

**COMPORTAMIENTO Y TENDENCIAS DEL MERCADO DE LAS PIJAMAS
FEMENINAS Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS PARA LA MICROEMPRESA
“DANIE SUEÑO FASHION” UBICADA EN SINCELEJO SUCRE**

JULIO ALEJANDRO NUÑEZ GUEVARA

LESBIA PAYARES HERNANDEZ

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES ECONOMICAS Y DE
NEGOCIOS
ESPECIALIZACION EN GERENCIA ESTRATEGICA DE MERCADEO
SINCELEJO – SUCRE**

2018

**COMPORTAMIENTO Y TENDENCIAS DEL MERCADO DE LAS PIJAMAS
FEMENINAS Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS PARA LA MICROEMPRESA
“DANIE SUEÑO FASHION” UBICADA EN SINCELEJO SUCRE**

PRESENTADO POR:

JULIO ALEJANDRO NUÑEZ GUEVARA

COD 92545363

LESBIA PAYARES HERNANDEZ

CC 64565498

ASESOR: MBA. MARIO FERNANDO ZUBIRIA LARA

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES ECONOMICAS Y DE
NEGOCIOS
ESPECIALIZACION EN GERENCIA ESTRATEGICA DE MERCADEO
SINCELEJO SUCRE**

2018

NOTA DE ACEPTACION

Jurado

Jurado

Presidente del Jurado

Sincelejo Sucre, Septiembre de 2018

DEDICATORIA:

Gracias damos a Dios por guiarnos por el camino que lleva a la sabiduría y haber dado la oportunidad de encontrar personas que fueron claves para realizar y culminar este logro propuesto hace dos años, gracias a nuestras familias por convertirse en ese motor que nos impulsa a cada día luchar a pesar de tantos momentos difíciles, a nuestros padres por habernos dado la vida y la oportunidad de conocer una sociedad llena de oportunidades y por último a todos nuestros colegas y compañeros de oficio que nos han abierto puertas para seguir escalando en la vida.

AGRADECIMIENTOS:

Es de anotar que para el logro de este objetivo personal son muchas las personas a la cuales agradecemos su aporte incondicional muy acertado en los momentos cuando fueron necesarios. Nos permitimos agradecer a:

- **Mario Zubiria Lara;** Docente de la UNAD en Corozal, quien fue la persona que inicialmente contactamos cuando escuchamos hablar por primera vez de esta importante universidad y quien se encargó de toda la parte del registro y del proceso de matrícula. Posteriormente se convierte en nuestro asesor de trabajo de grado.
- **Danie Sueños Fashion;** por habernos permitido tomarla como referente en la aplicación del presente proyecto aplicado y permitir el estudio de la empresa como organización.
- **Andrea Nuñez Guevara;** Licenciada en lengua castellana, quien nos ayudo en las correcciones iniciales del proyecto.

RESUMEN

Este proyecto realiza un diagnóstico y un estudio de mercado de la microempresa Danie Sueño Fashion, la cual confecciona prendas de vestir con énfasis en la elaboración de pijamas femeninos.

El sector confecciones en Colombia ha tenido un desempeño con altibajos desde el 2013 hasta 2016 (Superintendencia de Sociedades, 2017) y, aunque se percibe una leve recuperación durante el período agosto 2017 a julio 2018 (DANE, 2018) existen factores de riesgo; entre los que se destacan el contrabando, la informalidad y la falta de recurso humano calificado (AITEX - PTP, 2016). Todo lo anterior obliga a la adopción de métodos modernos de administración que le den a la empresa capacidades para afrontar exitosamente las dificultades del entorno.

El Modelo básico de administración estratégica (Wheelen & Hunger, 2013) establece que para lograr el rendimiento a largo plazo de una compañía se debe realizar un análisis del entorno antes de formular cualquier estrategia. Con base en lo anterior este proyecto se desarrolló a través de las siguientes actividades:

- 1.- Revisión del contexto, situación de la industria textilera y de confecciones, a nivel nacional.
- 2.- Análisis del entorno de la empresa utilizando la herramienta DAFO (Pickton & Wright, 1998).
- 3.- Análisis prospectivo, enfocado al mercado, basado en el método Delphi (Reguant-Álvarez & Torrado-Fonseca, 2016).
- 4.- Diseño de un modelo de negocios utilizando el modelo Canvas (Osterwalder & Pigneur, 2010), con base en los resultados obtenidos en las tres actividades anteriores.

Durante el desarrollo del proyecto se evidenciaron deficiencias administrativas y legales en la microempresa objeto de estudio, las cuales deben subsanarse antes de implementar el modelo de negocios propuesto.

PALABRAS CLAVE: Administración estratégica, análisis del entorno, confecciones, DAFO, modelo Canvas, método Delphi, pijamas.

ABSTRACT

This project carries out a diagnosis and a market study of the Danie Sueño Fashion micro-enterprise, which makes garments with an emphasis on the production of women's pajamas.

The clothing sector in Colombia has had a performance with ups and downs from 2013 to 2016 ((Superintendencia de Sociedades, 2017) and, although there is a slight recovery during the period August 2017 to July 2018 (DANE, 2018) there are risk factors, among which contraband, informality and lack of qualified human resources stand out (AITEK - PTP, 2016), all of which requires the adoption of modern management methods that give the company the skills to successfully face the difficulties of the environment.

The basic model of strategic management (Wheelen & Hunger, 2013) states that in order to achieve the long-term performance of a company, an analysis of the environment must be made before formulating any strategy. Based on the above, this project was developed through the following activities:

- 1.- Review of the context, situation of the textile and garment industry, at a national level.
2. - Analysis of the company's environment using the SWOT tool (Pickton & Wright, 1998).
3. - Prospective analysis, focused on the market, based on the Delphi method (Reguant-Álvarez & Torrado-Fonseca, 2016).
4. - Design of a business model using the Canvas model (Osterwalder & Pigneur, 2010), based on the results obtained in the three previous activities.

During the development of the project, there were administrative and legal deficiencies in the microenterprise under study, which must be corrected before implementing the proposed business model.

KEYWORDS: Apparel, Canvas model, Delphi method, environmental analysis, pajamas, strategic management, SWOT.

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	11
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
2. JUSTIFICACIÓN.....	17
3. OBJETIVOS.....	19
3.1 Objetivo General.....	19
3.2 Objetivos Específicos.....	19
4. MARCO REFERENCIAL.....	19
4.1 Marco Conceptual.....	20
4.2 Marco Teórico.....	25
4.3 Marco legal.....	29
4.3.1 Pasos para crear una empresa en Colombia.....	29
4.4 Marco espacial.....	32
4.5 Marco Metodológico.....	35
5. RESULTADOS.....	36
5.1 Análisis del Entorno Utilizando DOFA.....	36
6.1.1. Información y Análisis de la Situación Actual del Mercado y de la Empresa.....	36
6.1.2. Identificación de Factores Estratégicos.....	37
6.1.2.1. Factores Económicos.....	37
6.1.2.2. Factores de Cambio Social.....	38
6.1.3. Resumen de Factores Estratégicos.....	39
6.2. Análisis Prospectivo Utilizando el Método Delphi.....	42
6.2.1. Resultado Cuestionario Delphi aplicado a expertos.....	46
6.2.2. Análisis final con la identificación de los factores de cambio.....	49
6.2.2.1. Aspecto Económico.....	49

6.2.2.2. Aspecto Social	50
6.2.2.3. Aspecto Político	51
6.2.2.4. Aspecto Tecnológico	52
6.2.2.5. Aspecto Ambiental	53
6.2.2.6. Resultado Consolidado de la Aplicación del Estudio Delphi.....	54
6.3. Aplicación del Modelo Canvas	55
6.3.2. Segmento de Clientes	55
6.3.3. Propuesta de Valor	57
6.3.4. Canales de distribución	58
6.3.5. Relación con el cliente.	59
6.3.6. Fuentes de ingreso.....	60
6.3.7. Recursos claves	60
6.3.8. Actividades clave	60
6.3.9. Socios Clave.....	62
6.3.10. Estructura de costos	64
6.4. Resumen de Resultados	66
7. CONCLUSIONES.....	67
8. RECOMENDACIONES	68
REFERENCIAS.....	69
ANEXOS	71
Anexo 1. Maquinaria para el proyecto	71
Anexo 2. Etiquetas actuales de la empresa.....	71
Anexo 3. Diseños actuales de productos	72
Anexo 4. Encuestas aplicadas.....	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Evolución del PIB del sector textil y confecciones	15
Figura 2. Matriz DOFA y Alternativas Estratégicas	21
Figura 3. Ilustración del modelo de negocios Canvas.....	23
Figura 4. Diagrama de flujo del método Delphi.....	24
Figura 5. Vista satelital de Sincelejo	33
Figura 6 Aspecto Económico	49
Figura 7. Aspecto Social	51
Figura 8. Aspecto Político.....	52
Figura 9 Aspecto Tecnológico.....	53
Figura 10. Aspecto Ambiental.....	54
Figura 11. Resultado Consolidado	54
Figura 12 Distribución de la Población por Sexo y Por Edades	56
Figura 13. NUESTRA MARCA	57
Figura 14 Nuestros Productos	58
Figura 15. Estrategia Publicitaria	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz DOFA de la empresa	41
Tabla 2. Herramienta de Encuesta para Delphi	43
Tabla 3. Resultados Delphi Tabulación Aspecto Económico	47
Tabla 4. Resultados Delphi Tabulación Aspecto Social	47
Tabla 5. Resultados Delphi – Tabulación Aspecto Político.....	48
Tabla 6. Resultados Delphi – Tabulación Aspecto Tecnológico	48
Tabla 7. Resultados Delphi – Tabulación Aspecto Ambiental.....	49
Tabla 8 Resultado Consolidado.....	55
Tabla 9 Resumen Canvas aplicado a Danie Sueño Fashion.....	65

1. INTRODUCCIÓN

DANIE SUEÑO FASHION es una microempresa informal, dedicada a la confección de prendas de vestir, cuyo producto bandera son los pijamas femeninos. Sus ventas son modestas y se han mantenido estables, las realizan principalmente en el mercado local con una pequeña participación del mercado regional cercano. Sus propietarios quieren dinamizarla formalizándola y aplicando técnicas modernas de administración.

El proyecto aplicado COMPORTAMIENTO Y TENDENCIAS DEL MERCADO DE LOS PIJAMAS FEMENINOS Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS PARA LA MICROEMPRESA “DANIE SUEÑO FASHION” UBICADA EN SINCELEJO SUCRE se origina en la necesidad que tienen los propietarios de la microempresa de identificar los factores estratégicos que determinarán el futuro de la empresa, especialmente los relacionados con el mercado, para adoptar un modelo de negocios que se corresponda con las tendencias y necesidades del mercado actual y que apalanque el crecimiento sostenible del negocio.

Es de resaltar que las prendas de vestir, al igual que cualquier otro producto de consumo, tienen una fecha de vencimiento asociada a su ciclo de vida (Bur, 2013) por lo que se hace necesario estudiar y analizar cuál ha sido el comportamiento y cuales son las tendencias del mercado de las pijamas femeninas, y de esta forma estar a la par de las exigencias actuales de mercado en cuanto a diseño y modas.

El sector de las confecciones en nuestro país está en dificultades desde el año 2013 ante lo cual los empresarios del gremio se han visto en la necesidad de exigir al gobierno medidas que ayuden a superar la crisis ocasionada en gran parte por a la devaluación del peso frente al dólar y al contrabando de mercancía proveniente de otros países.

Los informes más recientes del DANE lo demuestran: Según la Encuesta Mensual Manufacturera de junio del 2017, la confección de prendas de vestir tuvo una caída del 13%, y la hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles también mostró un decrecimiento del 19,9%. (Gonzalez, 2017).

Este proyecto realiza un estudio de mercado en el sector textil y lo que representa dentro de la economía Colombiana, de igual manera analiza como se encuentra el sector en materia de

importaciones y exportaciones, además revisa las oportunidades existentes para los pequeños empresarios como es el caso de la microempresa “Danie Sueño Fashion”.

La investigación realizada en este proyecto es de tipo mixto, pues combina el enfoque cualitativo y el descriptivo, para evaluar los factores que definen la viabilidad de la microempresa.

Glosario de Términos

COSTO: En economía, el coste o costo es el valor monetario de los consumos de factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien, servicio o actividad.

DEMANDA: la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos por un consumidor o conjunto de consumidores.

EMPRENDIMIENTO: es la capacidad y el deseo de desarrollar, organizar y manejar un negocio junto con sus respectivos riesgos con el fin de obtener una ganancia.

EMPRESA: Organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los solicitantes.

FACTORES ESTRATÉGICOS: son los elementos externos e internos que afectan a una empresa, de tal forma que determinan su futuro.

FONDO EMPRENDER: El Fondo Emprender es un fondo de capital semilla creado por el Gobierno Nacional en el artículo 40 de la Ley 789 del 27 de Diciembre de 2002: “por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo”.

IVA o impuesto al valor agregado: es una contribución tributaria deducida a partir de los precios que los consumidores pagan por bienes y servicios. Este es un gravamen de orden nacional y naturaleza indirecta, que es obtenido a partir de los costos de producción y venta de las empresas.

METODO DELPHI: (nombre tomado del oráculo de Delphos) es una técnica de comunicación estructurada, desarrollada como un método sistemático e interactivo de predicción, que se basa en un panel de expertos. Es una técnica prospectiva utilizada para obtener información esencialmente cualitativa, pero relativamente precisa, acerca del futuro.

MODA: (del francés mode, y del latín modus, "modo" o "medida") se trata de un conjunto de prendas de vestir, adornos y complementos que se basan en gustos, usos y costumbres, y que se usan durante un periodo determinado.

MODELO CANVAS: Business model canvas, traducido como lienzo de modelo de negocio, es una plantilla de gestión estratégica para el desarrollo de nuevos modelos de negocio.

