | \$ 1,697,508 |

| | | | | |
|-------------------------------------|-----|------------------------|----|----------------|
| COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN | | | \$ | 141,459 |
| MARGEN DE CONTRIBUCIÓN | | | \$ | 35,365 |
| % POLITICA DE UTILIDAD | 25% | PRECIO DE VENTA | \$ | 176,824 |

| ORDEN OPERACIONAL | | | | |
|---|-----------------|--------------------------|--------------------|-----------------|
| 1 - Hacer los cortes a las telas | | | | |
| 2 - Realizar empate y unir los retazos | | | | |
| 3 - Armar el artículo | | | | |
| 4 - Terminar detalles y colocar elementos decorativos | | | | |
| HOJA DE COSTOS COJINES | | | | |
| PRODUCTO | | Cojines Patchwork | | |
| COSTEO DE MATERIALES | | | | |
| MATERIAL | CANTIDAD | UND | VR UNITARIO | VR TOTAL |
| Hilo | 1.5 | Yarda | \$ 950 | \$ 1,425 |
| Tela | 1 | Kilo | \$ 7,000 | \$ 7,000 |
| Guata o espuma | 1 | Kilo | \$ 5,000 | \$ 5,000 |
| Adornos decorativos | 7 | Unidades | \$ 1,200 | \$ 8,400 |
| Cierre | 0.5 | Metro | \$ 600 | \$ 300 |
| TOTAL, COSTEOS DE MATERIALES | | | | \$ 22,125 |
| COSTEO DE MANO DE OBRA | | | | |
| CANTIDAD | UND | DETALLE | VR UNIT | VR TOTAL |
| | | 1 | | |
| 1 | Corte | \$ 2,000 | \$ 2,000 | \$ 2,000 |
| 1 | Unir telas | 80 | \$ 12,000 | \$ 12,000 |
| 1 | Producción | 80 | \$ 12,000 | \$ 12,000 |
| TOTAL, COSTOS MANO DE OBRA | | | | \$ 26,000 |
| COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN | | | | |
| Arrendamiento | | \$ | 900 | \$ 900 |
| Agua | | \$ | 350 | \$ 350 |
| Luz | | \$ | 1,500 | \$ 1,500 |

| | | | | |
|--|-----|------------------------|-----------|----------------|
| Depreciación de 2 Maquinas \$3.000.000 | \$ | 67 | \$ | 67 |
| Transporte | \$ | 903 | \$ | 903 |
| Nomina MOI | \$ | - | \$ | - |
| Nomina MOD | \$ | 1,352,000 | \$ | 1,352,000 |
| TOTAL, COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN | | | | \$ 45,191 |
| COSTO TOTAL PRODUCCIÓN DE LOTE | | | | \$ 1,119,788 |
| COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN | | | | \$ 93,316 |
| MARGEN DE CONTRIBUCIÓN | | | | \$ 23,329 |
| % POLITICA DE UTILIDAD | 25% | PRECIO DE VENTA | \$ | 116,645 |

| ORDEN OPERACIONAL | | | | |
|---|--|--|--|--|
| 1 - Hacer los cortes a las telas | | | | |
| | | | | |
| 2 - Realizar empate y unir los retazos | | | | |
| | | | | |
| 3 - Armar el artículo | | | | |
| | | | | |
| 4 - Terminar detalles y colocar elementos decorativos | | | | |
| | | | | |

| HOJA DE COSTOS PIE DE CAMA | | | | |
|-------------------------------------|-----------------|------------------------------|--------------------|-----------------|
| | PRODUCTO | Pie de cama Patchwork | | |
| COSTEO DE MATERIALES | | | | |
| MATERIAL | CANTIDAD | UND | VR UNITARIO | VR TOTAL |
| Hilo | 2.5 | Yarda | \$ 1,050 | \$ 2,625 |
| Tela | 1.5 | Kilo | \$ 17,000 | \$ 25,500 |
| Guata o espuma | 0.3 | Kilo | \$ 5,000 | \$ 1,500 |
| Adornos decorativos | 25 | Unidades | \$ 1,200 | \$ 30,000 |
| TOTAL, COSTEOS DE MATERIALES | | | | \$ 59,625 |
| COSTEO DE MANO DE OBRA | | | | |
| CANTIDAD | UND | DETALLE | VR UNIT | VR TOTAL |

| | | | | |
|--|------------|------------------------|------------|----------------|
| | | 1 | | |
| 1 | Corte | \$ 2,000 | \$ 2,000 | \$ 2,000 |
| 1 | Unir telas | 80 | \$ 16,800 | \$ 16,800 |
| 1 | Producción | 80 | \$ 16,800 | \$ 16,800 |
| TOTAL, COSTOS MANO DE OBRA | | | | \$ 33,600 |
| COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN | | | | |
| Arrendamiento | | \$ 900 | \$ 900 | \$ 900 |
| Agua | | \$ 350 | \$ 350 | \$ 350 |
| Luz | | \$ 1,500 | \$ 1,500 | \$ 1,500 |
| Depreciación de 2 Maquinas \$3.000.000 | | \$ 67 | \$ 67 | \$ 67 |
| Transporte | | \$ 903 | \$ 903 | \$ 903 |
| Nomina MOI | | \$ - | \$ - | \$ - |
| Nomina MOD | | \$ 873,600 | \$ 873,600 | \$ 873,600 |
| TOTAL, COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN | | | | \$ 29,244 |
| COSTO TOTAL PRODUCCIÓN DE LOTE | | | | \$ 1,469,628 |
| COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN | | | | \$ 122,469 |
| MARGEN DE CONTRIBUCIÓN | | | | \$ 30,617 |
| % POLITICA DE UTILIDAD | 25% | PRECIO DE VENTA | \$ | 153,086 |

| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| ORDEN OPERACIONAL | | | | |
| 1 - Hacer los cortes a las telas | | | | |
| 2 - Realizar empate y unir los retazos | | | | |
| 3 - Armar el artículo | | | | |
| 4 - Terminar detalles y colocar elementos decorativos | | | | |

