

**SALUD Y BELLEZA SOLUCIONES ESPECIALIZADAS PARA EL
SECTOR DE LA ESTÉTICA Y BELLEZA CORPORAL.**

PRESENTADO POR:

**JENNYFER ROJAS ACHURY
Cód. 1075216393**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA "UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS BASICAS, TECNOLOGIAS E INGENIERIAS
INGENIERIA INDUSTRIAL
CCAV NEIVA
2017**

**SALUD Y BELLEZA SOLUCIONES ESPECIALIZADAS PARA EL
SECTOR DE LA ESTÉTICA Y BELLEZA CORPORAL.**

**PROYECTO APLICADO MODALIDAD EMPRENDIMIENTO
EMPRESARIAL
COMO OPCIÓN DE TRABAJO DE GRADO**

PRESENTADO POR:

**JENNYFER ROJAS ACHURY
Cód. 1075216393**

PRESENTADO AL INGENIERO:

PEDRO TORRES SILVA

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA "UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS BASICAS, TECNOLOGIAS E INGENIERIAS
INGENIERIA INDUSTRIAL
CCAV NEIVA
2017**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Contenido

GLOSARIO	6
RESUMEN.....	7
INTRODUCCION.....	8
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
1.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROBLEMA.....	9
1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA.....	9
2. JUSTIFICACIÓN.....	10
3. OBJETIVOS	11
3.1 GENERAL.....	11
3.2 ESPECÍFICOS.....	11
4. DIAGNÓSTICO DEL SECTOR, UBICACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO Y EL MERCADO	12
4.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL Y/O MERCADO	12
4.3 DELIMITACIÓN CONCEPTUAL Y METODOLÓGICA.....	13
4.4 DELIMITACIÓN TÉCNICA.....	14
5.1 ANTECEDENTES	14
5.2 MARCO TEÓRICO	14
CAPITULO III.	21
6. DISEÑO DE METODOLOGÍA.....	21
6.2 DOCUMENTOS QUE SOPORTAN ESTE PROYECTO	21
6.3 RESULTADOS A LA FECHA	22

6.4 DESCRIPCION DE LA EMPRESA.....	22
CAPITULO IV	23
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	24
7.1 CONCLUSIONES.....	24
7.2 RECOMENDACIONES.....	24
BIBLIOGRAFÍA	25

GLOSARIO

CAPITAL SEMILLA: Los recursos que se distribuyen desde el Fondo Emprender a través de un ente del Estado (Potencialmente el SENA). Para proyectos productivos sostenibles y de gran impacto social.

EMPRENDIMIENTO: La palabra "emprendimiento" se deriva del término francés *entrepreneur*, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo. Al describir la evolución histórica del término emprendedor, Verin (1982) muestra cómo a partir de los siglos XVII y XVIII se calificaba de emprendedor al arquitecto y al maestro de obra.

EMPRENDIMIENTO SOCIAL: El emprendimiento social representa uno de los procesos a través del cual se desarrolla la innovación social, caracterizándose por su focalización en la generación de soluciones a problemáticas sociales a partir del emprendimiento bajo modelos de negocio que garanticen su sostenibilidad económica y social, empoderando a las comunidades receptoras de la innovación como sujeto activo en el ciclo de desarrollo del emprendimiento.¹

¹ Definición tomada de:
<http://www.fondoemprender.com/SitePages/emprendimientosocial.aspx>

RESUMEN

Este proyecto se hace con el fin de presentar el proceso que se realizó y sistematizar su ejecución en la construcción de una nueva empresa. Mediante el uso de recursos obtenidos de FONADE, a través del plan de negocios presentados y avalados por el SENA.

Crear la empresa SALUD Y BELLEZA para ofrecer fajas postquirúrgicas, fajas de moldeo, fajas con algas marinas y fajas tipo deportivo; utilizando materiales innovadores como lo es la tela elaborada con algas marinas e incursionando en un nuevo producto como la faja tipo deportiva; ésta empresa contribuirá al desarrollo laboral y socioeconómico en la ciudad de Neiva – Huila.

Desde el mes de octubre de 2016 hasta el mes de octubre de 2017 se realizó todo el proceso amparado en el contrato No. 2161725: Contrato de cooperación empresarial derivado del contrato interadministrativo No. 215045 suscrito entre FONADE y SENA.

Palabras Claves: Emprendimiento. Plan de negocios, organización empresarial.