MYPIMES: Las pymes son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos. También existe el término MiPyME (acrónimo de "micro, pequeña y mediana empresa"), que es una expansión del término original, en donde se incluye a la microempresa.

OFERTA: En economía, se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los consumidores bajo determinadas condiciones de mercado.

PIB O PRODUCTO INTERNO BRUTO: es una magnitud macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final de un país o región durante un período determinado, normalmente de un año.

TLC O TRATADOS DE LIBRE COMERCIO: acuerdos de intercambio comercial entre países.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El sector textil Colombiano está atravesando por un período difícil, tal como lo demuestra la información que sigue:

- Fabricato, tuvo que parar su producción en el periodo comprendido entre el 26 agosto y el 10 de septiembre de 2017. Sus directivos manifestaron, en entrevista concedida a María Alejandra Medina del diario El Espectador, las siguientes razones:

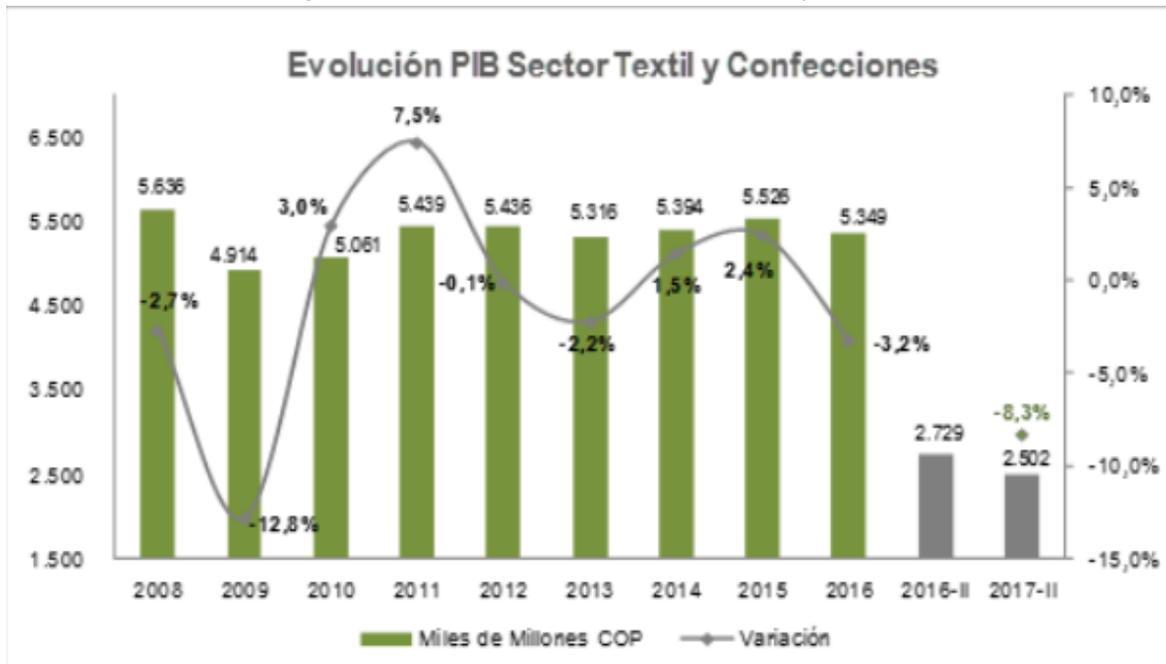
Las condiciones negativas de la economía del país, el debilitamiento de los aranceles de importación, de la masiva importación de telas y prendas, así como el contrabando de productos textiles, circunstancias que han afectado de manera sistemática nuestras ventas y han incrementado los inventarios de producto terminado, haciendo que la

operación industrial resulte negativa durante el primer semestre de este año (Medina, 2017)

- Otro problema que atraviesa el sector tiene que ver con la falta de mano de obra calificada (AITEEX - PTP, 2016), ya que la industria textil tiene dificultad a la hora de conseguir operarios, pues las personas prefieren desenvolverse en otras áreas y nuestros jóvenes no les llama la atención el oficio de ser costureros, mientras que los que toman el oficio, prefieren un trabajo independiente. Por todos estos motivos es que las grandes manufactureras colombianas hacen el diseño de las prendas en Colombia y solicitan la producción a países como China, Pakistán, Vietnam, India, Bangladesh, entre otros, en donde la mano de obra y otros incentivos hacen que los costos de producción sean inferiores a los que se generarían si se produjeran en nuestro país.
- La industria de las confecciones se encuentra resentida por la caída en el consumo de los hogares (Dinero, 2018), el aumento del contrabando técnico, o sea importación con facturas que tienen precios por debajo del costo real, por (Sierra Suarez, 2017) y la alta informalidad.
- Según los datos que arroja la Encuesta Mensual Manufacturera del DANE, la producción real del sector confecciones tuvo su último buen año en el 2011, cuando creció al 38.3% en términos reales; a partir del 2013 el desempeño ha estado lleno de altibajos con una caída muy fuerte en 2013 (-28.7%), un ligero repunte en 2014 (17.4%) y de ahí hasta el 2017 la producción ha venido cayendo por encima del 5% anual, con excepción del 2016 cuando tuvo una pequeña recuperación del 7,3%.
- En cuanto al comercio internacional, la relación entre las importaciones y las exportaciones de prendas y complementos de vestir es inversa, mientras las primeras aumentan las segundas disminuyen, generando un déficit en la balanza comercial. Para hacer frente a la crisis el gobierno decidió enfrentar la subfacturación de fibras, hilados y textiles con el Decreto 2218 de diciembre de 2017 y analiza la implementación de una serie de medidas entre las que se encuentra la disminución de impuestos, incentivos al cultivo del algodón, además de establecer un reglamento de maquillado y etiquetado. Ante estas medidas, el sector espera una reactivación, tanto en el comercio como en la producción de textiles, (Dinero, 2018).

- La figura 1 muestra la evolución del PIB del sector textil y confecciones, donde también se ven los altibajos de estos sectores.

Figura 1. Evolución del PIB del sector textil y confecciones



Fuente: Recuperado de www.sectorial.co/articulos-especiales/item/95980-contrabando,-la-camisa-de-fuerza-del-sector-textil-y-confecciones a partir de datos DANE

En nuestro país existen entidades que apoyan al sector textil entre las cuales podemos mencionar: Inexmoda, Procolombia, SENA, la ANDI, PTP, así como también se desarrollan eventos de talla mundial relacionados con la moda dentro de los más importantes podemos mencionar:

1. Colombiamoda
2. Colombiatex
3. Barranquilla fashion week
4. Cartagena fashion week
5. Plataforma K
6. Cali Exposhow

Las anteriores ferias son un referente para que los diseñadores y productores colombianos sean pequeños o grandes puedan mostrar sus productos y logren negociaciones con compradores de todo el mundo.

Ya hemos visto lo relacionado en cuanto al sector textil en Colombia, analizando aspectos importantes en lo que tiene que ver con su comportamiento, tocando algo de la crisis, entidades que apoyan al sector y eventos que se realizan en torno a la moda, ahora vamos analizar cuáles son las oportunidades que tienen en Colombia las Mypime.

El emprendimiento, como origen de la creación de empresas, es uno de los principales motores dinamizadores de las economías e impulsor del desarrollo productivo. Esta afirmación está respaldada por innumerables ejemplos en países de todos los continentes del planeta: Nueva Zelanda, Australia, Suráfrica, Finlandia, Bulgaria, India, Japón, Israel, Tailandia, Brasil, Colombia, Irlanda, Chile, México, China, en donde el emprendimiento y la innovación han generado valor para su economía. De acuerdo con María Minitti (Minitti, Zacharakis, Spinelly, Rice, & Habbershon, 2007), es fuente importante de invenciones tecnológicas, ha sido el origen de muchos imperios corporativos y está directamente unida al desarrollo económico en todo el mundo. Quienes se oponen a la financiación del emprendimiento a través de programas de estado muestran que en los países en desarrollo fracasa el 80% de los emprendimientos, pero autores como Schumpeter (Schumpeter, 1934) afirman que la innovación y el emprendimiento son un acto de destrucción creativa que, al introducir nuevos productos y procesos, aumenta la productividad y estimula el crecimiento económico; este crecimiento económico tiene un efecto multiplicador cuyos beneficios superan con creces las pérdidas consecuentes de quienes fracasaron.

En nuestro país existen muchos talleres familiares dedicados a la actividad de la confección, pero la gran mayoría de estos talleres operan informalmente, teniendo una producción de pan coger es decir: “lo que producen y venden es usado para el propio consumo de los hogares” y por lo tanto no hay un crecimiento industrial en cuanto a estos talleres y nos vemos en una situación donde, existe mucho talento, pero poca visión de progreso en el mediano y largo plazo, consecuente de falta de formación empresarial y tecnológica de estos microempresarios. A pesar de que en nuestro país existen muchas entidades que supuestamente apoyan a las microempresas nos encontramos en una situación donde los créditos que son otorgados manejan tarifas que son muy

elevadas como para promover el emprendimiento, con intereses que oscilan entre el 2.5% y el 3% mensual sin incluir otros conceptos como seguros y comisiones.

Afortunadamente tenemos en nuestro país una entidad estatal que apoya el emprendimiento como lo es el “FONDO EMPRENDER” del SENA que apoya el emprendimiento pero bajo ciertas políticas establecidas por la entidad y donde muchos emprendedores no aplican al no cumplir con alguno de los requisitos establecidos.

“Danie Sueños fashion”, es una idea de negocio que actualmente se está ejecutando y las ventas que realiza al menudeo son muy buenas, pero este emprendimiento requiere maquinaria, herramientas y capital para disminuir los costos de producción y llegar a otros mercados que permitan su crecimiento. En varias ocasiones la microempresa Danie fashion ha acudido a las capacitaciones del FONDO EMPRENDER pero en última instancia la entidad manifestó que no aplicaba a dicho programa por que la persona que se encarga de la producción no contaba con certificado que acreditara su experiencia en el ámbito de la costura y el diseño.

Por todo lo anterior el problema que debió resolverse mediante este proyecto fue determinar si la empresa es viable, cuales son las oportunidades que el mercado tiene para explotar y cual modelo de negocios debe adoptarse para aprovechar estas oportunidades.

2. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se enfoca en la microempresa familiar que lleva por nombre: Danie Sueños Fashion la cual tiene como meta llegar a ser una gran productora de pijamas femeninos y lograr ocupar un reconocimiento primeramente a nivel municipal y regional y en un futuro se visiona en el mercado nacional.

Este proyecto se justifica porque:

1. Es una forma de poner en práctica todo lo aprendido en el desarrollo de la Especialización en gerencia estratégica de mercadeo.
2. Fortalece la microempresa mediante el análisis de cada uno de los componentes que rodean el mercado.

3. Contribuye al desarrollo económico y social de la región.
4. Permite generar nuevas oportunidades de empleos no solo a la familia emprendedora sino también a aquellas costureras o costureros que busquen en la producción textil una fuente de empleo y de economía.

El desarrollo de este proyecto se adapta a la **línea de investigación** “Desarrollo sostenible y competitividad”, **sub línea** “Emprendimiento social y solidario”, dado que se está realizando un estudio de mercado para una microempresa ubicada en la ciudad de Sincelejo-Sucre.

Con el desarrollo de este estudio se pretenden obtener un panorama, que permita posicionar a la empresa en el corto plazo en la ciudad de Sincelejo, una vez abarcado este mercado la empresa debe buscar nuevas estrategias que permitan lograr obtener un reconocimiento a nivel regional, para que se le facilite competir en mercados nacionales e internacionales en el mediano y largo plazo.

Para poder comprender como ha sido el comportamiento del mercado de pijamas femeninas se hace necesario investigar datos e información estadística perteneciente al sector de las confecciones en Colombia, en cuanto a crecimiento, apertura de nuevos mercados, ventas y otros aspectos del mercadeo que sirvan para poder realizar el análisis que se requiere. Por otro lado para identificar las oportunidades de negocios que la empresa tiene se hace necesario usar el método Delphi, cuya efectividad se basa en tener a un grupo de expertos conocedores del tema objeto de estudio de este proyecto. Finalmente el modelo Canvas servirá para diseñar el modelo de negocios a utilizar para aprovechar las oportunidades detectadas.

Los interesados en que este proyecto se realice son, sin duda alguna los dueños de la empresa, pues podrán tener unas bases que les permita seguir invirtiendo en el negocio debido a que se les presentará cada uno de los aspectos relacionados con el negocio de la confección y en especial el de mercado de pijamas.

Para concluir se puede decir que este proyecto es de mucha utilidad si tenemos en cuenta la línea y sub línea de investigación, el cual se ha enfocado en el emprendimiento como factor de desarrollo social y económico para las regiones y el país.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Analizar el comportamiento y las tendencias del mercado de pijamas femeninas, para detectar oportunidades de negocios para la empresa Danie sueños Fashion.

3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico a través del uso de la herramienta canvas, en la empresa Danie sueños Fashion para diagnosticar oportunidades de negocios.
- Visionar posibles escenarios sobre el comportamiento del sector textil, especialmente de pijamas femeninas, a través de la metodología Delphi.
- Determinar la situación actual de la empresa mediante un análisis interno y externo para poder conocer los pros y en contra que esta presenta.

4. MARCO REFERENCIAL

En Colombia el tema de la moda ha tenido una gran aceptación por el cliente sin importar el género (femenino o masculino), más sin embargo la mayor parte de aceptación la ha tenido por la población femenina que sin duda alguna día a día busca mantenerse vinculada a la moda y a cada innovación que esta presenta. Teniendo esto como referente esencial, este proyecto se ha basado en el estudio de la confección de pijamas femeninos que vayan a la vanguardia de la sociedad y que satisfagan las exigencias los gustos de cada cliente. Además es de gran importancia resaltar que la confección es una forma de generar nuevas fuentes de empleo a aquellas personas que cuentan con un aprendizaje bien sea empírico o estudiado, y que no se le han abierto puertas laborales.