| | | | | |
|--------------------------------|--|---------------------------|--|--|
| HOJA DE COSTOS SLEEPING | | | | |
| PRODUCTO | | Sleeping Patchwork | | |
| COSTEO DE MATERIALES | | | | |

| MATERIAL | CANTIDAD | UND | VR UNITARIO | VR TOTAL |
|--|------------|------------------------|--------------|----------------|
| Tela | 3 | Kilo | \$ 15,500 | \$ 46,500 |
| Hilo | 3.5 | Yarda | \$ 1,150 | \$ 4,025 |
| Espuma o guata | 10 | Kilo | \$ 8,000 | \$ 80,000 |
| Plumon de ganso | 4.00 | Kilo | \$ 200 | \$ 800 |
| Cierre | 2.00 | Metro | \$ 600 | \$ 1,200 |
| TOTAL, COSTEOS DE MATERIALES | | | | \$ 132,525 |
| COSTEO DE MANO DE OBRA | | | | |
| | | | | |
| CANTIDAD | UND | DETALLE | VR UNIT | VR TOTAL |
| | | 1 | | |
| 1 | Corte | \$ 2,000 | \$ 2,000 | \$ 2,000 |
| 1 | Unir telas | \$ 80 | \$ 38,400 | \$ 38,400 |
| 1 | Producción | \$ 80 | \$ 38,400 | \$ 38,400 |
| TOTAL, COSTOS MANO DE OBRA | | | | \$ 76,800 |
| COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN | | | | |
| Arrendamiento | | \$ 900 | \$ 900 | \$ 900 |
| Agua | | \$ 350 | \$ 350 | \$ 350 |
| Luz | | \$ 1,500 | \$ 1,500 | \$ 1,500 |
| Depreciación de 2 Maquinas \$3.000.000 | | \$ 67 | \$ 67 | \$ 67 |
| Transporte | | \$ 903 | \$ 903 | \$ 903 |
| Nomina MOI | | \$ - | \$ - | \$ - |
| Nomina MOD | | \$ 1,228,800 | \$ 1,228,800 | \$ 1,228,800 |
| TOTAL, COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN | | | | \$ 41,084 |
| COSTO TOTAL PRODUCCIÓN DE LOTE | | | | \$ 6,009,816 |
| COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN | | | | \$ 250,409 |
| MARGEN DE CONTRIBUCIÓN | | | | \$ 62,602 |
| % POLITICA DE UTILIDAD | 25% | PRECIO DE VENTA | \$ | 313,011 |

| ORDEN OPERACIONAL | | | | |
|--|--|--|--|--|
| 1 - Hacer los cortes a las telas | | | | |
| | | | | |
| 2 - Realizar empate y unir los retazos | | | | |
| | | | | |
| 3 - Armar el artículo | | | | |

| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| 4 - Terminar detalles y colocar elementos decorativos | | | | |
|---|--|--|--|--|

4.3.1. Costos de la cantidad de unidades a producir inicialmente

| Producto / Servicio (Escribe aquí los nombres de los productos [físicos]o servicios [intangibles] de tu negocio) | Unidad (Es la medida del producto, por ejemplo: kilos, metros, unidad, docenas, etc.) | Cantidad Inventario Producción (El número de unidades a vender en el mes) | Costo Variable Unitario (Es la suma de los costos variables de producción entre el número de unidades producidas) | Costo Variable Total (Es la multiplicación de la Cantidad de unidades a producir por el Costo Variable Unitario) |
|--|---|---|---|--|
| Colchas Patchwork | 1 | 72 | \$ 265,789 | \$ 19,136,809 |
| Fundas de almohada Patchwork | 1 | 144 | \$ 141,459 | \$ 20,370,098 |
| Cojines Patchwork | 1 | 52 | \$ 93,316 | \$ 4,852,415 |
| Pie de cama Patchwork | 1 | 26 | \$ 122,469 | \$ 3,184,194 |
| Sleeping Patchwork | 1 | 16 | \$ 250,409 | \$ 4,006,544 |
| TOTALES | | 310 | \$ 873,442 | 51,550,061 |

4.4 INFRAESTRUCTURA

4.4.1 Infraestructura

La maquinaria necesaria para comenzar la producción y elaboración de productos en Jumaso es la maquina plana la cual tiene un costo de \$1.500.000 y una máquina fileteadora por

un valor de \$1.500.000. Adicionalmente se requiere de una plancha industrial que cuesta \$250.000, un mueble o estantería para guardar la materia prima por un valor de \$450.000, adicionalmente un computador de mesa para el diseño de los productos y su costo es de \$3.500.000, sillas y mesas de escritorio y corte por un valor de \$1.400.000 en su totalidad de dotación. Con respecto al arriendo, inicialmente el emprendimiento estará ubicado en la casa donde actualmente viven los trabajadores, por ende, se dará un porcentaje del 31% total del arriendo para contribuir al gasto, el arriendo a hoy cuesta \$900.000 y Jumaso aportará \$279.000, en este valor están incluidos los costos fijos.

4.4.2 Parámetros Técnicos Especiales

La calidad y las características de los productos desde el diseño hasta la confección personalizada y artesanal, logran que Jumaso se convierta en una marca potencial ya que puede llegar a ser competencia de otras empresas ya posicionadas en el mercado, ocasionando el desplazamiento de productos similares y masificados, convirtiéndose en una marca exclusiva que atiende la necesidad del cliente.

Las características de nuestra materia prima y el buen manejo que se le da a los productos, también el alto margen de rentabilidad que tenemos, nos da una mejor posición frente a los competidores en el momento que haya una sobreoferta en bajas de precio, ya que el margen de rentabilidad es amplio.

La investigación de mercado nos permite desarrollar nuevas líneas de productos, crecer y a generar un mayor posicionamiento de marca en el mercado. Las alianzas estratégicas con el

ecosistema de emprendimiento de Medellín y el fácil acceso a nuevos mercados, nos ayuda a crecer para implementar nuevas tecnologías y así mismo expandir operaciones logísticas en diferentes municipios y ciudades.