INTRODUCCION

- Crear la empresa **SALUD Y BELLEZA** dedicada a la fabricación y comercialización de fajas postquirúrgicas, de moldeo, con algas marinas y tipo deportivo; contribuyendo al desarrollo laboral y socioeconómico en la ciudad de Neiva – Huila.
- Ofrecer un producto innovador, mediante la implementación de tecnología de punta y utilización de materias primas de primera calidad, una de ellas con propiedades medicinales.
- Realizar procesos que permitan el menor impacto ambiental posible con el fin de conservar el medio ambiente.
- Obtener solidez económica y sostenibilidad.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Como sensibilizarse, idear, crear y crecer en la construcción de un proyecto de vida a partir de una idea de negocio que sea viable, construible y sustentable.

1.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROBLEMA

Frente a los problemas que enfrenta el país, con un nivel de desempleo cercano a dos (2) cifras, significativamente muy alto para otros países de la región. La falta de oportunidad y las brechas económicas entre los diferentes estratos, nos obligan a pensar en la consolidación de un proyecto de empresa, a partir de los apoyos familiares y luego, por ser la fuente de ingreso, consolidarla mediante la presentación de un proyecto productivo. Es por ello, que se logró la presentación del proyecto, se consolido como un proyecto sostenible y se obtuvo el músculo financiero por parte de los recursos de FONADE, bajo la acción tutelar del SENA.

1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Crear empresa en Colombia demanda de perspectivas humanas, cognitivas, económica y de proceso para alcanzar propuestas de emprendimiento sostenibles?

2. JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta que las fajas son convenientes y muy importantes, no sólo para moldear la figura o realzarla, sino que también si se utilizan después de intervenciones quirúrgicas sirven para que las heridas cicatricen más rápido y con mejor apariencia y para ayudar a bajar inflamaciones; además sirven para disminuir el dolor después de una operación, y aprovechando el auge que han tenido las cirugías estéticas en Colombia donde hacemos el 3,3 por ciento de las intervenciones mundiales y 159.629 procedimientos no quirúrgicos, que representan el 2,5 por ciento del total; esto constituye una gran oportunidad para la empresa SALUD Y BELLEZA.

SALUD Y BELLEZA se enmarca dentro de una de las apuestas productivas del departamento del Huila, el **Turismo**. La Agenda Interna de Productividad y Competitividad desarrollada por el Departamento Nacional de Planeación identificó el Turismo como importante y con gran potencial siendo nuestro departamento un destino muy apetecido no solo para el turismo ecológico, cultural o religioso; sino que su Capital, la ciudad de Neiva, se ha convertido en un lugar apetecido para **Turismo de Salud**, por contar con excelentes cirujanos, centro o clínicas de estéticas y por la cercanía en los desplazamientos.

3. OBJETIVOS

3.1 GENERAL

Proveer soluciones especializadas para el sector de la estética y belleza corporal, mediante la elaboración fajas postquirúrgicas, fajas de moldeo, fajas con algas marinas y fajas deportivas, que permitan a SALUD Y BELLEZA, ser en el corto, mediano y largo plazo, una empresa reconocida por la innovación y alta calidad de los productos, dentro del marco de la responsabilidad social ambiental.

3.2 ESPECÍFICOS

Adquirir tecnología innovadora (equipos y maquinas industriales) que permitan una producción proyectada de 405 Fajas Posquirúrgicas, 180 Fajas de Algas Marinas, 405 Fajas de Moldeo y 180 Fajas tipo Deportiva, para un total de **1.170** unidades para el primer año.

Generar cinco (5) empleos bajo la modalidad de contrato a término indefinido (Nómina) para la Gerente (emprendedora), vendedor y los 3 operarios. Igualmente se contará con una (1) persona por prestación de Servicios quien será el asesor contable y financiero (dedicará 33H/mes a la empresa).

Minimizar la contaminación ambiental mediante el ahorro de energía eléctrica, tomando medidas preventivas en todos los procesos de producción de la empresa SALUD Y BELLEZA y contando con la adquisición de maquinaria adecuada que ahorre energía, lo cual contribuirá a la preservación y ahorro de la misma.

Generar una utilidad Neta Final de **\$ 15.443.847** para el primer año, según análisis financiero.