4.1 Marco Conceptual

MERCADO: Un mercado es cualquier escenario que permite a los compradores y vendedores obtener información y hacer negocios entre ellos (Parkin, 2012)

DEMANDA: Es el deseo de obtener un producto determinado, respaldado por la capacidad de pago (Kotler & Cámara, 2000)

OFERTA: es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente...) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente. (<http://economipedia.com/definiciones/oferta.html>).

EMPRENDIMIENTO: La palabra emprendimiento tiene origen francés con raíces en las ideas del siglo XVII sobre la realización de tareas, riesgo, compromiso de hacer algo, y la organización, operación y asunción de riesgo para una empresa. Mientras que la idea del emprendedor y el espíritu empresarial han evolucionado para incluir los atributos de innovación, descubrimiento o construcción de oportunidades y creación de valor, el sentido de la esencia básica del término continúa centrándose en esa faceta del comportamiento humano que es la iniciativa. El proceso de la iniciativa empresarial implica invariablemente un individuo o individuos que invierten esfuerzos en algo que no habían hecho antes (Fayolle, 2007)

ANÁLISIS DOFA: Es un tipo de análisis de factores estratégicos que examina las fortalezas y oportunidades que ofrece el entorno y las debilidades y amenazas que hay en el ambiente de una empresa específica, lo cual permite identificar las capacidades y recursos con que cuenta la empresa y la mejor manera de utilizarlos, al igual que las oportunidades que la empresa no está aprovechando por la falta de recursos adecuados (Wheelen & Hunger, 2013).

El procedimiento de análisis (Wheelen & Hunger, 2013) se desarrolla en una tabla de seis columnas, en los siguientes pasos:

1. En la columna 1 se enumeran los factores estratégicos que más importantes para el contexto de la empresa. Después, entre paréntesis, se indica si se trata de una fortaleza, una oportunidad, debilidad o amenaza.

2. En la columna 2 se asignan pesos a todos los factores estratégicos, tanto internos como externos, la suma de estos pesos debe ser igual a 1.
3. En la tercera columna califique como la administración de la compañía está respondiendo a cada uno de los factores estratégicos, rango de calificación entre 1 y cinco.
4. La cuarta columna sirve para poner la calificación ponderada, o sea el producto de las columnas 2 y 3.
5. En la columna 5 indique si el alcance de cada factor es a corto plazo (menos de un año), mediano plazo (entre uno y tres años) o largo plazo (tres años o más).
6. La columna 6 es para comentarios.

Este análisis permite identificar un nicho donde la empresa analizada puede utilizar sus competencias claves para aprovechar una oportunidad específica de mercado.

La herramienta DOFA también sirve para generar alternativas estratégicas a partir de la Matriz DOFA, a través de la cual las oportunidades y amenazas se pueden relacionar con sus fortalezas y debilidades para generar cuatro grupos de alternativas estratégicas.

La figura 2 resume tales alternativas.

Figura 2. Matriz DOFA y Alternativas Estratégicas

		ANÁLISIS INTERNO	
		Fortalezas	Debilidades
ANÁLISIS EXTERNO	Oportunidades	Estrategias ofensivas (FO) Se generan opciones que utilizan las fortalezas para aprovechar las oportunidades	Estrategias de reorientación (DO) Se generan opciones que aprovechan las oportunidades, superando las debilidades
	Amenazas	Estrategias defensivas (FA) Se generan opciones que utilizan las fortalezas para evitar las amenazas	Estrategias de supervivencia (DA) Se generan opciones que minimizan las debilidades y evitan las amenazas

MODELO CANVAS: conocido también como “Business Modelo Canvas” es un modelo de negocios que actualmente se está utilizando a la hora de querer implementar ideas de negocios, es

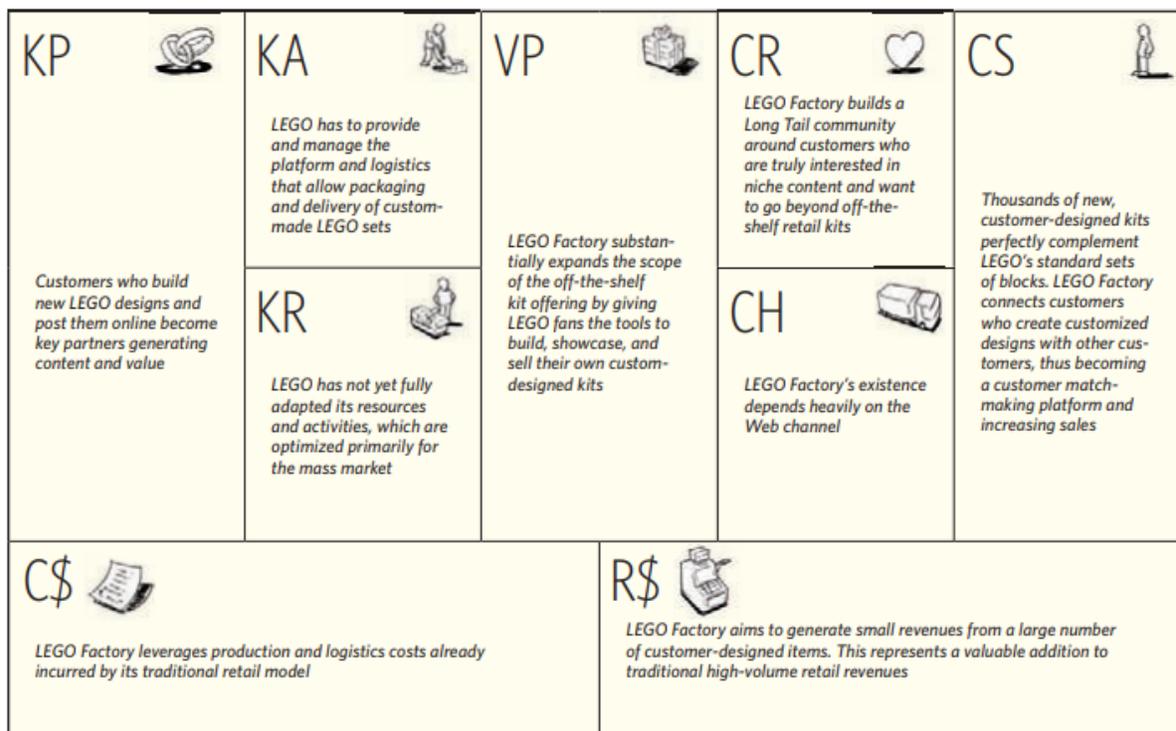
un modelo muy eficiente por que simplifica los pasos a la hora de plasmar propuesta. Fue desarrollado como tesis de doctorado por Alex Osterwalder en el año 2008 y es definida como: “una plantilla de gestión estratégica para el desarrollo de nuevos modelos de negocio o documentar los ya existentes. Es un gráfico visual con elementos que describen propuesta de producto o de valor de la empresa, la infraestructura, los clientes y las finanzas. Ayuda a las empresas a alinear sus actividades mediante la ilustración de posibles compensaciones.

El modelo, tal como se observa en la figura 2, consta de nueve bloques que son claves a la hora de plasmar nuestra propuesta de negocios, estos son:

1. Segmentos de Clientes: estos resultan ser los más importantes dentro del modelo, saber y conocer perfectamente nuestros clientes, responde la pregunta ¿para Quién?
2. Propuesta de Valor: aquí es muy importante descubrir cómo queremos generar VALOR para nuestros clientes, con propuestas novedosas e innovadoras. Responde la pregunta ¿el Qué?
3. Canal: ¿Cómo entregar la propuesta de valor para nuestros clientes? ¿Cómo hacemos llegar los productos a nuestros clientes?
4. Relación con los Clientes: ¿Qué tipo de relación esperan nuestros clientes?, ¿qué relación tenemos ahora?
5. Flujo de Ingresos: ¿cuál es valor que están dispuestos a pagar nuestros clientes por nuestros productos?
6. Recursos Claves: ¿qué recursos claves necesito para generar Valor en mis productos?
7. Actividades Claves: ¿qué actividades claves necesito desarrollar para generar valor en mis productos o servicio?
8. Alianzas: este bloque es muy importante ya que debemos definir cuáles serán nuestros socios estratégicos en proveedores, clientes y accionistas entre otros.
9. Costos: es muy importante saber que estructura de costos voy a implementar ya que en este punto sabremos qué utilidad podríamos tener de nuestro negocio. (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Para el desarrollo de este proyecto y teniendo en cuenta la variable de estudio “Oportunidades de negocios para la microempresa *Danie sueño fashion*, se hará uso de este modelo para analizar la viabilidad de la propuesta.

Figura 3. Ilustración del modelo de negocios Canvas

LEGO Factory: Customer-Designed Kits

Fuente: (Osterwalder & Pigneur, 2010)

MÉTODO DELPHI: es un método de expertos definido como “un proceso sistémico e iterativo encaminado a la obtención de las opiniones, y si es posible el consenso, de un grupo de expertos. (Félix, 2008).

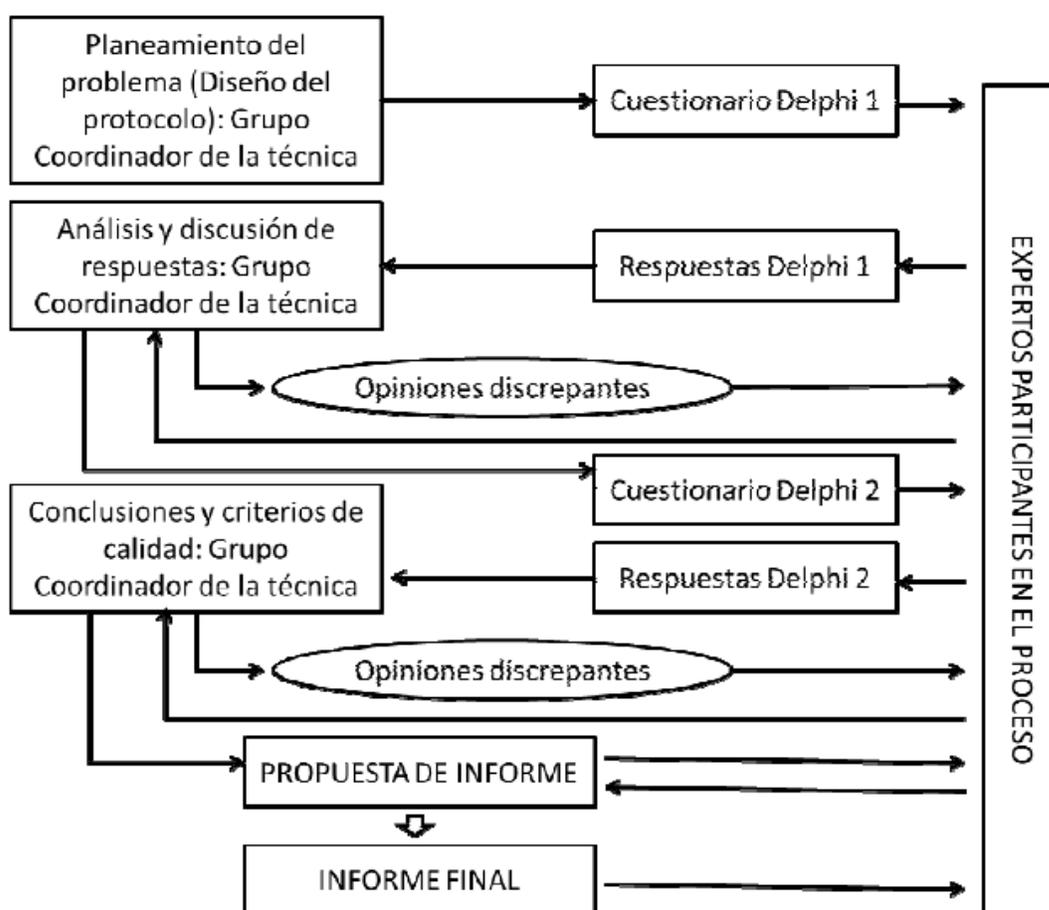
Para la aplicación del método se pueden identificar 10 fases:

1. Definición del problema.
2. Formación de un grupo que aborde un tema específico.
3. Diseño del cuestionario que se utilizará en la primera ronda de preguntas.
4. Prueba del primer cuestionario.
5. Entrega del cuestionario a los panelistas.
6. Análisis de las respuestas de la primera ronda de preguntas.
7. Preparación de la segunda ronda de preguntas y aprovechamiento de la primera ronda para perfeccionar las preguntas, siempre que proceda.
8. Entrega del segundo cuestionario a los panelistas.

9. Análisis de las respuestas de la segunda ronda de preguntas (los pasos 5 a 9 se repiten hasta cuando se llegue a un consenso o se alcance cierta estabilidad en las respuestas).
10. Preparación de un informe por parte del equipo que analiza los resultados para presentar las conclusiones del ejercicio.

Para nuestro proyecto haremos uso de la metodología Delphi, para pronosticar cómo será el futuro del sector textil en Colombia y las tendencias en el mercado del mismo principalmente en la categoría de ropa interior femenina teniendo como producto principal las pijamas

Figura 4. Diagrama de flujo del método Delphi



Fuente: (Reguant-Álvarez & Torrado-Fonseca, 2016)

4.2 Marco Teórico

Para la elaboración de este proyecto se hizo indispensable buscar ciertos aportes y/o postulados que han hecho grandes impulsores de la industria textil y costurera al mundo de la moda de pijamas femeninos, a continuación se citaran algunos de estos aportes.