5 MÓDULO ORGANIZACIONAL

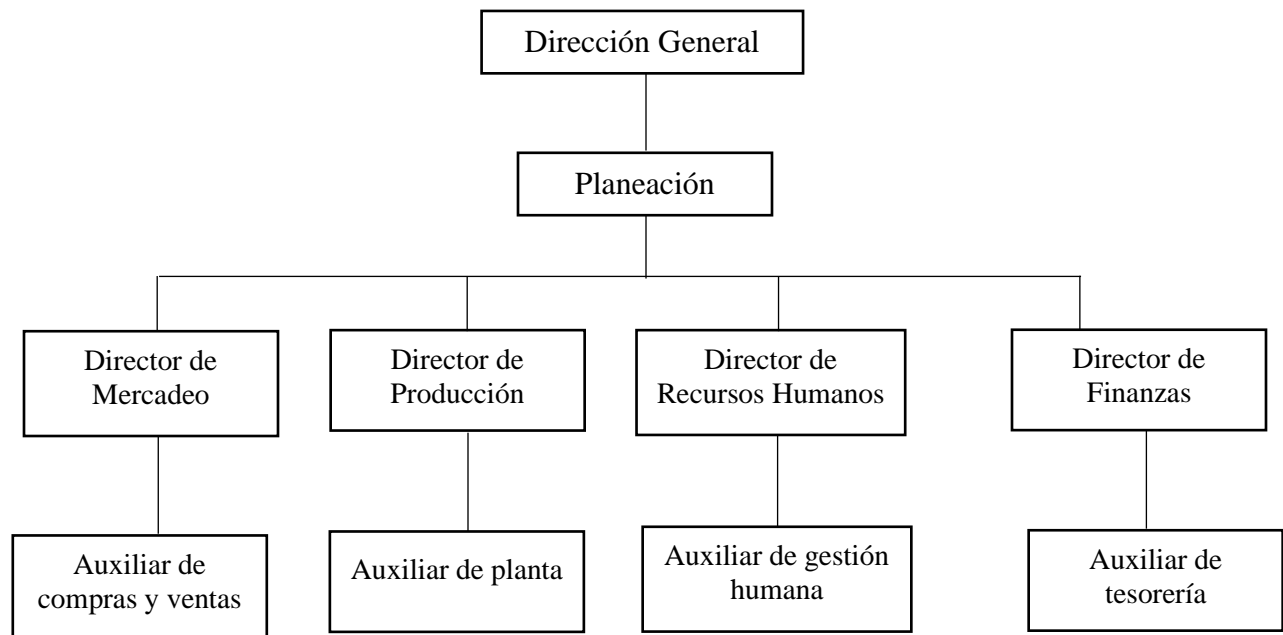
5.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

5.1.1 Análisis DOFA



5.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Todas las áreas representadas en el siguiente organigrama están planteadas para la conformación del personal en Jumaso aproximadamente dentro de 2 años ya que se pronostica un crecimiento económico en las ventas y en el incremento de inversionistas. Cada una de estas es importante dentro de la compañía y por esta razón se diseña la estructura organizacional de esta forma, ya que cumplen diferentes roles y realizan actividades encaminadas al éxito de la empresa. Esta estructura se realiza con el fin de implementar una adecuada organización y distribución de tareas a cada personal de trabajo.



- **Dirección general:** Este proceso en la empresa se encarga de planificar, organizar, dirigir, controlar y coordinar las demás áreas de la organización, vela por el correcto funcionamiento de la misma.

- **Planeación:** Tiene como función orientar a la compañía en la preparación y presentación de los objetivos planteados. También brinda apoyo y acompañamiento a las demás áreas para una correcta organización.

- **Contabilidad y finanzas:** Es proceso clave en la empresa, ayuda a controlar los ingresos y egresos de Jumaso. A su vez realiza los presupuestos, lleva a cabo procesos contables e inventarios a nivel interno. Financiamientos e inversión

- **Mercado:** Este proceso es esencial en Jumaso, ya que ayuda a fortalecer y coordinar las estrategias de venta y publicidad en la empresa. El objetivo de esta área es posicionar a la compañía en el mercado incrementando las ventas.

- **Gestión de la calidad:** Se encarga de la revisión del producto final, antes de ser comercializado y entregado al cliente. Verifica que todo esté en orden, tanto producto como empaque y sellado.

- **Recursos humanos:** Esta área se encargada de la contratación del personal de trabajo, de la selección y capacitación de empleados, los incentivos, pausas activas y vela por el bienestar de los trabajadores.

5.3 ASPECTOS LEGALES

Actualmente Jumaso no se encuentra registrada en la Cámara de Comercio de Medellín debido a que apenas se está diseñando y planeando el emprendimiento para poder ser lanzado al mercado, sin embargo, en un futuro se proyecta su registro en las entidades encargadas como una empresa SAS (Sociedad por Acciones Simplificadas), con el fin de ser una empresa constituida legalmente en el mercado de la ciudad.

5.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS

| <i>GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS</i> | | |
|--|-----------------|---------------------|
| <i>Elemento</i> | <i>Cantidad</i> | <i>Valor Total</i> |
| Diseñador y administrador | 1 | \$ 2,300,000 |
| Impulsador | 1 | \$ 1,700,000 |
| Servicios de Contabilidad | 1 | \$ 300,000 |
| Vendedor | 1 | \$ 1,700,000 |
| Publicidad | 1 | \$ 623,258 |
| Promoción | 1 | \$ 1,937,588 |
| <i>Total</i> | | \$ 8,560,846 |

5.4.1 Gastos De Personal

| DESCRIPCION | SALARIO |
|---|--------------|
| PERSONAL PRODUCCION | |
| Confeccionista | \$ 1.666.772 |
| Confeccionista | \$ 1.666.772 |
| Diseñador y administrador | \$ 2.300.000 |
| PERSONAL ADMINISTRACIÓN Y MERCADEO | |
| Impulsador | \$ 1.700.000 |
| Servicios de Contabilidad | \$ 300.000 |
| PERSONAL VENTAS | |
| Vendedor | 1,130,000 |

- **Diseñador:** Es la persona encargada de conceptualizar y elaborar el arte, para llevar a cabo una producción. Sus principales funciones son: usar herramientas como tableros de creación, bocetos y presentación de materiales, igualmente manejar diversos programas de diseños, con el fin de crear propuestas que sean estéticamente agradables para presentarlos al cliente, además, también debe tener una visión artística, ser detallista y tener creatividad. En muchas ocasiones los clientes no pueden siempre explicar lo que les llama la atención, aparte tal vez ni lo sepan, y esta es la mejor salida, ya que el diseñador se centrara en el cliente recolectara la información y a través de la observación puede responder con precisión para definir lo que se va a desarrollar.