4. DIAGNÓSTICO DEL SECTOR, UBICACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO Y EL MERCADO

4.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL Y/O MERCADO

SALUD Y BELLEZA pertenece al sector industrial, en la sección de Industrias manufactureras, de acuerdo a esto se puede clasificar con el código CIIU 1392 – Confección de artículos con materiales textiles, excepto prendas de vestir.

No existe un significado único de belleza, los medios se han encargado de distorsionar el concepto de belleza con arreglos digitales que se realizan para las portadas de las revistas más reconocidas y prototipos imposibles de conseguir; cinturas pequeñas, abdomenes planos y glúteos levantados son el ideal máximo de las mujeres.

Muchas quieren lograrlo a través de dietas y ejercicios, pero cuando nada de eso funciona, siempre hay un camino más fácil, convirtiendo a la cirugía plástica en el método más utilizado para alcanzar esa anhelada perfección; hoy todo apunta hacia el uso de fajas, las que instantáneamente regalan cuerpos perfectos.

La preferencia por el bisturí a otros mecanismos y procedimientos para obtener el físico deseado, se debe en gran medida a la comodidad y facilidad que hay en la sociedad, ya que moldear un cuerpo y mantenerlo tonificado, voluptuoso, armonioso y escultural se puede conseguir con el deporte y una buena alimentación, pero es un procedimiento lento que

implica fuerza de voluntad, dedicación y disposición en comparación con el bisturí.

Solamente en Colombia, el negocio de la estética mueve millones de dólares al año, "...convirtiéndose así en el quinto negocio más rentable del mundo después del petróleo, los juegos de azar, las drogas y la prostitución"²

En el entorno local no existe, ni en FENALCO, ni en la Superintendencia de Industria y Comercio (como fuentes consultadas), datos en cifras sobre la cantidad de dinero que las personas invierten en asuntos estéticos.

"Los motivos que inducen a una persona a operarse son muchos y variados, y tienen su origen en una insatisfacción de muchos tipos. En ocasiones está relacionada con el ideal que han planteado, como el de una famosa admirada, con querer dar cierta imagen o simplemente, con tratar de evitar el efecto del paso del tiempo".

Según Hugo Cortés, miembro de la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica, las cirugías que más se realizan en Colombia son las de nariz, liposucciones, aumento de senos, cirugías de párpados, lifting facial y bypass gástricos. Estos procedimientos que exigen un proceso recuperatorio postquirúrgico apoyado con el uso de un tipo de faja determinado según los requerimientos y exigencias de las cirugías.

4.3 DELIMITACIÓN CONCEPTUAL Y METODOLÓGICA

La sistematización del proyecto, parte desde los preceptos del emprendimiento empresarial

² ALBAN, María Paula y MEDINA P, Paula. Vanidad que mata [en línea]. Argentina: Cinco W, 2005. [Consultado mayo 8 de 2008]. Disponible en internet: http://www.uca.edu.ar/esp/sec-ficos/esp/cincow/ed00014/nota_00007.php

4.4 DELIMITACIÓN TÉCNICA

Los recursos disponibles para el desarrollo de la investigación son las instalaciones de la empresa SALUD Y BELLEZA, la realización de evaluaciones a las diferentes actas del proceso, las consultas al personal administrativo y operario de la empresa, la interpretación de diferentes fuentes de información y en la parte humanística el acompañamiento del docente.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1 ANTECEDENTES

SALUD Y BELLEZA es una empresa dedicada a la producción y comercialización de fajas, así como la confección en diferentes calidades y tamaños.

Actualmente nuestros productos se encuentran destinados hacia distribuidores minoristas y mayoristas, estéticas y personas particulares, ubicados en su mayoría en el departamento del Huila. El desarrollo de las actividades comerciales ha forzado la evolución de la industria llevándola a un crecimiento y expansión de nuestra planta productiva, acarreando con esto una serie de problemáticas, entre las cuales se encuentra inmerso el recurso humano.

5.2 MARCO TEÓRICO

Al analizar las sociedades de hoy, se podría concluir que su desarrollo se debe a que han implementado el fenómeno del emprendimiento con diversas características de motivaciones de afiliación, logro y poder (McClelland, 1961), como directrices para lograr un desempeño eficaz dentro de sus empresas y contribuir con su crecimiento. Estudiar las empresas como centros de desarrollo del emprendimiento exige el análisis de las características de los empresarios como emprendedores y sus diversas perspectivas de estudio, para comprender de manera detallada las diversas contribuciones para la interpretación del emprendimiento como fenómeno socioeconómico, básico para el desarrollo de cualquier sociedad. De esta manera se proyecta el análisis del fenómeno del emprendimiento, a través de los diversos aportes que han realizado investigadores, para su comprensión e interpretación de manera holística como fenómeno cultural.