La palabra emprendimiento tiene origen francés con raíces en las ideas del siglo XVII sobre la realización de tareas, riesgo, compromiso de hacer algo, y la organización, operación y asunción de riesgo para una empresa. Mientras que la idea del emprendedor y el espíritu empresarial han evolucionado para incluir los atributos de innovación, descubrimiento o construcción de oportunidades y creación de valor, el sentido de la esencia básica del término continúa centrándose en esa faceta del comportamiento humano que es la iniciativa. El proceso de la iniciativa empresarial implica invariablemente un individuo o individuos que invierten esfuerzos en algo que no habían hecho antes (Fayolle, 2007)

La cultura de emprendimiento es la que trae desarrollo a los países y por este motivo hay que fomentar desde las escuelas y universidades para que nuestros jóvenes se apropien y puedan ser productivos.

Por otro lado encontramos **que Fernando Rivero** declaro que “la finalidad de las innovaciones en marketing es afrontar mejor las necesidades de los clientes, abrir nuevos mercados, introducir un nuevo producto en el mercado, etc.” con el objetivo de incrementar las ventas de nuestra organización. Dentro de la innovación en marketing incluimos nuevos o cambios significativos en el diseño o envase (packaging, en inglés) de los productos que formen parte de un nuevo enfoque de marketing. Consideramos cambios en el diseño de productos a los producidos en la forma del producto y en su apariencia que no alteren sus características o su funcionalidad última (ya que en ese caso lo consideraríamos innovación en producto). También contemplamos los cambios en los envases de, por ejemplo, productos alimenticios, bebidas o detergentes, donde el envoltorio es el factor clave para determinar la apariencia del producto. (**Fernando Rivero, 2011**).

Por otro lado encontramos que la producción de textiles y confecciones en Colombia está de capa caída. Según el DANE, en junio el sector de hilos y telas produjo 20 por ciento menos que el mismo mes del año pasado, mientras que en confecciones el declive fue de 13 por ciento.

La menor producción implica despedir trabajadores, y se estima que ya se habrían perdido 80.000 empleos. Lo curioso es que la venta de textiles y confecciones en el comercio minorista creció 1,4 por ciento en el mismo periodo y las importaciones de confecciones aumentaron 21 ciento. Esta diferencia entre el comportamiento de la producción industrial, por un lado, y las ventas del comercio y las importaciones, por el otro, es una de las claves para explicar la mala racha del sector, que empeoró el último mes, pero es notoria desde el año pasado.

En el primer semestre, la producción nacional de confecciones y prendas de vestir se redujo 9,7 ciento, mientras que las ventas del comercio solo cayeron 1,9 ciento. En el 2016, la caída de la producción fue de 4,2 ciento, en tanto que el comercio minorista aumentó sus ventas en 3,8 ciento. Además, es significativo que en el 2016 las importaciones de prendas de vestir tuvieron una disminución del 22 por ciento, por efecto del aumento del arancel que rigió en ese año, lo cual permite suponer que el incremento de las ventas debió incluir confecciones de contrabando.

No obstante los esfuerzos e inversiones realizadas por las empresas textiles para modernizarse y aumentar su productividad, la realidad es que es imposible competir con prácticas desleales como el dumping (vender por debajo del costo de producción), o ilegales como el contrabando técnico, mediante la subfacturación de importaciones, uno de los mecanismos que se utilizan para lavar dineros ilícitos. Un caso concreto de estas prácticas es el de telas Denim, que llegan de China a un precio de 0,70 dólares/kg, cuando la sola materia prima, el algodón, tiene un precio internacional de 1,50 dólares/kg.

En la medida en que se han cerrado otros canales para el lavado de dinero, en los últimos años se pueden haber incrementado el dumping y el contrabando técnico, agudizando los problemas del sector, No obstante, su deterioro viene desde hace años, debido a las políticas de apertura hacia adentro de los últimos gobiernos y la funesta revaluación, que tanto daño hicieron al aparato productivo nacional al exponerlo a una competencia desleal con los bienes importados.

El volumen de la producción nacional de textiles y confecciones (línea continua) en el 2003 es muy parecido al del 2017, es decir, un magro crecimiento de 3 por ciento. Con algunos altibajos, la triste realidad es un estancamiento total en un periodo en el que la economía creció 75 por ciento y el conjunto del sector industrial, 42 por ciento.

Tan mal desempeño no se originó porque los consumidores hubieran frenado sus compras. Por el contrario, las ventas de confecciones en el comercio minorista crecieron 2,3 veces (es decir, 130

por ciento), lo cual implica necesariamente que tuvieron que comprar telas y vestidos importados, mucho más baratos por las rebajas de aranceles y la revaluación del peso.

El comportamiento de las importaciones de estos productos (barras verticales con la escala en el lado derecho) corrobora la anterior afirmación. En 11 años –hasta el 2014– se cuadruplicaron, y aunque con la devaluación del peso de los últimos años han decrecido un poco, el crecimiento en el periodo es de 235 por ciento.

Llama la atención que las ventas del comercio siguieron creciendo después del 2014, aunque la producción nacional estaba estancada y las importaciones declaradas en las aduanas disminuyeron. Una hipótesis para explicar esta paradoja es el aumento del contrabando y el lavado de dinero.

Los evangelistas de la apertura a ultranza justifican el deterioro del sector porque, afirman, no ha hecho el esfuerzo de aumentar la productividad para ser más competitivos frente a las importaciones. La verdad es que el conjunto del sector sí ha hecho la tarea de reducir sus costos de producción, en particular el más importante, la mano de obra.

La noticia positiva es que, hasta el año pasado, el aumento de la productividad en el sector textil era del 75 por ciento; la negativa, que eso ha sido a costa de la pérdida de miles de empleos. (Mauricio, 2017).

Otro gran aporte al mundo de la moda fue dado por Margarita Riviere, quien afirmó que:

La evolución de la ropa interior femenina a lo largo del siglo XX puede resumirse en cuatro rasgos principales: simplificación, comodidad, innovación textil y universalización. Comenzando cuando la moda de la línea "s" estaba todavía en auge, lo cual implicaba un sistema de corsé, construido con ballenas, telas resistentes y lazadas que aplanaban el vientre y ponían de relieve el pecho y las nalgas. Sin embargo el gusto evolucionó hacia una simplificación de la indumentaria y la línea que se vuelve más fluida, amplia y de resonancias orientales y teatrales que encarna a la perfección el estilo de Paul Poiret quien, en torno a 1907, y recogiendo diversas influencias (entre las que están tanto las de la higiene y la sanidad, como los incipientes deseos de liberación femenina) suprimía el uso del corsé al crear la línea huso o Botticelli, que ponía énfasis en el pecho y difuminaba la cintura. El corsé de cintura se dejó de usar, ya que la línea de los años veinte exigía naturalidad en la parte superior del cuerpo y total estilización en caderas y muslos. Durante estos años la

camisa y los pantalones a mitad de muslo en que se han convertido los antiguos knickers se realizan en seda, crepés, batistas y telas fluidas de caída lánguida que se adorna con pequeños bordados y mantienen los tonos claros y pasteles. Las mujeres han comenzado a sustituir el camisón y el salto de cama por pijamas y batines copiados de los hombres.

Lo elástico, es lo que marca la década de los treinta, cuando la faja es considerada moralmente benéfica y vuelve a convertirse en corsé, incorporando al conjunto el sostén, que ya ha evolucionado en dos copas que, en 1935 ya son rígidas y modulan el pecho femenino de acuerdo con la moda. La elasticidad de los nuevos materiales permite una mayor libertad de movimientos y comienzan a estudiarse formas de ropa interior para la práctica del deporte, mientras las nuevas fajas incorporan en 1931, el nuevo invento de la cremallera en la ropa interior. A finales de los años treinta se hacen los primeros ensayos de nuevos colores oscuros para la ropa interior femenina.

Es una época de inventos. El mayor de ellos, que producirá una verdadera revolución de la ropa interior, es el nuevo tejido sintético llamado nylon, descubierto por el Doctor Wallace Hume Carothers y cuya patente es propiedad de la compañía Du Pont de Nemours que, en 1939 ya comercializaba el hilo de nylon. El 16 de mayo de 1940 fueron puestas a la venta en Estados Unidos las primeras medias de nylon, a partir de las cuales será fácil la fabricación de tejidos apropiados para la ropa interior femenina, como las combinaciones y camisones, que invadirán el mundo más adelante.

Los años 50 van a conocer una verdadera vuelta al corsé faja, incorporaba el sostén, provisto en ocasiones de rellenos, dada la moda del pecho abundante, diseñado por modistos de alta costura como Christian Dior, uno de los primeros en lanzar la corsetería de alta costura. En paralelo, aparecen la faja pantalón y los sostenes de formas más deportivos y se consolida el uso de la combinación.

Cuando parece que se ha conseguido una estabilidad en el sistema de ropa interior femenina llega la revolución de la minifalda y con ella la total supresión de la faja y la utilización masiva de pantis y bragas. En los años 60 la ropa interior femenina, de acuerdo con la popularización del bikini y la nueva sensibilidad juvenil, sufre un importante cambio: el sostén y las bragas slip se conjuntan en telas elásticas y estampadas de colores vivos y se olvidan combinaciones y fajas, hasta el extremo de provocar una importante crisis entre los fabricantes.

Este mercado juvenil va a reclamar en la década de los 70 la vuelta a las fibras naturales y el empleo de nuevo del algodón para la ropa interior. Sin embargo, la superación de la crisis de los 60 se resuelve en la moda y también en la lencería gracias a la nostalgia: la mirada al pasado introduce un nuevo gusto por sedas, encajes y sofisticaciones que encarnan los nuevos bodys fajas, que modelan suavemente el cuerpo como una segunda piel. La lencería recupera así a finales de los 60 ciertas ideas de los 50, pero elaboradas con materiales más perfeccionados y sexys.

Coincidiendo con este énfasis en el cuerpo que introduce elementos de ballet y danza en la moda exterior femenina y hace florecer la imaginación de la ropa interior, la moda lanza una idea extravagante que será recogida por un sector del público juvenil gracias a la cantante Madonna, quien a mediados de los 80 utiliza la ropa interior como parte de su vestuario escénico. Las modas de los sucesivos veranos combinaban tops y shorts o calzoncillos de origen masculino de corte tradicionalmente adjudicado a la ropa interior, pero en los años 90 la utilización de bodys, leggings o tops, indistintamente como ropa exterior o interior, significó que la frontera entre lo exterior y lo interior, que había marcado todo el siglo XX se iba difuminando y la ropa interior pasaba, simplemente a ser ropa (Riviere, 1996).

4.3 Marco legal

En la actualidad muchas personas se han visto en la necesidad de buscar una fuente de empleo estable con la cual puedan mantener una economía que los ayude a solventar sus necesidades personales y familiares; pues sin duda alguna los colombianos hoy día no les queda fácil conseguir un trabajo, por lo cual muchos se han idealizado proyectos que les permitan mejorar su situación y ser sus propios jefes y a su vez brindar oportunidades a otros que se encuentren en igual condición. Para realizar estos proyectos se debe tener una buena asesoría y el apoyo de varias entidades, pues todo debe estar legalizado y cumplir con ciertos parámetros; a continuación se mostraran los pasos indispensables para crear una empresa en nuestro país y las leyes que cobijan dichos proyectos.

4.3.1 Pasos para crear una empresa en Colombia

Constituir una empresa en este país es un proceso cada vez más sencillo y económico. Colombia ha dado pasos de gigante en la simplificación de trámites, por lo menos en lo que a creación de

empresas se refiere. En los párrafos que siguen resumimos el proceso expuesto por la Cámara de Comercio de Bogotá. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2017)

1. **Defina y estructure claramente su idea:**

Este primer momento está a su vez compuesto por varias fases:

***Tome la decisión:** Defina por cuáles razones quiere crear su empresa: necesidad, oportunidad, desempleo o plan de vida. Esto le llevará a estructurarla adecuadamente.

***Delimite su idea de negocio:** Puede darle respuestas a las siguientes preguntas: ¿mi negocio resuelve una necesidad insatisfecha?, ¿ya existe algo similar?, ¿cuál es el producto o servicio que usted ofrecerá? ¿seré fabricante o comercializador?. En este punto también debe pensar en sus potenciales clientes: ¿quiénes son? ¿cómo puedo llegar a ellos? ¿cómo me voy a diferenciar para ser una opción entre la competencia?

***Piense en un modelo de negocio exitoso:** Acá debe profundizar en los recursos que necesita y analizar su competencia, el potencial del mercado, las habilidades que necesita y la propuesta de valor de su modelo de negocio.

***Analice su entorno económico:** Tome en consideración cómo se ha movido el sector económico nacional y local en el que se inscribirá su empresa. Eso le permitirá tomar decisiones económicas adecuadas.

2. **Una vez superado este paso debe definir cuál es la forma jurídica más adecuada para registrar su empresa:**

***Como persona natural:** Entonces deberá ejercer su actividad de manera habitual y profesional a título personal y asumir todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ofrezca.

***Como persona jurídica:** Es una personalidad “ficticia” capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones y de ser representada judicial y extrajudicialmente. A su vez se clasifica en: Sociedad Limitada, Empresa Unipersonal, Sociedad Anónima, Sociedad Colectiva, Sociedad Comandita Simple, Sociedad Comandita por Acciones y Empresa Asociativa de trabajo.

***Como establecimiento comercial:** Supone la conformación de un conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de la empresa. Una persona natural o

jurídica podrá tener varios establecimientos de comercio y podrán pertenecer a uno o varios propietarios.

3. Viene el paso crucial de la formalización de su compañía en el que se deben cumplir una serie de actividades.

*Consultar que el nombre de la empresa esté disponible y no haya sido usado por otras compañías.

*Presentar el acta de constitución y estatutos de la sociedad en notaría.

*Firma de escritura pública de constitución de sociedad con copias.

*Inscripción de la sociedad empresarial ante la Cámara de Comercio de su jurisdicción.

*Obtención de copia del certificado de existencia y representación legal.

*Obtención del NIT o Número de Identificación Tributaria.

*Apertura de cuenta bancaria y depósito de capital.