- **Confeccionista:** Es el encargado de interpretar prototipos o diseños para comenzar su producción. Sus principales funciones son: transformar moldes base, trazar, cortar dependiendo de lo que se vaya a desarrollar, operar las máquinas, producir el ensamble, cosido y acabados, dependiendo de la complejidad; también se incluye la función de la producción artesanal y alta costura, esta persona está en la capacidad de hacer diseños propios, costear ya que sabe el tiempo que se necesita para llevar a cabo el producto final. Tiene la capacidad y los conocimientos para transformar la materia prima, igualmente es la que corrige en caso de que sea necesario, domina los textiles y sabe hasta qué punto se pueden trabajar.

- **Contador:** Es la persona encargada de llevar una adecuada ejecución de las diferentes actividades económicas de la empresa. Sus principales funciones son: interpretar, analizar y elaborar estados financieros, establece los sistemas contables más necesarios, revisa la exactitud de operaciones registradas y el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Es la persona que puede medir los resultados y estrategias implementadas en Jumaso, conocedor de esta y su actividad financiera que está en constante cambio y apoya actividades para la toma de decisiones.

- **Impulsador o Mercaderista:** Es el encargado de promover las ventas. Su función principal es: conocer las técnicas, estadísticas y el mercado para incidir en este, también trata con los clientes.

5.4.2 Gastos De Puesta En Marcha

La inversión inicial para que el proyecto funcione y ponerlo en marcha es de \$75,332,528 dentro de esta inversión se discrimina el coste de la mano de obra para Jumaso durante un año, esta inversión se puede conseguir a través de concursos de emprendimiento o buscando accionistas que deseen invertir en el proyecto.

A continuación, se describen los conceptos de la inversión:

| Infraestructura | Valor |
|------------------------------|----------------------|
| Máquina de coser plana | \$ 1,500,000 |
| Máquina de coser fileteadora | \$ 1,500,000 |
| Muebles y enseres | \$ 1,599,000 |
| Equipo de cómputo | \$ 3,501,000 |
| Mano de obra por 12 meses | \$ 67,232,528 |
| Total | \$ 75,332,528 |

5.4.3 Gastos Anuales De Administración

| GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS | | |
|--|-----------------|---------------------|
| <i>Elemento</i> | <i>Cantidad</i> | <i>Valor Total</i> |
| Diseñador y administrador | 1 | \$ 2,300,000 |
| Impulsador | 1 | \$ 1,700,000 |
| Servicios de Contabilidad | 1 | \$ 300,000 |
| Vendedor | 1 | \$ 1,700,000 |
| Publicidad | 1 | \$ 623,258 |
| Promoción | 1 | \$ 1,937,588 |
| Total | | \$ 8,560,846 |

6 MÓDULO FINANCIERO

6.1 INGRESOS

| Estados de Resultados | | | | | |
|--------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| CONCEPTO | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| INGRESOS | | | | | |
| Venta de productos ó servicios | \$ 773,250,917 | \$ 835,110,990 | \$ 901,919,869 | \$ 947,015,863 | \$ 994,366,656 |
| Otros Ingresos | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Subtotal ingresos | \$ 773,250,917 | \$ 835,110,990 | \$ 901,919,869 | \$ 947,015,863 | \$ 994,366,656 |
| EGRESOS | | | | | |
| Costos Variables | \$ 618,600,733 | \$ 640,251,759 | \$ 662,660,571 | \$ 689,166,993 | \$ 716,733,673 |
| Costos Fijos | \$ 54,731,695 | \$ 56,647,304 | \$ 58,629,960 | \$ 60,975,158 | \$ 63,414,164 |
| Gastos Ventas y Administración | \$ 8,560,846 | \$ 8,860,476 | \$ 9,170,592 | \$ 9,537,416 | \$ 9,918,912 |
| Gastos financieros | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Subtotal egresos | \$ 681,893,274 | \$ 705,759,539 | \$ 730,461,122 | \$ 759,679,567 | \$ 790,066,750 |
| UTILIDAD | \$ 91,357,643 | \$ 129,351,451 | \$ 171,458,747 | \$ 187,336,295 | \$ 204,299,906 |

6.1.1 Fuentes De Financiación

La primera organización donde Jumaso podrá obtener ingresos para poner en marcha el emprendimiento en la ciudad de Medellín es Fondo Emprender, es un fondo de capital semilla creado por el gobierno nacional y que está adscrito al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Tiene como objetivo financiar iniciativas empresariales creadas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales.

Otra red de aliados va ser el CEDEZO La Ladera, ubicado en la calle 59 A # 36 -30 en el Parque Biblioteca León de Greiff. Estas entidades son la puerta de entrada que tenemos todos los emprendedores al ecosistema de innovación y emprendimiento de la ciudad de Medellín. A través de estos espacios se pueden conectar con la oferta institucional de la Alcaldía de Medellín, recibir acompañamiento empresarial y conocer ofertas de empleo, entre otros beneficios.

6.1.2 Formatos Financieros

Se anexa Excel con el análisis financiero para el emprendimiento Jumaso, adicionalmente los costos de producción.