La comprensión del fenómeno del emprendimiento requiere, primero que todo, analizarlo desde su evolución como aspecto económico y social, para luego estudiarlo desde diversas perspectivas, y en última instancia proponer su análisis desde el punto de vista cultural y psicoanalítico. Luego, el estado del arte del emprendimiento exige estudiar de manera inter y transdisciplinaria su naturaleza y sus diversos objetos de estudio para poder comprenderlo.

Teniendo en cuenta la relación persona, empresa y entorno, las características de los estudios del emprendimiento se refieren a empresarios de otras culturas, que nada tienen que ver con el entorno colombiano y latinoamericano; de aquí se desprende que la concepción colombiana y latinoamericana del emprendimiento sea diferente de la de otras latitudes, donde las concepciones culturales y económicas influyen mucho el fenómeno emprendedor. Por ello, hay que estudiar

el fenómeno emprendedor colombiano para entender qué características culturales y económicas influyen tanto en la creación de nuevas empresas como en el crecimiento de las que ya existen.

Desde su perspectiva, el doctor Alfonso Rodríguez Ramírez (2009), en su escrito *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*, analiza manera ecléctica y holística las bases de un marco teórico que describa, analice e interprete el fenómeno del emprendimiento empresarial desde el punto de vista interdisciplinario.

“Como se ha observado, existen varias tendencias y modelos de emprendimiento que han desarrollado diversos autores. Es indispensable tener la concepción de emprendedor que se quiere estudiar, y analizar las tendencias culturales y su aplicación en el ámbito empresarial, pues esto servirá de base para el desarrollo de un modelo de emprendimiento.

Esta mirada interdisciplinaria permite observar lo complejo y variado que es el fenómeno del emprendimiento. Un punto de partida para estudiar el emprendimiento es reconocer su complejidad y variedad en su análisis. Desde el punto de vista de estudio del emprendimiento, se identifican cuatro perspectivas de pensamiento: la comportamental, la psicológica (cognitiva), la económica y la de procesos (Fonrouge, 2002). Esta clasificación se caracteriza por el énfasis en los aspectos estratégicos, beneficiándose de los avances recientes en el campo de la estrategia (Mintzberg et al., 1999); también integra las tendencias cognitivas y de procesos a los campos de la estrategia empresarial como lo define Laroche y Nioche (1994) y Mintzberg et al., (1999).

- La Perspectiva comportamental o de comportamiento. Se refiere a la exaltación de la influencia de la persona, sin mucho impacto. Su propósito es identificar el perfil psicológico que diferencia al emprendedor exitoso; no reconoce la complejidad del fenómeno emprendedor por lo que sus resultados no fueron satisfactorios. Gartner (1985) señala que existen muchos tipos de emprendedores, muchas maneras de ser emprendedor y sus características de empresas son muy variadas como las condiciones del entorno en que se desarrollan. En consecuencia, el análisis del emprendimiento debe cambiar hacia modelos interdisciplinarios o multivariados que perciban la complejidad de la persona, la empresa y el entorno; por lo tanto, cualquier modelo que trate de interpretar el emprendimiento debe tener características económicas, psicológicas y sociales, y culturales. Al efectuar un análisis de los estudios sobre la personalidad de los emprendedores, Gartner (1988) manifiesta que presentan necesidades de cumplimiento y de dependencia, un gusto por el riesgo y un sentimiento por controlar su destino, anotando que este tipo de estudios son vanos y no contribuyen a su definición, siendo fundamental volver al estudio de los mecanismos por los cuales la organización existe, donde el agente empresarial se permite existir. De esta forma la personalidad emprendedora está al servicio del comportamiento de los emprendedores, lo cual es un enfoque conductista que considera al emprendimiento como un evento contextual, resultado de varias influencias.
- Perspectiva psicológica o cognitiva. Es una tendencia relacionada con las representaciones o esquemas que el individuo desarrolla de sus comportamientos; es más