*Inscripción de libros ante la Cámara de Comercio.

*Cumplimiento de las normas de uso del suelo.

*Registro empresarial.

4. La tributación:

Por medio del DIAN se debe tramitar el Registro Único Tributario (RUT) mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a las personas o empresas en calidad de contribuyentes y declarantes. Toda compañía también debe solicitarse la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio (Libro de actas y el Libro de accionistas) Si usted no es registrado en dichos libros podría perder los beneficios tributarios.

Para la creación de pequeñas, medianas y grandes empresas en Colombia encontramos varias leyes que fomentan el emprendimiento y desarrollo empresarial. Es por esto que este proyecto ha tomado como referentes las siguientes leyes, decretos, resoluciones y circulares externas:

- **Leyes:**

Ley 1014 de 2006: De fomento a la cultura del emprendimiento.

Ley 590 de 2000: Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.

- **Decretos**

Decreto 3820 de 2008: Por el cual se reglamenta el artículo 23 de la Ley 905 del 2 de agosto de 2004, sobre la participación de las cámaras de comercio en los programas de desarrollo empresarial y se dictan otras disposiciones.

Decreto 4233 de 2004: Por medio del cual se otorga el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las Mipymes en el 2004.

Decreto 1780 de 2003: Por medio del cual se crea el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las Mipymes.

- **Resoluciones**

Resolución 0001 del 14 de febrero de 2008 del Consejo Superior de Microempresa: Por la cual se adoptan los estatutos internos del Consejo Superior de Microempresa.

Resolución 0002 del 2 de abril de 2008 del Consejo Superior de Microempresa: Por la cual se adoptan los elementos del plan de acción del Sistema Nacional de apoyo a las Mipymes - Microempresa - por parte del Consejo Superior de Microempresa.

- **Circular externa**

Circular Externa No. 001 de 2008 del Consejo Superior de Microempresas: Por la cual se fijan las tarifas máximas a cobrar por concepto de honorarios y comisiones a créditos a microempresas.

4.4 Marco espacial

Danie sueños fashion, actualmente se está ejecutando en la ciudad de Sincelejo en la dirección Calle 11 No. 10D - 205 del barrio Sevilla al norte de la ciudad, en un local de 25 mt², que cuenta con dos máquinas planas, dos fileteadoras industriales, una recubridora y materia prima con un capital inicial de \$4.000.000. El negocio ha tenido buena aceptación en los barrios aledaños en donde tenemos la producción como son los barrios: San Luis, los Andes, La Vega, calle Sucre, San Carlos, Botero entre otros.

El Sector textil en la ciudad de Sincelejo se puede considerar que tiene un bajo desarrollo, de acuerdo a lo que se observa a simple vista, esto se debe a que el sector industrial de la capital de Sucre es prácticamente escaso, en cambio el sector comercial ha tenido un buen comportamiento en la última década, pues se han abierto dos grandes centros comerciales, la inversión de los

empresarios de otras regiones del país ha ido en aumento con la apertura de nuevas cadenas nacionales.

También se puede observar que gran parte del comercio que funciona en la ciudad de Sincelejo se abastece de fábricas del interior de país (Medellín, Bogotá, Cali, entre otras) y este fenómeno se debe a que en el mercado local no hay proveedores que sean capaces de solventar sus necesidades de insumos a pesar de que en Sincelejo hay muchas personas competentes desarrollar el oficio de la confección.

4.4.1 Información del Municipio de Sincelejo

Nombre del municipio: Sincelejo.

NIT: 800 104 062-6.

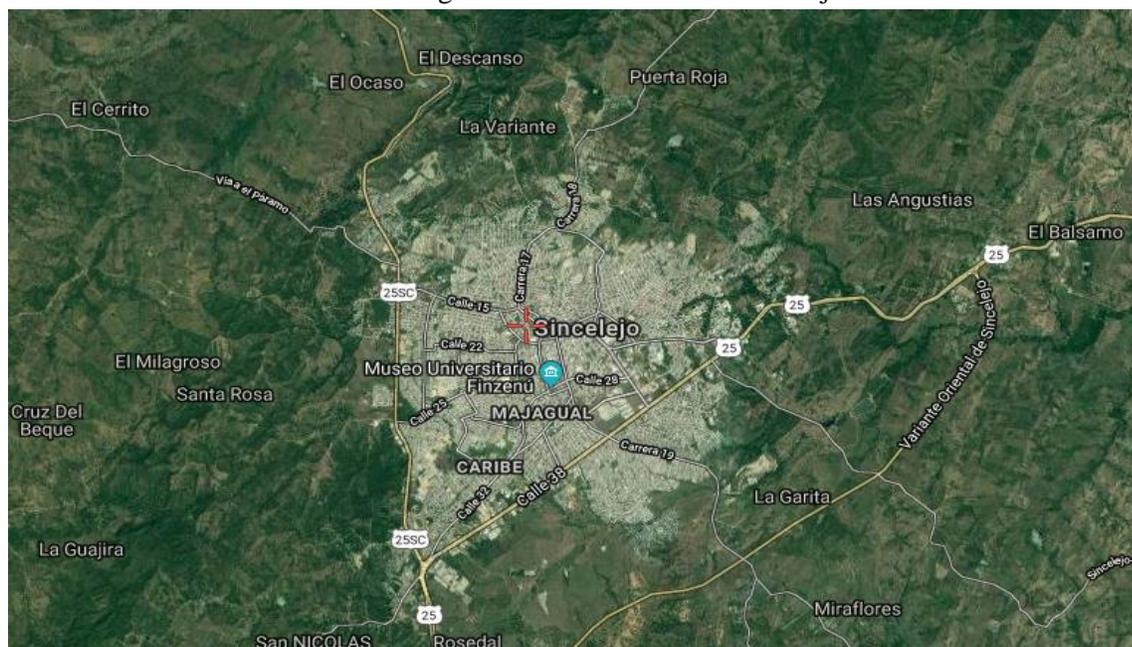
Código DANE: 70001.

Gentilicio: Sincelejano (a).

Otros nombres que ha recibido el municipio: “San Francisco de Asís de Sincelejo”, “La Capital de la Sabana”, “La Ciudad del Dulce Nombre”.

A continuación presentamos una vista satelital del municipio en la figura 5.

Figura 5. Vista satelital de Sincelejo



Fuente: http://satellites.pro/mapa_de_Sincelejo.Region_de_Sucre.Colombia

Límites del municipio

Al Sur con el municipio de Sampués y con el Departamento de Córdoba.

Al Oeste con los municipios de palmito y Tolú.

Al Norte con los municipios de Tolú y Tolviejo.

Al Este con los municipios de Corozal y Morroa.

Extensión total: 284,103 Km²

Extensión área urbana: 21,431 Km², equivalente al 7.53%.

Extensión área rural: 263,672 Km², equivalente al 92.47% .

Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 213 metros.

Temperatura media: La temperatura media anual está cercana a los 27.15°C; con una mínima promedio anual de 19,7°C y una máxima de 35,3°C.

Distancia de referencia: Sincelejo se encuentra ubicado a 987 Kms de la Capital de la República, a 459 Kms de Medellín, a 140 Kms de Montería, a 220 Kms de Barranquilla, a 180 Kms de Cartagena y a 40 Kms del Puerto de Tolú.

Economía

Las principales actividades económicas del municipio de Sincelejo giran alrededor del área departamental y vecina específicamente en el sector de la ganadería, la agricultura y el comercio y otros servicios. Por la excelente calidad de su ganado vacuno de alta selección, Sincelejo ha sido llamada la “Capital Cebuista de Colombia”; cuenta con una magnífica cría, levante y ceba de animales de inmejorables condiciones para el consumo en los mercados regionales; la lechería, en menor escala, es también importante dentro del primero de los renglones económicos del municipio.

En la agricultura, que comparada con la ganadería es apenas una fuente económica secundaria, se destaca la producción de maíz, yuca, ñame y plátano. Aunque el comercio, que es bastante activo y otros servicios, especialmente los gubernamentales, son importantes en Sincelejo, sólo le sirven económicamente al municipio como complemento de las actividades primordiales del sector agropecuario.

La industria que apenas empieza a despertar en la ciudad, cuenta con algunas factorías de productos alimenticios, confecciones, calzado y procesamiento de maderas especialmente; se

destaca la gran vocación microempresarial del municipio que se convierte en la perspectiva futura más promisorio del municipio en el corto y mediano plazo.

En síntesis, la economía de Sincelejo está sustentada en el comercio y la oferta de servicios de bancos, almacenes de cadena, clínicas, restaurantes, estaciones de servicio, telecomunicaciones fijas y móviles, transporte terrestre y aéreo, automóviles, talleres. De acuerdo con un último censo de Industria y Comercio, son cerca de 3 mil establecimientos de toda índole los que funcionan en la capital.

4.5 Marco Metodológico.

Para poder llegar a una respuesta acertada en este proyecto investigativo con respecto a sus dos variables: **Tendencias del mercado de pijamas femeninas y oportunidades de negocios de la microempresa *Danie Sueños fashion***, utilizamos el tipo de investigación: Descriptiva – cualitativa, porque de hecho para poder tener un panorama claro sobre el futuro del negocio se hizo necesario usar dos tipos de investigación que fueron claves a la hora de realizar estos estudios. El procedimiento investigativo realizado consta de los siguientes pasos:

- 1.- Revisión del contexto, situación de la industria textilera y de confecciones, a nivel nacional.
- 2.- Análisis del entorno de la empresa utilizando la herramienta DAFO (Pickton & Wright, 1998).
- 3.- Análisis prospectivo, enfocado al mercado, basado en el método Delphi (Reguant-Álvarez & Torrado-Fonseca, 2016).
- 4.- Diseño de un modelo de negocios utilizando el modelo Canvas (Osterwalder & Pigneur, 2010), con base en los resultados obtenidos en las tres actividades anteriores.

La información utilizada en este estudio proviene principalmente de fuentes primarias como el DANE, el Banco de la República, las Cámaras de Comercio y libros de autores de vanguardia, sin embargo cuando no fue posible acceder a estas fuentes primarias se utilizó información secundaria; particularmente usamos algunas gráficas que dan una visión más didáctica de la información.

En 5.1 Marco Conceptual se expone en qué consisten las herramientas, modelos y métodos que se utilizan en este proyecto.

5. RESULTADOS

5.1 Análisis del Entorno Utilizando DOFA

6.1.1. Información y Análisis de la Situación Actual del Mercado y de la Empresa.

La empresa Danie Sueño Fashion se ubica en el sector secundario de la economía colombiana, tiene como principal actividad económica la transformación de telas e insumos en productos para uso personal.

La industria textil en Colombia es reconocida por su larga trayectoria en el mercado y por la calidad utilizada en cada uno de sus productos, esta industria ha tenido momentos de bonanza y momentos críticos, estos últimos en gran parte a la llegada a nuestro país de fábricas extranjeras, a la importación de productos y al contrabando.

El 2017 fue un año de grandes altibajos para la industria textil colombiana, 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, sin embargo, la Cámara de Comercio de Medellín y la Asociación Nacional de Empresarios, expusieron cifras alentadoras acerca del movimiento textil (Esteban, 2018)

Según la Cámara de Comercio de Medellín, en julio del 2017 se liquidó tan solo 36 empresas textiles, con 755 millones de pesos, mientras que se constituyeron 190, y si les sumamos a estas últimas aquellas empresas que aumentaron su capital, el número ascendería a las 218, las cuales facturaron un total de 17.306 millones de pesos.

Para el 2018 las tendencias parecen ir dirigidas hacia un público más consciente y que busca una mayor cohesión en la industria textil, es decir, que no esperan solo recibir prendas que los hagan lucir bien, sino que trascienden este concepto a uno de mayor funcionalidad, ofreciendo así nuevos desafíos tecnológicos, pero abriendo también las oportunidades hacia escenarios más incluyentes de consumidores con responsabilidad social y ambiental.

La industria textil muestra un panorama alentador para este 2018, es así como el presidente de Inexmoda, Carlos Eduardo Botero, señaló luego de culminar la Feria Colombiatex de las Américas, el pasado 25 de enero, que se ha presentado un ambiente de optimismo entre los empresarios, quienes ven grandes posibilidades de aumentar su competitividad, producción y rentabilidad.

Por su parte, el Gobierno Nacional muestra interés en fomentar la competitividad de la industria textil colombiana, mediante nuevas líneas de crédito por \$50.000 millones a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Esto con miras a mejorar el crecimiento textil por medio de préstamos favorables para los emprendedores, especialmente en el sector del calzado.

La industria textil es uno de los sectores más destacables de la economía colombiana, debido a que equivale al 6% del PIB y representa aproximadamente el 24% del empleo en el país. Si bien el año 2017 se mostró como un período lleno de complejidades, el 2018 parece un terreno mucho más optimista, gracias a convenios como el tratado de libre comercio con Mercosur de 0% de aranceles en importaciones y los avances en los operativos para mitigar el contrabando.”

6.1.2. Identificación de Factores Estratégicos

6.1.2.1. Factores Económicos

- **Aumento en el consumo de las prendas de vestir en Colombia:** según un informe mensual de gastometría de Inexmoda y Raddar, los colombianos invirtieron **\$12.2 billones** hasta noviembre del año 2017, lo que significó un incremento del 5.6%. (Portafolio, 2018)
- **Demanda en el consumo de pijamas en la población femenina:** Solo el segmento de ropa interior femenina representó \$931.000 millones en el primer semestre de 2017, con una variación superior a 8% frente a igual periodo del año anterior. En los seis primeros meses, el gasto per cápita de este tipo de prendas fue de \$18.960, según datos del Observatorio de Moda de Raddar e Inexmoda. (Dinero, 2017)
- **Aumento de los productos provenientes de China:** Según un estudio realizado por la CEPEC (Centro de pensamiento en estrategias competitivas) de la universidad del Rosario, los productos provenientes de este país han aumentado entre el 2014 y 2015, en especial el de las pijamas donde la importación de estos productos creció en un 900%. (Redacción Negocios y economía, 2016).
- **Reducción de los costos de materia prima:** Una estrategia para colocar buenos precios, se basa en una buena política de reducción de costos, es por ello que la empresa debe buscar nuevos proveedores que ofrezcan insumos de calidad pero a un buen precio.