6.2 EGRESOS

| Flujo de Caja | | | | | | |
|---------------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| CONCEPTO | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Inversión inicial de activos | \$ 75,332,528.00 | | | | | |
| Venta de productos o servicios | \$ 0.00 | \$ 773,250,917 | \$ 835,110,990 | \$ 901,919,869 | \$ 947,015,863 | \$ 994,366,656 |
| TOTAL, INGRESOS | \$ 75,332,528.00 | \$ 773,250,916.67 | \$ 835,110,990.00 | \$ 901,919,869.20 | \$ 947,015,862.66 | \$ 994,366,655.79 |
| Menos Costos Variables | | \$ 51,550,061 | \$ 53,354,313 | \$ 55,221,714 | \$ 57,430,583 | \$ 59,727,806 |
| Menos Costos Fijos | | \$ 51,161,694.67 | \$ 52,952,353.98 | \$ 54,805,686.37 | \$ 56,723,885.39 | \$ 58,709,221.38 |

| | | | | | | |
|--|----------------------------|-----------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Arrendamiento | | \$ 3,348,000.00 | \$ 3,465,180.00 | \$ 3,586,461.30 | \$ 3,711,987.45 | \$ 3,841,907.01 |
| Agua | | \$ 1,302,000.00 | \$ 1,347,570.00 | \$ 1,394,734.95 | \$ 1,443,550.67 | \$ 1,494,074.95 |
| Luz | | \$ 5,580,000.00 | \$ 5,775,300.00 | \$ 5,977,435.50 | \$ 6,186,645.74 | \$ 6,403,178.34 |
| Depreciación de maquinaria | | \$ 229,166.67 | \$ 237,187.50 | \$ 245,489.06 | \$ 254,081.18 | \$ 262,974.02 |
| Equipo de cómputo y diseño | | \$ 700,000.00 | \$ 724,500.00 | \$ 749,857.50 | \$ 776,102.51 | \$ 803,266.10 |
| Nómina MOD | | \$ 40,002,528.00 | \$ 41,402,616.48 | \$ 42,851,708.06 | \$ 44,351,517.84 | \$ 45,903,820.96 |
| Menos Gastos Administrativos y ventas | | \$ 36,730,151.00 | \$ 38,045,706.29 | \$ 39,408,506.00 | \$ 40,820,251.72 | \$ 42,282,706.45 |
| Salarios Administración | | \$ 6,000,000.00 | \$ 6,240,000.00 | \$ 6,489,600.00 | \$ 6,749,184.00 | \$ 7,019,151.36 |
| Publicidad | | \$ 7,479,100.00 | \$ 7,740,868.50 | \$ 8,011,798.90 | \$ 8,292,211.86 | \$ 8,582,439.27 |
| Promoción | | \$ 23,251,051.00 | \$ 24,064,837.79 | \$ 24,907,107.11 | \$ 25,778,855.86 | \$ 26,681,115.81 |
| Menos Gastos Financieros | | | | | | |
| Abono a deuda | | \$ 0.00 | | | | |
| Pago de intereses | | \$ 0.00 | | | | |
| Menos OTROS Gastos Pre operativos | | \$ 0.00 | | | | |
| TOTAL, EGRESOS | \$ 0.00 | \$ 139,441,906.78 | \$ 144,352,373.52 | \$ 149,435,906.59 | \$ 154,974,719.89 | \$ 160,719,733.92 |
| Flujo Bruto | \$ 75,332,528.00 | \$ 633,809,009.89 | \$ 690,758,616.49 | \$ 752,483,962.61 | \$ 792,041,142.77 | \$ 833,646,921.87 |
| Saldo anterior | \$ 0.00 | \$ 709,141,537.89 | \$ 1,399,900,154.37 | \$ 2,152,384,116.99 | \$ 2,944,425,259.76 | \$ 3,778,072,181.63 |
| Flujo Neto | \$ 75,332,528.00 | \$ 709,141,537.89 | \$ 1,399,900,154.37 | \$ 2,152,384,116.99 | \$ 2,944,425,259.76 | \$ 3,778,072,181.63 |

6.3 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo inicial para el emprendimiento Jumaso es de \$51,550,061.