cognitiva, debido al conocimiento que se genera. Esta perspectiva responde a la comportamental, y desarrolla dos corrientes (Fonrouge, 2002): 1) La definición de emprendimiento como "eso que es el emprendedor", no se prescribe al estudio de los lineamientos de personalidad como el análisis del lugar de control, de la aversión al riesgo o de los deseos de independencia; y 2) La definición de emprendimiento de "por eso que hace el emprendedor", donde se analizan contextos de las representaciones de los fracasos o los éxitos, los resultados deseados, la perseverancia, o la información para la toma de decisiones (Cooper et al., 1995). Busenitz y Barney (1997) señalan que los empresarios pueden exhibir fuertes predisposiciones en la toma de decisiones en el sentido de que son propensos al "exceso de confianza" y a "generalizar demasiado a partir de unas pocas características y observaciones". Palich y Bagby (1995) descubrieron que "los empresarios categorizan situaciones en forma más positiva que otras personas [...] Por ejemplo, los empresarios perciben más virtudes que fallas, más oportunidades que amenazas y un mayor potencial de mejora que de deterioro".

- La perspectiva económica relaciona una comprensión del fenómeno de emprendimiento desde las acciones del individuo, asumiendo la calificación de "homo economicus" para justificar la maximización de la utilidad y, por ende, su bienestar. Concibe el emprendedor como el dinamizador del desarrollo económico (Schumpeter, 1949; McClelland, 1961; Hagen, 1962; Casson, 1982). Esta perspectiva se construye mediante el debilitamiento de la práctica para identificar, apoyar y aconsejar al emprendedor potencial mediante la

estructura de modelos asociados a los objetivos de maximización de beneficios, caracterizándose por su aporte teórico. La existencia o la falta de emprendimiento es la razón de los desarrollos económicos de una sociedad. La perspectiva behaviorista o psicológica estudia el fenómeno para explicarlo en dimensiones conductuales y en rasgos personales que identifican un perfil determinado, pero la complejidad del tema de emprendimiento ha impedido establecerlo. Esto ha llevado a estudiar y establecer el proceso de emprendimiento (Gartner, 1985; Bygrave & Hofer, 1991). Adicionalmente, las contribuciones de Filion (1998), Bruyat (1993), Julien (1999), Cunnighan y Lischeron (1991), Verstraete (1999) han apoyado el desarrollo del emprendimiento desde la perspectiva conductual. Por último, la perspectiva antropológica (Rosa & Bowes, 1990) concibe el emprendimiento como representaciones del cambio social y de la integración a las fuerzas económicas y sociales, lo que evidencia la importancia del emprendimiento como la imagen en el desarrollo de la sociedad.

- La perspectiva de procesos. Aquí el individuo es el centro de atención, en una relación dialógica entre su desarrollo y la creación de valor económico. Sus relaciones repercuten en el desarrollo de la persona, como característica humanista, estableciendo retos para el fenómeno del emprendimiento. Se caracteriza por su definición de procesos de emprendimiento de todas las acciones, actividades y funciones relacionadas con la percepción de oportunidades y la creación de empresas, para su desarrollo (Bygrave & Hofer, 1991). Se ha observado que el área de la estrategia o la planeación estratégica se enfoca hacia el estudio de los procesos

estratégicos en las empresas, para de esta forma analizar el emprendimiento como proceso que se inicia en el mercado y se dirige hacia el mercado, como proceso empresarial. Se fundamenta en recursos y capacidades, relacionada con la lógica económica, razón por la cual la posición que asume la persona es limitada y reactiva frente a las condiciones del mercado.”

Y es desde este análisis de donde se ha partido para presentar el proyecto, hoy ya en marcha, y con asignación de recursos. Es por ello que cada una de las cuatro perspectivas: Humana, del conocimiento, la económica y la de los procesos fueron el sustento central en la presentación de la propuesta al fondo de recursos patrocinados por el SENA.

CAPITULO III.

6. DISEÑO DE METODOLOGÍA.

6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para esta modalidad de trabajo no se describe una metodología de tipo investigativo. Puesto que es un proyecto, que se presentó a un fondo estatal para la obtención de recursos y su posterior seguimiento por parte de la Entidad garante, en este caso el SENA.

Lo que se recoge en este proceso es la verificación del cumplimiento que nace de una sensibilización de la posibilidad que, como candidata a ser ingeniero, pudiese construir una empresa, idear el modelo de negocio, crear el negocio y en esta etapa productiva, crecer.