VARIABLES ECONÓMICAS PARA ANALIZAR:

- Consumo de prendas de vestir en Colombia

- Consumo de pijamas en población femenina
- Aumento de productos chinos
- Reducción de costos.

6.1.2.2. Factores de Cambio Social.

Los factores de cambio social que más influye en la empresa son:

- **Cambio en las tendencias de moda:** este tipo de prendas cambia de moda en cada temporada del año, del gusto, de la edad y del tipo de región donde se comercializa.
- **Escases de mano de obra para operar en el sector textil:** Es un problema nacional porque hoy en día las mujeres están prefiriendo aprender otras ocupaciones distintas al oficio de la confección.

6.1.2.3. Factores de Cambios Políticos

- **El impuesto a las ventas a una tarifa del 19%:** Con la pasada reforma tributaria se incrementó en 3 puntos porcentuales a partir del año 2017 el gravamen que se le tenía al vestuario, pasando de un 16% a un 19% lo que sin duda alguna ha venido afectando el gasto percapita de los colombianos en el rubro de vestuario.
- **El cambio de gobierno en Colombia en el 2018:** Es de anotar que en nuestro país en este año 2018 se desarrollaron a cabo las elecciones presidenciales, bajo un panorama de mucha incertidumbre con candidatos de derecha, izquierda y el centro derecho. Este proceso generó mucha expectativa en cuanto al futuro del sector productivo del país, gran parte de los empresarios mostraron su apoyo a un candidato que prometió apoyar el emprendimiento y bajarle sustancialmente los impuestos a las empresas para que estas puedan generar mayor empleo y puedan ser más competitiva.
- **Suspensión del Decreto 1744 del 2016:** Que impone un arancel de aduana para las importaciones de confecciones y calzado.

6.1.2.4. Factores de Cambios Tecnológicos

- **Implementación de maquinaria con tecnología de punta:** Si la empresa quiere ser productiva y competitiva debe optar por conseguir maquinas industriales que sean eficientes y que brinden un acabado de calidad a las prendas.

- **Implementación del sistema de códigos de barras (EAN):** Estamos en una era de grandes cambios y sin duda alguna el identificar cada referencia y cada línea de productos que la empresa realice a través del sistema de códigos de barras, va a poder permitirles llegar a los almacenes de cadena y otro tipo de mercados donde este tipo de sistema es necesario para poder llevar a cabo una negociación.
- **Diseñar una tienda on-line:** estamos en la era digital y esta es una tendencia muy de moda en la sociedad moderna, por eso la empresa debe buscar herramientas que permitan disfrutar la experiencia de compra de los clientes y romper todas esas barreras físicas que pueden existir en el tradicional modelo de negociación.

6.1.2.5. Factores de Cambio Medio Ambientales

- **Telas inteligentes y tendencias ecológicas:** Las telas inteligentes son una de las tendencias más prometedoras para el 2018, es decir, textiles con filtro UV, antibacteriales, biodegradables, repelentes, con adaptaciones especiales a las condiciones y cambios medio ambientales. Esta clase de telas se podrán apreciar en todo tipo de estilos, ya sean casuales, formales, deportivos o incluso para las prendas de control.

6.1.3. Resumen de Factores Estratégicos

- **Debilidades.**
 1. Poca maquinaria para la producción.
 2. Capital de trabajo insuficiente para cualquier incremento de producción.
 3. Capital humano escaso para generar mayor producción.
 4. Productos no cuentan con los atributos básicos (empaques, etiquetas, referencias, códigos de barras, códigos de barras).
 5. No se ha registrado la marca.
- **Oportunidades.**
 1. La empresa cuenta con proveedores nacionales y de amplia trayectoria en el mercado. (esto es una fortaleza)
 2. Los productos que ofrece la empresa son muy apetecidos por el mercado femenino.
 3. Los TLC brindan la oportunidad de exportar los productos a otros países.

4. Se puede llegar a ofrecer los productos a comerciantes locales que por lo general compran en otras regiones del país.
5. Colombia es un país que apoya el emprendimiento y ofrece herramientas para que los negocios puedan crecer y sacar sus productos al mercado.

- **Fortalezas.**

1. El personal que labora actualmente en la empresa es altamente calificado, debido a que cuenta con la experiencia y la formación en las habilidades requeridas por la actividad económica del negocio.
2. Innovación en los productos.
3. Precios altamente competitivos.
4. Productos de calidad.
5. Servicio y atención personalizada en la comercialización.

- **Amenazas.**

1. IVA del 19% incrementa el costo de la materia prima y al ser la empresa del régimen simplificado le toca asumir el IVA e incluirlo en los costos de producción.
2. Las importaciones principalmente de China, hace que el precio nacional de los productos se desplome, lo que genera disminución en la rentabilidad.
3. Las grandes marcas existente en el mercado.
4. El contrabando de textiles.
5. La consecución de la mano de obra calificada. Actualmente no hay muchas operarias o personas que se quieran dedicar al oficio de la confección.

Tabla 1. Matriz DOFA de la empresa

<p style="text-align: center;">ANALISIS INTERNO</p> <p style="text-align: center;">ANALISIS EXTERNO</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El personal que labora actualmente en la empresa es altamente calificado, debido a que cuenta con la experiencia y la formación en las habilidades requeridas por la actividad económica del negocio. 2. Innovación en los productos. 3. Precios altamente competitivos. 4. Productos de calidad. 5. Servicio y atención personalizada en la comercialización. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de maquinarias para uso en la producción. 2. Falta de capital de trabajo. 3. Capital humano escaso para generar mayor producción. 4. Productos no cuenta con los atributos básicos (empaques, etiquetas, referencias, códigos de barras, códigos de barras). 5. La marca existe pero no se encuentra registrada.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La empresa cuenta con proveedores nacionales y de amplia trayectoria en el mercado. 2. Los productos que ofrece la empresa son muy apetecidos por el mercado femenino. 3. Los TLC brindan la oportunidad de exportar los productos a otros países. 4. Se puede llegar a ofrecer los productos a comerciantes locales que por lo general compran en otras regiones del país. 5. Colombia es un país que apoya el emprendimiento y ofrece herramientas para que los negocios puedan crecer y sacar sus productos al mercado. 	<p style="text-align: center;"><u>ESTRATEGIAS FO</u></p> <p>F101 Negociar con los proveedores el suministro de la materia prima, que permita obtener descuentos y ganar beneficios.</p> <p>F202 Crear nuevos diseños y estilos de pijamas que permitan mejor penetración en el mercado (pijamas incluye pantuflas).</p> <p>F303 Asistir a ferias internacionales de modas, que se desarrollan en Colombia con la intención de vender productos a compradores internacionales.</p> <p>F404 Desarrollar un portafolio de productos y ofrecerlos a comerciantes locales, regionales y nacionales.</p> <p>F505 Aprovechar los programas de fortalecimiento empresarial ofrecidos por entidades como el SENA y cámaras de comercio.</p>	<p style="text-align: center;"><u>ESTRATEGIAS DO</u></p> <p>D101 Aprovechar la maquinaria actual, producir y vender para adquirir maquinas (Bordadora, fileteadoras, planas, estampadoras)</p> <p>D202 Solicitar créditos Bancarios a una tasa baja para aumentar la producción e incrementar la oferta.</p> <p>D303 Contratar una operaria por producción que permita el incremento de unidades producidas.</p> <p>D404 Legalizar y registrar la marca de la empresa, solicitar código de barras para que se pueda negociar con comerciantes y almacenes de cadena.</p>

<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. IVA del 19% incrementa el costo de la materia prima y al ser la empresa del régimen simplificado le toca asumir el IVA e incluirlo en los costos de producción. 2. Las importaciones principalmente de China, hace que el precio nacional de los productos se desplome, lo que genera disminución en la rentabilidad. 3. Las grandes marcas existente en el mercado. 4. El contrabando de textiles. 5. La consecución de la mano de obra calificada. Actualmente no hay muchas operarias o personas que se quieran dedicar al oficio de la confección. 	<p><u>ESTRATEGIAS FA</u></p> <p><u>F1A1:</u> Diseñar una estrategia que permita contrarrestar las altas tarifas de IVA que hay en el país.</p> <p><u>F3A2</u> implementar una estrategia de fijación de precios que permita incrementar las ventas.</p> <p><u>F3A3</u> Desarrollar estrategias publicitarias que permitan posicionar la marca en el mercado.</p> <p><u>F5A5:</u> Buscar alianzas con centros de formación para el trabajo en el área de la confección y brindar patrocinios.</p>	<p><u>ESTRATEGIAS DA</u></p> <p><u>D1A1</u> Comprar maquinas usadas en buen estado para no tener que pagar IVA.</p> <p><u>D2A2</u> Comprar materia prima importada a buen precio para hacer frente a la mercancía China.</p> <p><u>D3A3</u> Aumentar la producción e implementar una economía de escala que baje los costos de producción.</p>
--	---	--

Fuente: Elaboración Propia

6.2. Análisis Prospectivo Utilizando el Método Delphi

La Metodología Delphi (cualitativa) según (Torrado, 2016) es recomendable cuando no se dispone de información suficiente para la toma de decisiones o es necesario recoger opiniones consensuadas y representativas de un grupo de expertos en un tema específico.

En este caso se utiliza para pronosticar como será el futuro del sector textil en Colombia y las tendencias en el mercado del mismo principalmente en la categoría de ropa interior femenina teniendo como producto principal pijamas.

Tabla 2. Herramienta de Encuesta para Delphi

Aplicación de encuesta con Método DELPHI a expertos:	
OBJETIVO: Proyectar la situación de la empresa “Danie sueños Fashion” en los próximos años, teniendo en cuenta el comportamiento histórico y el actual, así mismo analizando las tendencias sociales, políticas y la influencia en la situación de los mercados.	
El presente cuestionario consta de un enunciado y en base a este se debe seleccionar la respuesta en una escala tipo Likert de 1 a 5, siendo 1 la opción equivalente a totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.	
Encuestado: _____	CC No _____
Profesión: _____	Ocupación: _____
Fecha: _____	
1. El consumo de pijamas en mujeres aumentará en los próximos 05 años	
1. Totalmente en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>
2. Algo en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>
3. Ni en acuerdo Ni en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>
4. Algo de acuerdo.	<input type="checkbox"/>
5. Totalmente de acuerdo.	<input type="checkbox"/>
2. Las mujeres invierten dinero para comprar pijamas	
1. Totalmente en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>
2. Algo en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>
3. Ni en acuerdo Ni en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>
4. Algo de acuerdo.	<input type="checkbox"/>
5. Totalmente de acuerdo.	<input type="checkbox"/>
3. El negocio de pijamas femeninas tiene buena aceptación en el mercado	
1. Totalmente en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>
2. Algo en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>
3. Ni en acuerdo Ni en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>
4. Algo de acuerdo.	<input type="checkbox"/>
5. Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
4. El vestuario proveniente de China afecta a los industriales Colombianos	
1. Totalmente en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>
2. Algo en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>
3. Ni en acuerdo Ni en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>
4. Algo de acuerdo.	<input type="checkbox"/>
5. Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>

5. En la ciudad de Sincelejo hay proveedores que ofrecen insumos de buena calidad, con variedad y a un buen costo

- | | |
|------------------------------------|--------------------------|
| 1. Totalmente en desacuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 2. Algo en desacuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 3. Ni en acuerdo Ni en desacuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 4. Algo de acuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 5. Totalmente de acuerdo. | <input type="checkbox"/> |

6. Las pijamas deben ir a la vanguardia en la medida en que las tendencias de la moda cambian

- | | |
|------------------------------------|--------------------------|
| 1. Totalmente en desacuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 2. Algo en desacuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 3. Ni en acuerdo Ni en desacuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 4. Algo de acuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 5. Totalmente de acuerdo. | <input type="checkbox"/> |

7. Es necesario que la empresa segmente sus productos de acuerdo a las necesidades y tendencias de cada región

- | | |
|------------------------------------|--------------------------|
| 1. Totalmente en desacuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 2. Algo en desacuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 3. Ni en acuerdo Ni en desacuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 4. Algo de acuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 5. Totalmente de acuerdo. | <input type="checkbox"/> |

8. Hay escasez de mano de obra para ser utilizada en el sector de la confección

- | | |
|------------------------------------|--------------------------|
| 1. Totalmente en desacuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 2. Algo en desacuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 3. Ni en acuerdo Ni en desacuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 4. Algo de acuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 5. Totalmente de acuerdo. | <input type="checkbox"/> |

9. Se debe incentivar en nuestro país la formación técnica, tecnológica y profesional en el sector de la confección

- | | |
|------------------------------------|--------------------------|
| 1. Totalmente en desacuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 2. Algo en desacuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 3. Ni en acuerdo Ni en desacuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 4. Algo de acuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 5. Totalmente de acuerdo. | <input type="checkbox"/> |

10. Tener una tarifa del IVA en el 19% afecta el consumo de este tipo de prendas

- | | |
|------------------------------|--------------------------|
| 1. Totalmente en desacuerdo. | <input type="checkbox"/> |
| 2. Algo en desacuerdo. | <input type="checkbox"/> |

3. Ni en acuerdo Ni en desacuerdo.
4. Algo de acuerdo.
5. Totalmente de acuerdo.

11. El nuevo gobierno de nuestro país, favorece el sector de la confección

1. Totalmente en desacuerdo.
2. Algo en desacuerdo.
3. Ni en acuerdo Ni en desacuerdo.
4. Algo de acuerdo.
5. Totalmente de acuerdo.