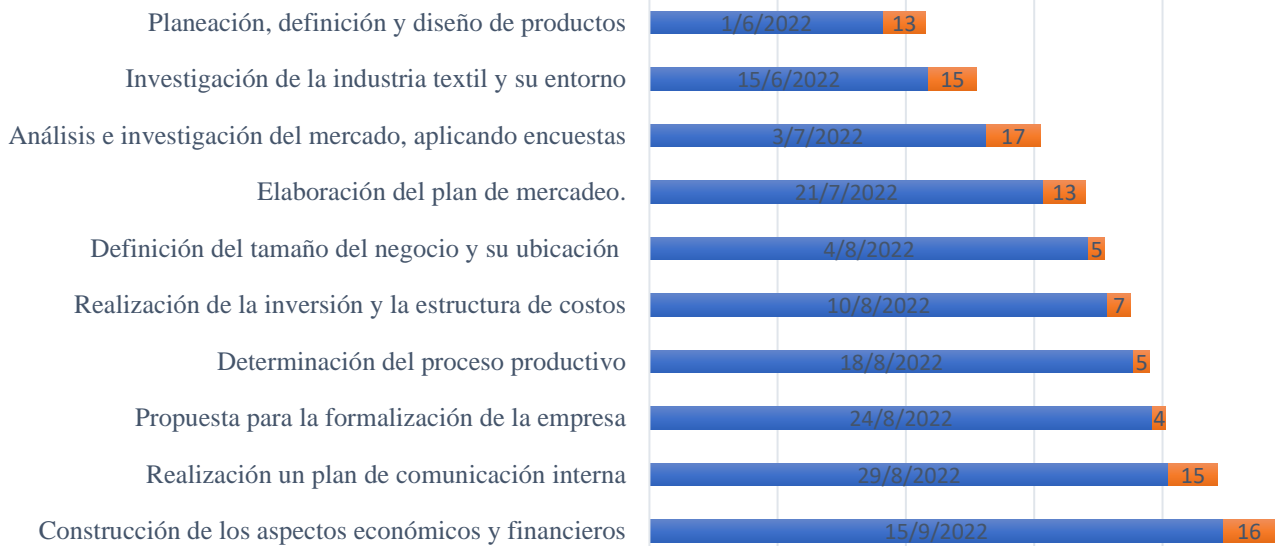
7 PLAN OPERATIVO

7.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

| NOMBRE DE LA ACTIVIDAD | FECHA DE INICIO | DURACIÓN EN DÍAS | FECHA FINAL |
|---|------------------------|-------------------------|--------------------|
| Planeación, definición y diseño de productos | 1/6/2022 | 13 | 14/6/2022 |
| Investigación de la industria textil y su entorno | 15/6/2022 | 15 | 30/6/2022 |
| Análisis e investigación del mercado, aplicando encuestas | 3/7/2022 | 17 | 20/7/2022 |
| Elaboración del plan de mercadeo. | 21/7/2022 | 13 | 3/8/2022 |
| Definición del tamaño del negocio y su ubicación | 4/8/2022 | 5 | 9/8/2022 |
| Realización de la inversión y la estructura de costos | 10/8/2022 | 7 | 17/8/2022 |
| Determinación del proceso productivo | 18/8/2022 | 5 | 23/8/2022 |
| Propuesta para la formalización de la empresa | 24/8/2022 | 4 | 28/8/2022 |
| Realización un plan de comunicación interna | 29/8/2022 | 15 | 13/9/2022 |
| Construcción de los aspectos económicos y financieros | 15/9/2022 | 16 | 1/10/2022 |

Diagrama de Gantt

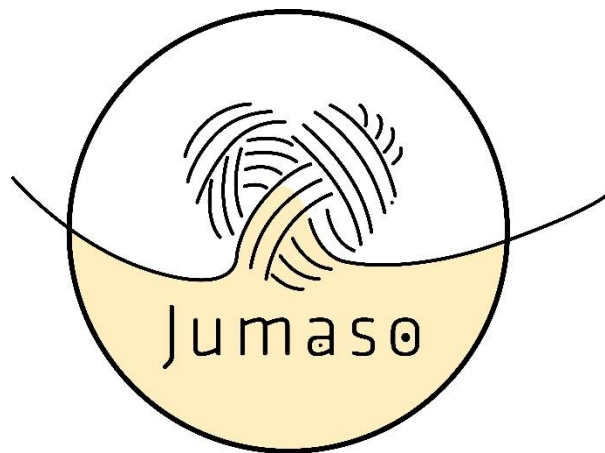
20/3/2022 29/4/2022 8/6/2022 18/7/2022 27/8/2022 6/10/2022



7.2 METAS SOCIALES

En Jumaso hemos implementado la cultura organizacional, gracias a la importancia de esta en el clima organizacional, enfocándonos en nuestra estrategia de diferenciación encontrada en el desarrollo de este emprendimiento. La implementación de nuestra cultura organizacional permite que los integrantes de nuestra familia Jumaso, tengan enfoque en el factor humano, con un énfasis de una cultura laboral abierta, donde todos son partícipes y su conducta suele ser madura.

- El símbolo de Jumaso es el corazón, que representa el amor de la familia, el verdadero significado de un hogar, es el lugar donde residen todos nuestros sentimientos. Nos simboliza la felicidad, el cariño y el respeto hacia los demás. Está diseñado con hilos, los cuales tienen un significado especial y es la importancia de unir a nuestros empleados y compartir juntos momentos maravillosos y llenos de amor en el ámbito laboral.



- El mensaje que comparte Jumaso es “*Artesanalmente elaborado con amor*”, todos nuestros empleados ponen en práctica el amor hacia el trabajo y las actividades que se desarrollan día a día dentro de la empresa con el fin de entregarle a nuestro cliente no solo un producto sino también un momento y una gran experiencia de felicidad, porque recordar es vivir y vivir es cuidar nuestro medio ambiente entre todos.
- Jumaso es una empresa que pone en práctica una estrategia llena de innovación, con el fin de entregarle a cada uno de nuestros clientes un producto diferente que representa el amor con el que nuestras abuelas tejían. En este orden de ideas, hemos desarrollado *una cultura que fomenta la creatividad* de nuestros empleados, en nuestra compañía no hay ninguna

idea mala, todas sirven, escuchamos las diferentes ideas de cada colaborador y las ponemos en marcha y también fomentamos la libertad para aportar y desarrollar nuevas ideas.

- El bienestar de la familia Jumaso como nuestro activo principal, nuestro propósito es mantenerlos en armonía y que cuenten con sentido de pertenencia, para que la creatividad explote en su máximo potencial.

7.3 IMPACTO ECONÓMICO, REGIONAL, SOCIAL Y AMBIENTAL

7.3.1. Impacto Económico

Jumaso tiene como objetivo la generación de empleo inicialmente en la ciudad de Medellín, comenzaremos brindando empleo aproximadamente a 7 personas por ser un emprendimiento que lanzará sus productos al mercado y dará a conocer su marca en todo el Área Metropolitana del Valle de Aburra.

En este impacto se debe tener presente que el sector textil en el país brinda más de 200 mil empleos directos y el triple de empleos indirectos. El 24% del empleo en el sector manufacturero lo genera esta industria (Inexmoda, 2020). Por esta razón Jumaso hace parte del clúster textil y de moda y como meta a largo plazo se tiene la generación de empleo a grande escala.

7.3.2. Impacto Regional

Jumaso comenzará el proceso con el Área Metropolitana de Medellín y luego se va a expandir a nivel regional y a los demás municipios que conforman la región Antioquia, la marca hará presencia donde hay empresas textiles, con el fin de generar una vinculación con Jumaso, trabajando de la mano para reducir la contaminación de retazos textiles.

El sector textil es uno de los más importantes en Colombia por tal motivo, para que exista mayor capital en el país se debe lograr el desarrollo y estabilidad del sector. “Es por este motivo que existen importantes retos para el sector, como el desarrollo de nuevos procesos logísticos, reducción de los costos de producción, mejorar la innovación tecnológica entre otras condiciones para llevar al exterior productos competitivos.” Colombia está en capacidad de hacer esto. “Es por ello, que la mayoría de los tratados firmados por Colombia con otros países, contienen preferencias arancelarias que permiten ventajas para la entrada de textiles a otros países.” (Tavera, 2014).