6.2 DOCUMENTOS QUE SOPORTAN ESTE PROYECTO

Como adjuntos a este documento, se comparten los siguientes documentos:

- I. Acta de inicio
- II. Actas de la 1 hasta la 12
- III. Actas de seguimiento del contrato (Dos actas)
- IV. Acta de visita misional
- V. Agenda de reunión

6.3 RESULTADOS A LA FECHA

En el numeral 9.2 del acta de seguimiento No. 2, se puede observar que el cumplimiento está en el 82.14%. esto denota que la organización, el control, la producción y el mercadeo han operado de acuerdo a los planes que se trazaron desde el inicio de la operación.

Es obvio, que hace falta una mayor penetración en el mercado, hoy el proceso de mercadeo es, la voz a voz, en especial con las personas con procesos post-quirúrgicos y por recomendaciones de los diferentes especialistas de la ciudad de Neiva.

Ya es un producto reconocido en el mercado local, pero se debe propender por la incorporación a otras áreas geográficas y otros nichos de mercado.

Los procesos de producción se han centrado bajo demanda, pero con un stock de productos terminados en una proporción de las demandas de tallas.

6.4 DESCRIPCION DE LA EMPRESA

HISTORIA

SALUD Y BELLEZA., nació en el año 2001 como micro empresa colombiana en el barrio Anda Lucia de la ciudad de Neiva, gracias al espíritu emprendedor, el cual contaba con un pequeño taller conformado por dos máquinas y dos operarias que se encargaban de satisfacer las necesidades de los clientes.

Para el año 2004, la empresa ya había obtenido reconocimiento y la demanda hacía necesaria la ampliación de su mercado, tarea que se pudo realizar gracias al ingreso de un nuevo socio; quien con sus aportes contribuyó a su crecimiento.

En el año 2005, debido al constante crecimiento y la acogida de sus productos, los socios se vieron obligados a buscar nuevas instalaciones que les permitieran ampliar su planta y de este modo lograr satisfacer la demanda, donde generaron empleo a otras 12 personas y como resultado de este cambio, SALUD Y BELLEZA, evolucionó orgullosamente a la categoría de mediana empresa.

La evolución de la compañía ha ido de la mano con la generación de empleo, el desarrollo de nuestra ciudad opita y la capital en general. Para el año 2007 se adquirió una nueva planta en la cual se expandió y reestructuró la producción, trayendo esto como consecuencia el aumento de su personal a más de 20 colaboradores, entre ellos personas mayores y mujeres cabeza de hogar.

Actualmente, la compañía está posicionada como una de las empresas más sólidas del mercado a nivel de calidad y diseño, Esta labor define a SALUD Y BELLEZA como una empresa con gran sentido de responsabilidad social, puesto que no solo se ocupa de su parte financiera, sino también del mejoramiento de la calidad de vida.

Hoy, el reto de SALUD Y BELLEZA., es continuar en la búsqueda del liderato en el mercado de la confección de fajas, con propuestas innovadoras, ofreciendo la mayor variedad de productos, buscando superar los estándares de calidad con materiales amigables con el medio ambiente y conservando la mejor atención y asesoría a sus clientes.

CAPITULO IV

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

Se puede decir que crear empresa si es posible. Ahora está, si es sostenible. Es una respuesta pronta, pero de acuerdo a las tendencias de las ventas, se puede concluir que se logra el objetivo.

Lo fundamental está, en sensibilizarse, en madura la idea basado en la búsqueda de nuevos conocimientos, en crear sobre bases asertivas y construir la empresa con la suficiente sabiduría, que los beneficios se verán en el mediano y largo plazo.

7.2 RECOMENDACIONES

Realizar los seguimientos de acuerdo a la sistematización dada en el SENA, revisar periódicamente los controles sobre ventas/producción; inventarios y materiales.

De otra parte, trabajar en la búsqueda de otros nichos de mercado y la innovación de nuevos productos.

BIBLIOGRAFÍA

- Rodríguez Ramírez, Alfonso. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *pensamiento & gestión*, (26), 94-119. Recuperado diciembre 1, 2017, desde http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1657-62762009000100005&lng=en&tlng=pt.
- McClelland, D.C. (1961). *The achieving society*. Princeton: Van Nostrand. Recuperado diciembre 1, 2017, desde <https://books.google.com.co/books?id=RI2wZw9AFE4C&lpg=PA1&ots=NHKk1foDI7&lr&hl=es&pg=PA1#v=onepage&q&f=false>