12. Se deben crear leyes y decretos que favorezcan a los pequeños industriales del sector de la confección

1. Totalmente en desacuerdo.
2. Algo en desacuerdo.
3. Ni en acuerdo Ni en desacuerdo.
4. Algo de acuerdo.
5. Totalmente de acuerdo.

13. Es necesario el uso de maquinaria moderna en la fabricación de productos, para tener mayor competitividad en el mercado

1. Totalmente en desacuerdo.
2. Algo en desacuerdo.
3. Ni en acuerdo Ni en desacuerdo.
4. Algo de acuerdo.
5. Totalmente de acuerdo.

14. Es importante el manejo de referencias y uso de códigos de barras en las prendas elaboradas

1. Totalmente en desacuerdo.
2. Algo en desacuerdo.
3. Ni en acuerdo Ni en desacuerdo.
4. Algo de acuerdo.
5. Totalmente de acuerdo.

15. Una tienda on-line favorece la comercialización y el nombre de la marca

1. Totalmente en desacuerdo.
2. Algo en desacuerdo.
3. Ni en acuerdo Ni en desacuerdo.
4. Algo de acuerdo.
5. Totalmente de acuerdo.

16. La industria textil debe apostarle a las tendencias ecológicas

1. Totalmente en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>
2. Algo en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>
3. Ni en acuerdo Ni en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>
4. Algo de acuerdo.	<input type="checkbox"/>
5. Totalmente de acuerdo.	<input type="checkbox"/>
17. Hoy en día se está hablando del uso de telas inteligentes, es decir, “textiles con filtro UV, antibacteriales, biodegradables, repelentes, con adaptaciones especiales a las condiciones y cambios medio ambientales”. Es necesario que la empresa Danie Sueño Fashion adopte esta tendencia.	
1. Totalmente en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>
2. Algo en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>
3. Ni en acuerdo Ni en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>
4. Algo de acuerdo.	<input type="checkbox"/>
5. Totalmente de acuerdo.	<input type="checkbox"/>

Fuente: Elaboración Propia

6.2.1. Resultado Cuestionario Delphi aplicado a expertos.

La encuesta fue aplicada entre los días 29 de julio hasta el 02 agosto del 2018, para ello se seleccionaron un grupo de expertos, entre los que se encontraban profesionales de diversas ramas como administradores de empresas, contadores públicos, docentes, asesores en venta y diseñadora de modas. En total se consultó a un total de 05 expertos obteniendo los resultados que se presentan en las siguientes tablas:

Tabla 3. Resultados Delphi Tabulación Aspecto Económico
RESULTADOS CUESTIONARIO DELPHI APLICADO A EXPERTOS
DANIE SUEÑO FASHION

VARIABLES PREGUNTAS	Totalmente en Desacuerdo	Algo en Desacuerdo	Ni De Acuerdo ni en Desacuerdo	Algo De acuerdo	Totalmente De Acuerdo
ASPECTO ECONOMICO					
1. Considera usted que el consumo de pijamas en mujeres aumentará en los próximos 05 años?	0	1	0	0	4
2. Invierten dinero las mujeres para comprar pijamas?	1	0	0	1	3
3. Usted considera que el negocio de pijamas femeninas tenga buena aceptación en el mercado?	0	0	0	1	4
4. Considera usted que el vestuario proveniente de China afectaría a los industriales Colombianos?	0	0	0	0	5
5. Cree usted que existen en la ciudad de Sincelejo proveedores que ofrezcan insumos de buena calidad, variedad y a un buen costo?	0	0	0	5	0

Tabla 4. Resultados Delphi Tabulación Aspecto Social

VARIABLES PREGUNTAS	Totalmente en Desacuerdo	Algo en Desacuerdo	Ni De Acuerdo ni en Desacuerdo	Algo De acuerdo	Totalmente De Acuerdo
ASPECTO SOCIAL					
6. Usted considera que este tipo de prenda (pijamas), requiere ir a la vanguardia en la medida en que las tendencias de modas cambien?	0	0	0	0	5
7. Es necesario que la empresa segmente sus productos de acuerdo a las necesidades y tendencias de cada región?	0	0	0	0	5
8. Considera usted que hay escasez de mano de obra para ser utilizada en el sector de la confección?	1	0	0	4	0
9. Se debe incentivar en nuestro país la formación técnica, tecnológica y profesional en el sector de la confección?	0	0	0	0	5

Tabla 5. Resultados Delphi – Tabulación Aspecto Político

VARIABLES PREGUNTAS	Totalmente en Desacuerdo	Algo en Desacuerdo	Ni De Acuerdo ni en Desacuerdo	Algo De acuerdo	Totalmente De Acuerdo
ASPECTO POLITICO					
10. Considera usted que tener una tarifa gravada de IVA en el 19% afecta el consumo de este tipo de prendas?	1	0	0	1	3
11. Considera usted que el nuevo gobierno de nuestro país, favorece el sector de la confección?	0	0	1	3	1
12. Se deben crear leyes y decretos que favorezcan a los pequeños industriales del sector de la confección?	0	0	0	1	4

Tabla 6. Resultados Delphi – Tabulación Aspecto Tecnológico

VARIABLES PREGUNTAS	Totalmente en Desacuerdo	Algo en Desacuerdo	Ni De Acuerdo ni en Desacuerdo	Algo De acuerdo	Totalmente De Acuerdo
ASPECTO TECNOLÓGICO					
13. Considera que es necesario el uso de maquinarias modernas en la fabricación de productos, para tener mayor competitividad en el mercado?	0	0	0	1	4
14. Considera importante el manejo de referencia y uso de códigos de barras en las prendas elaboradas?	0	0	0	0	5
15. Creé usted que el diseñar una tienda on-line favorece la comercialización y el nombre de la marca?	0	0	0	0	5

Tabla 7. Resultados Delphi – Tabulación Aspecto Ambiental

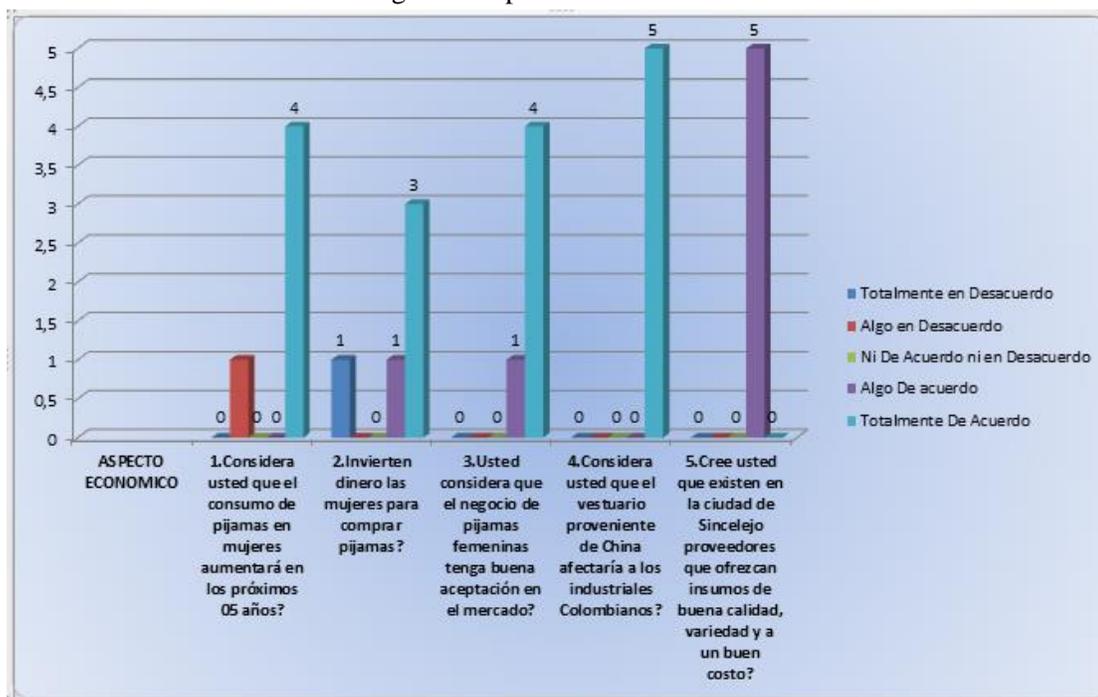
VARIABLES PREGUNTAS	Totalmente en Desacuerdo	Algo en Desacuerdo	Ni De Acuerdo ni en Desacuerdo	Algo De acuerdo	Totalmente De Acuerdo
ASPECTO AMBIENTAL					
16. Considera usted que la industria textil debe apostarle a las tendencias ecológicas?	0	0	0	1	4
17. Hoy en día se está hablando del uso de telas inteligentes, es decir, “textiles con filtro UV, antibacteriales, biodegradables, repelentes, con adaptaciones especiales a las condiciones y cambios medio ambientales”. Considera usted que es necesario que la empresa Danie Sueño Fashion adapte esta tendencia?	0	0	0	0	5

6.2.2. Análisis final con la identificación de los factores de cambio.

6.2.2.1. Aspecto Económico

Los resultados están representados en la figura 6.

Figura 6 Aspecto Económico

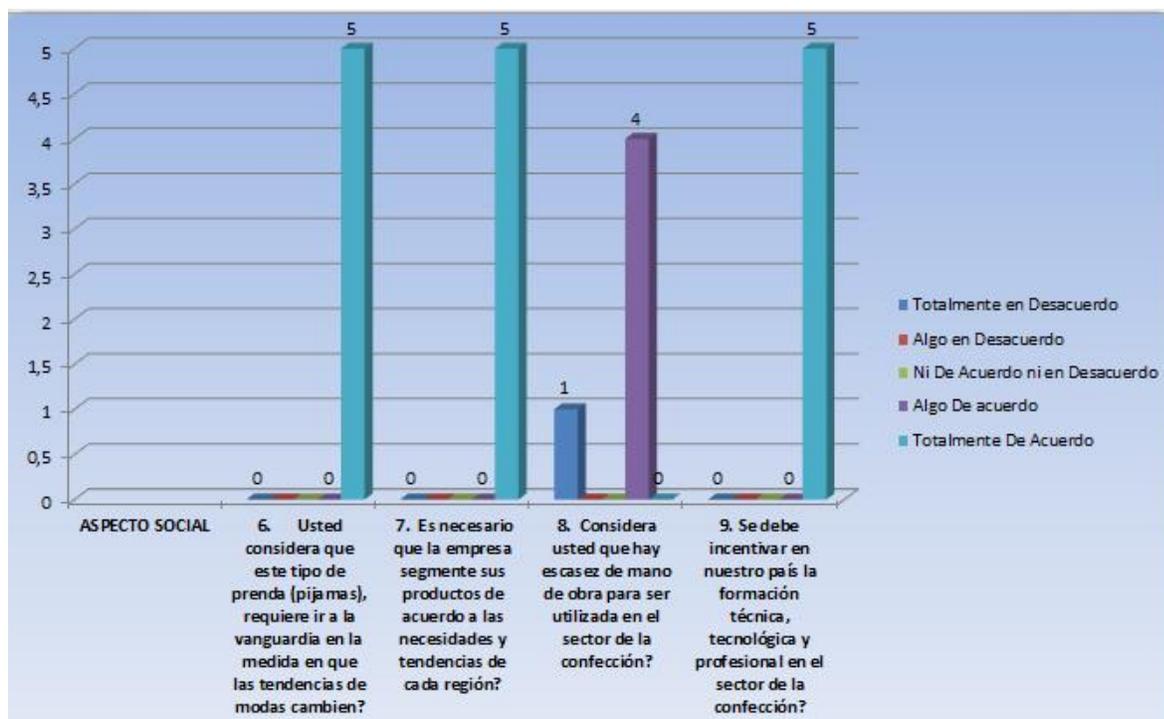


- El 80% de los encuestados muestra optimismo con relación a la demanda de pijamas y consideran que en el largo plazo este tipo de vestuario será apetecido en la población femenina, basándose en aspectos fundamentales como el diseño, la sensualidad y la comodidad. Del total de los encuestados un solo experto considera que la venta de pijamas se mantendrá como está actualmente.
- El 80% de los encuestados afirman que las mujeres en realidad les gusta invertir en este tipo de vestuario, mientras que el otro resto de los encuestados afirma que las mujeres mejor prefieren comprar ropa exterior y que a la hora de dormir mejor prefieren algo ligero a pijamas.
- El grupo de expertos considera que el negocio que actualmente desarrolla “*Danie Sueños Fashion*”, tiene buen futuro en el mercado solo si se elaboran productos de calidad y acorde a lo que el mercado está necesitando.
- Los encuestados ven con gran preocupación como el mercado colombiano se está llenando de productos proveniente de China, lo que sin duda alguna está afectando la industria nacional tanto en unidades como en el precio de venta al público.
- El grupo de experto coincide en que lo más saludable para la empresa, es comprar sus materias primas e insumos en otras ciudades como Medellín, Bogotá, Cali, pues consideran que en la ciudad de Sincelejo no hay proveedores que ofrezcan precios económicos, variedad en el diseño de las telas y calidad.

6.2.2.2. Aspecto Social

- El panel de experto afirma que la empresa debe innovar en el diseño de pijamas e ir a la vanguardia en la medida en que las tendencias cambien. Para ello debe implementar un área de diseños con personal idóneo y con alto conocimiento en el tema de la moda.
- Como parte de ese proceso de crecimiento y expansión hacia nuevos mercados, el grupo de experto está de acuerdo en que la segmentación es necesaria en todas las empresas que tengan una visión hacia el futuro y que por lo tanto “*Danie Sueños fashion*”, no puede ser ajena a esta variable del mercadeo.
- El 80% de los expertos manifiestan estar algo de acuerdo en que hay escasez de mano de obra para ser utilizada en la industria de la confección, argumentando lo que otros expertos en el tema afirman, en cuanto a que las jóvenes de hoy en día muestran poco interés por recibir capacitación

en el área de la confección. Solo uno de los encuestados manifestó estar en desacuerdo con la afirmación y que a según su juicio todavía existen personas interesadas en este arte de la modistería.