7.3.3. Impacto Social

Como meta e impacto social Jumaso tiene el objetivo de concientizar a la sociedad a través de las redes sociales sobre la importancia de invertir en el consumo de productos sostenibles con el medio ambiente y responsables del cuidado del planeta tierra.

Un gran impacto en el ámbito social son los cambios en el estilo de vida y actitud consumista. Por esto Jumaso será una empresa que pondrá en práctica una estrategia llena de innovación, con el fin de entregarle a cada uno de sus clientes un producto diferente que representa el amor con el que nuestras abuelas tejían. En este orden de ideas, desarrollaremos una cultura que fomente el consumo responsable y la creatividad de nuestros empleados. En Jumaso no habrá ninguna idea mala, todas sirven, escucharemos las diferentes ideas de cada colaborador y las pondremos en marcha y también fomentaremos la libertad para aportar y desarrollar nuevas ideas.

Los avances tecnológicos, la necesidad de acortar tiempos de producción, y la conciencia ambiental de la sociedad, permitieron invertir en investigaciones que trabajan en alguna versión mejorada de fibra inteligente. Las fibras inteligentes comenzaron hacer parte de nuestro entorno social y los factores que hicieron que las grandes compañías invirtieron en avances tecnológicos. Lo mencionado anteriormente le permite a Jumaso evolucionar, crecer y estar en constantes actualizaciones con las necesidades que se tienen en el mercado.

7.3.4 Impacto Ambiental

Se debe conocer la importancia del uso adecuado de los residuos textiles y el impacto que se genera en el medio ambiente. No solo es producir un producto, es una situación crítica que va más allá del deterioro y la contaminación que se genera, por eso, en Jumaso se lleva a cabo un estudio del proceso de diseño y la selección de materiales para la fabricación y la comercialización de lencería para el hogar basada en la técnica del patchwork. Con la realización

de este emprendimiento se busca generar conciencia sobre la reutilización de los restos de telas que sobran y que muchas veces se botan o se pierden, con el fin de contribuir al cuidado del medio ambiente, en este sentido la industria textil genera muchos desechos de tela y estos deben ser reutilizados correctamente.

La industria textil presenta uno de los patrones de producción más preocupantes en cuanto al impacto ambiental, debido principalmente al uso de sustancias químicas tóxicas, el alto consumo de agua y energía, la generación de grandes cantidades de desechos y vertidos, y el empleo de materiales de embalaje no biodegradables, entre otros.

8. ANEXOS

- Anexo 1 Diseños del empaque en PNG y JPG
- Anexo 2 Fichas técnicas del producto en Excel
- Anexo 3 Costos de producción en Excel
- Anexo 4 Análisis financiero en Excel
- Anexo 5 Prototipo de diseño de producto en fotografías

9. REFERENCIAS Y CIBERGRAFIAS

Deutsche Welle. (2020). La ropa que llevamos | DW Documental - YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=j2S5EBGJqMo>

Fashion Revolution. (2020). El reto que enfrenta la industria colombiana de confecciones y afines ante el Covid-19 - Fashion Revolution : Fashion Revolution. Fashion Revolution Colombia. <https://www.fashionrevolution.org/-blog/el-reto-que-enfrenta-la-industria-colombiana-de-confecciones-y-afinesante-el-covid-19/>

Panamericanos, T. (2019). COLOMBIA: Crece importancia de la industria textil | Textiles Panamericanos. <https://textilespanamericanos.com/textilespanamericanos/2019/09/colombia-crece-importancia-de-la-industria-textil/>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2015). Nuevo Código CIU. http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/acerca_CIU/01.html

Ellen MacArthur Foundation. (2017). A NEW TEXTILES ECONOMY: REDESIGNING FASHION'S FUTURE

DANE. (2018a). Cuentas nacionales anuales.

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentasnacionales/cuentas-nacionales-anuales#cuadros-oferta-utilizacion-y-matricescomplementarias>

DANE. (2018b). Dimensión Ambiental - Agua.

<https://www.dane.gov.co/index.php/servicios-al-ciudadano/31-espanol/cuentasnacionales/cuentas-ambientales/635-dimension-ambiental-agua>

FOKUS Green. (2020). Manifiesto - Fokusgreen.

<https://fokusgreen.com/manifiesto/?lang=es>

Madre Tierra (2021). ¿Cuál es el impacto ambiental de la industria de la moda?

<https://madretierra.com.co/blogs/tips-de-sostenibilidad/impacto-ambiental-industria-de-la-moda>

Hiraldó, (2021). Historia de la moda: origen y evolución a lo largo del tiempo.

<https://www.diariolibre.com/estilos/moda/historia-de-la-moda-origen-y-evolucion-a-lo-largo-del-tiempo-KG27561812#:~:text=El%20concepto%20de%20moda%20tal,y%20las%20ca%C3%ADdas%20de%20tela.>

Sandoval, (2019). ¿Qué es la moda rápida o fast fashion?

<https://francamagazine.com/que-es-la-moda-rapida-o-fast-fashion/>

Pineda, J. (2021). Textiles industriales. Encolombia. Recuperado el 1 de abril de 2022, de

<https://encolombia.com/economia/agroindustria/industria-textil/>

Revisión 4 Adaptada para Colombia CIU Rev. 4 A.C. (2020) - DANE, Información para todos. Recuperado de: Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas. <file:///C:/Users/MANUELA/Downloads/Cartilla%20DANE.pdf>

R. (2020, 14 de febrero). Avances tecnológicos en la industria textil. Sinergia Roja. Recuperado el 10 de abril de 2022, de <https://redsinergia.com/avances-tecnologicos-en-la-industria-textil/>

Paez, L. (2021, 24 abril). ¿Qué es innovación en corte y confección? Lo último de la industria textil. <https://www.crehana.com>. Recuperado el 10 abril 2022, de: <https://www.crehana.com/co/blog/manualidades-cocina/innovacion-corte-confeccion/>

P. (2019, 23 septiembre). Ropa de hogar: exportaciones del país crecieron 16,4% a julio. Portafolio.co. Recuperado el 11 abril 2022, de: <https://www.portafolio.co/economia/ropa-de-hogar-exportaciones-del-pais-crecieron-16-4-a-julio-533860>

P. (2018, 6 septiembre). En Colombia se importa más ropa que la exportada. Portafolio.co. Recuperado el 11 abril 2022, de: <https://www.portafolio.co/negocios/en-colombia-se-importa-mas-ropa-que-la-exportada-520885>

Clúster Bogotá. (2020). El sistema moda en Colombia se recuperará en 2022. Clúster, una Iniciativa de la Cámara de Comercio de Bogotá. <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2020/Diciembre-2020/El-sistema-moda-en-Colombia-se-recuperara-en-2022>

Blog ManterolCasa. (2016, 29 de junio). Historia de la Ropa de Cama. Recuperado el 5 de abril de 2022, de <https://www.manterolcasa.com/blog/404>

Cinco C. (2019, 15 abril). La evolución de la ropa de cama. 11 abril 2022, recuperado de: <https://cincoc.com.do/la-evolucion-de-la-ropa-de-cama/>

Medina, E. B. (2022, 18 enero). Decoración de interiores 2022: las tendencias más inspiradoras de la nueva temporada. Vogue. <https://www.vogue.es/living/articulos/decoracion-interiores-2022-tendencias-mas-inspiradoras>

La República. (2019). Analdex y Fenalco demandaron aranceles a textiles del Plan Nacional de Desarrollo. Diario La República. Recuperado de <https://www.larepublica.co/economia/analdex-y-fenalcodemandaron-aranceles-a-textiles-del-plan-nacional-de-desarrollo-2870645>

ANIF. (2018). Riesgo industrial 2018. Bogotá D.C.: Asociación Nacional de Instituciones Financieras.

Cerem Business School. (2019, 24 abril). Los residuos textiles necesitan ser reciclados de manera adecuada. LA SEGUNDA VIDA DE LOS TEXTILES. Recuperado de: <https://www.cerembs.co/blog/la-segunda-vida-de-los-textiles>

Urrego, A. (2019). Diez empresas que están llevando a cabo modelos de moda sostenible en sus procesos. Recuperado de: <https://www.pactoglobal-colombia.org/news/diez-empresas-que-estan-llevando-a-cabo-modelos-de-moda-sostenible-en-sus-procesos.html>

Portafolio (2019). Ropa de hogar: exportaciones del país crecieron 16,4% a julio.

AnalDEX - Asociación Nacional de Comercio Exterior. Recuperado de:

<https://www.analdex.org/2019/09/24/ropa-de-hogar-exportaciones-del-pais-crecieron-164-a-julio/>

Salvatierra, J. (2021). Crisis en la industria textil: un 2021 con la moda de hace un año.

Recuperado de: <https://elpais.com/economia/2021-02-28/crisis-en-la-industria-textil-un-2021-con-la-moda-de-hace-un-ano.html>

Echeverry, N. (2021, 2 agosto). “Tenemos la camisa puesta para reactivar la economía del País”. Sector textil colombiano. Cámara de Representantes. Recuperado de:

<https://www.camara.gov.co/tenemos-la-camisa-puesta-para-reactivar-la-economia-del-pais-sector-textil-colombiano#:~:text=En%20el%20acumulado%20de%20enero,el%20dinamismo%20de%20su%20actividad.>

Casa Editorial El Tiempo. (2015, 15 febrero). La empresa antioqueña que hizo del reciclaje de tela un negocio. El Tiempo. Recuperado de:

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15251215>

Castellanos, D. S. (2021, 20 septiembre). Sector textil colombiano, de los años dorados al declive que expuso la pandemia. Bloomberg Línea. Recuperado de:

<https://www.bloomberglinea.com/2021/09/20/sector-textil-colombiano-de-los-anos-dorados-al-declive-que-expuso-la-pandemia/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20Registro%20%C3%9Anico%20Empresarial,hilados%20y%207.294%20de%20textiles.>

Londoño, (2020). Informe de ponencia para primer debate del proyecto de ley no. 111 de 2020 cámara “por medio de la cual se crea el sistema de gestión integral de residuos textiles”.

Recuperado de: <https://www.camara.gov.co/sites/default/files/2020-09/Ponencia%20Primer%20Debate%20PL.111.2020C.16.09.2020%20RESIDUOS%20TEXTILE.pdf>

Palacios, K. (2022, 19 febrero). Cada colombiano compró entre 24 y 26 prendas de vestir en 2021. Recuperado de: <https://www.america-retail.com/colombia/cada-colombiano-compro-entre-24-y-26-prendas-de-vestir-en-2021/>

Acosta, J. (2022, 16 febrero). De cuánto fue el PIB per cápita de los colombianos en 2021. Portafolio.co. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/de-cuanto-fue-el-pib-per-capita-de-los-colombianos-en-2021-561797>

Fenalco Antioquia, (2021, 26 febrero). Aumenta el desempleo en Medellín en enero 2021. Fenalco Antioquia. Recuperado de: <https://www.fenalcoantioquia.com/blog/aumenta-el-desempleo-en-medellin-en-enero-2021/#:~:text=Para%20el%20per%C3%ADodo%20comprendido%20entre,de%201.740.000%20personas%20empleadas.>

Gerencie.com. (2021, 28 diciembre). Régimen simplificado 2022. Recuperado de: <https://www.gerencie.com/regimen-simplificado-2022.html#:~:text=El%20r%C3%A9gimen%20simplificado%20en%20el,art%C3%ADculo%20437%20del%20estatuto%20tributario.>

Velásquez, I. (2017, julio). Guía del buen contribuyente, impuesto industria y comercio, régimen simplificado. Alcaldía de Medellín. Recuperado de: https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/PlandeDesarrollo_0_9/ProgramasyProyectos/Shared%20Content/Documentos/PortalTributario/GU%C3%8DA%20DEL%20BUEN%20CONTRIBUYENTE.pdf

Meneses, C. A. H. (2021, 30 noviembre). El UVT para 2022: en cuánto lo fijó la Dian y para qué es usado. Portafolio.co. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/impuestos/uvt-para-2022-en-cuanto-lo-fijo-la-dian-y-para-que-es-usado-559127>