Los resultados se presentan en la figura 7.

Figura 7. Aspecto Social

- Los expertos consideran que el gobierno nacional, debe incentivar a las personas a través del Sena, universidades públicas y la empresa privada, la formación técnica, tecnológica y profesional en las áreas del diseño, el patronaje y la moda.

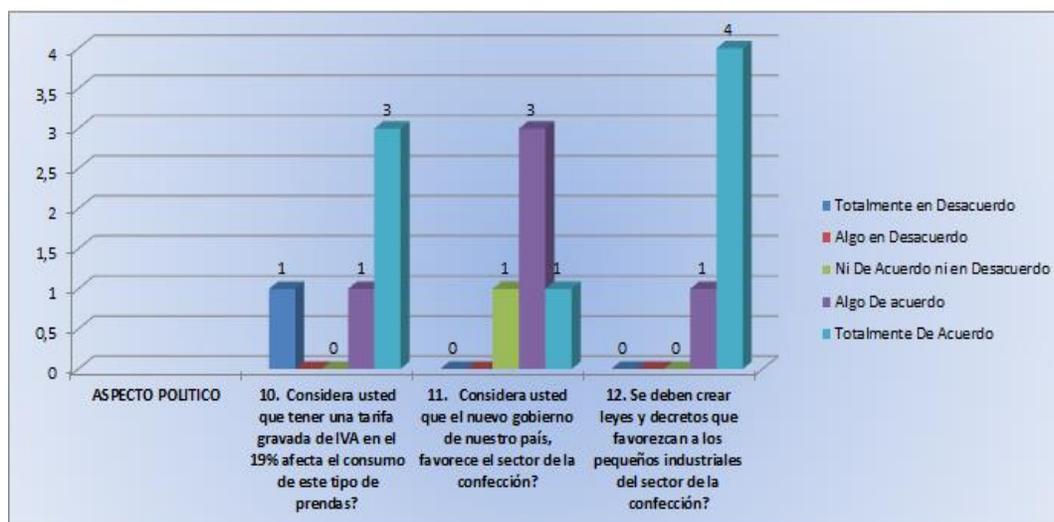
6.2.2.3. Aspecto Político

El análisis que sigue se basa en los resultados graficados en la figura 8.

- Los expertos consideran que a raíz de la política fiscal que entró a regir a partir del 01 enero del 2017 y que grava con un 19% en impuesto a las ventas, ha generado que los colombianos tengan más receptividad a la hora de comprar vestuario, debido a que el precio de estos artículos tienden a subir. El 60% de los expertos consideran la situación planteada.

- Un gran número de expertos analiza con buenos ojos las oportunidades que se pueden presentar con el nuevo gobierno, el cual ha prometido bajar la carga tributaria de las empresas para generar mayor empleo, este gobierno también se ha comprometido a seguir impulsando el emprendimiento.
- El panel de los expertos consultados afirman que a pesar de tener entidades como el Sena (fondo emprender) y de bancas de segundo piso como Bancoldex y Finagro, aún faltan políticas claras que permitan el acceso al crédito y a la financiación de las pequeñas empresas. Los expertos consideran que hay mucha tramitología a la hora de ir el pequeño empresario a solicitar un apoyo.

Figura 8. Aspecto Político

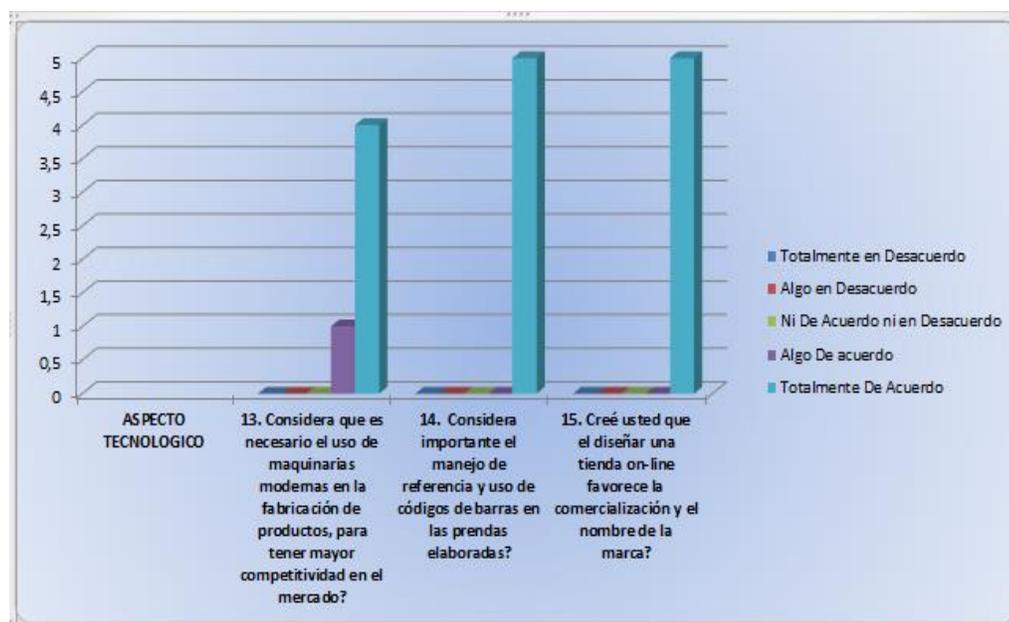


6.2.2.4. Aspecto Tecnológico

- Para los expertos consultados en este estudio, la modernización en maquinarias y procesos son ficha clave a la hora de alcanzar mayor productividad y eficiencia en los resultados, por esto consideran que tener maquinarias industriales y de alto rendimiento conllevaran a obtener productos de calidad con relación al acabado y mayor número de unidades producidas.

- El 100% de los expertos están de acuerdo en que se debe gestionar como empresa la implementación de sistemas de referencias y códigos de barras, ya que este mecanismo es muy utilizado en el mercado y facilitan la comercialización e identificación de artículos.
- Los expertos consideran importante el uso de herramientas digitales como una forma de llegar a muchos mercados, teniendo en cuenta que estamos en la era del internet de las cosas. Se ha demostrado la efectividad de las ventas on-line.

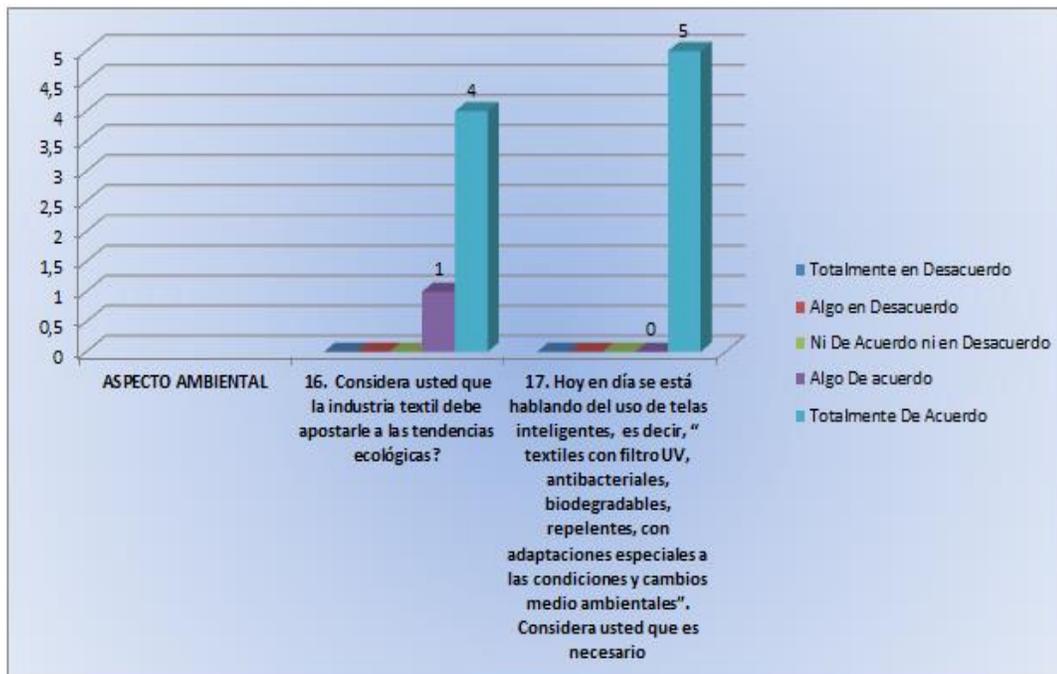
Figura 9 Aspecto Tecnológico



6.2.2.5. Aspecto Ambiental

- En cuanto a la responsabilidad social que las empresas del sector textil debe tener con el medio ambiente y teniendo en cuenta que el vestuario genera gran impacto sobre la naturaleza dado el consumo percapita, los expertos consideran importante que las empresas hagan uso de telas inteligentes de la misma forma como existen bolsas biodegradables, para que toda esa basura textil tenga un degradado al igual que las bolsas de esta misma categoría. Ver figura 10.

Figura 10. Aspecto Ambiental



6.2.2.6. Resultado Consolidado de la Aplicación del Estudio Delphi

Figura 11. Resultado Consolidado



Tabla 8 Resultado Consolidado

Tipo de respuesta	% participación
Totalmente de acuerdo	73%
Algo de acuerdo	21%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1%
Algo en desacuerdo	1%
Totalmente en desacuerdo	4%
Total Respuestas	100%

La aplicación de este estudio por la metodología Delphi nos da como probabilidades de éxitos en el negocio “*Danie Sueños Fashion*” un porcentaje del 94% si sumamos los porcentajes de participación de las respuestas (totalmente de acuerdo y algo de acuerdo). Esto nos demuestra que el sector textil en nuestro país se consolidara en los próximos cinco años como uno de los mejores dentro de la economía, donde tendrán gran participación todos los tipos de empresarios (grandes, medianos y pequeños). Por otro lado y teniendo en cuenta las respuestas de todos los expertos, se puede afirmar que el negocio de pijamas femeninas tiene un futuro comprometedor y bastante optimista y con muchas posibilidades de entrar a otros mercados internacionales dada la calidad de la confección colombiana.

6.3. Aplicación del Modelo Canvas

6.3.2. Segmento de Clientes

A continuación se especifican algunas características que segmentan el mercado al cual se dirige el producto:

a. Geográficos. Se tomó del Departamento de Sucre, teniendo en cuenta la Ciudad de Sincelejo, con un área aproximada de 284,4 km², que corresponde al 1.25% de la superficie del Departamento de Sucre en su planicie central y de climática Cálido (28 grados promedio) (Quessep Espinosa, 2016).

b. Demográficos. La edad de la población de la ciudad de Sincelejo esta entre 0 a 90 años o más. A nivel de género, se presenta una pequeña diferencia entre hombres y mujeres en cuanto al número de habitantes; ya que el número de mujeres supera en un 4.6% los a hombres. La ciudad

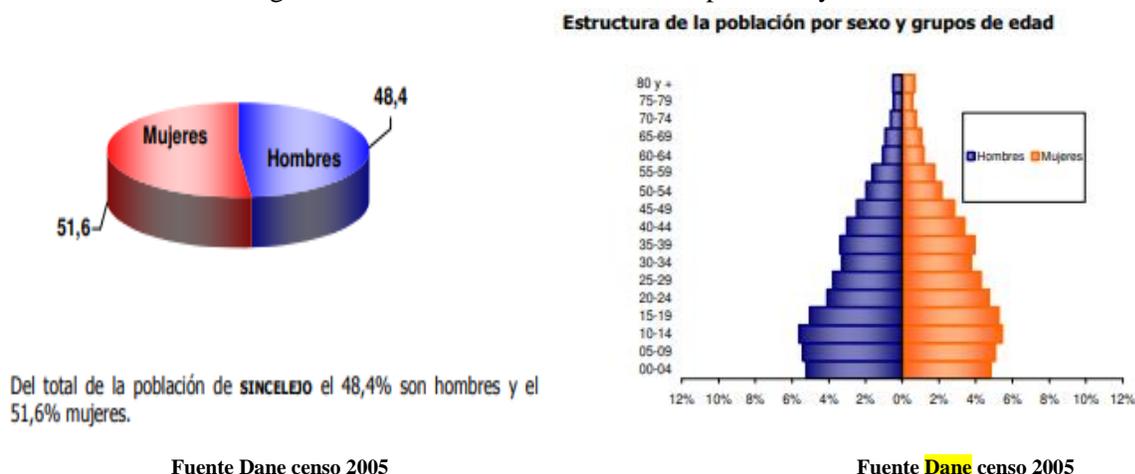
de Sincelejo cuenta con habitantes de todos los estratos socioeconómicos, en donde el 85% está representado por los estratos 1 al 3 ((Quessep Espinosa, 2016).

c. Educación. El 31% de la población residente en Sincelejo, ha alcanzado el nivel básico primario, el 35% secundaria; el 24% ha alcanzado el nivel profesional. La población residente sin ningún nivel educativo es el 9.3% (Quessep Espinosa, 2016).

d. Económico. Gran parte del segmento anterior, no supera el grado secundaria, por esta razón el salario promedio de estos estratos no es más de un salario mínimo legal, donde se ubican en los estratos 1 al 2; mientras en los estratos del 3 y 4, tienen ingresos por capital de más de 3 salarios mínimos, debido a que esta población tiene estudios superiores.

e. Población. Como la mayoría de la población es de estratos socioeconómico medio y bajo, el producto esta direccionado a la población de mujeres en general, puedan comprar una prenda de vestir, cómodas y de acuerdo a sus posibilidades económicas. En el departamento de Sucre, “la población de mujeres a 407.739 aproximadamente que corresponden al 50% de la población de la ciudad” (Dane, Proyecciones de población 2016)

Figura 12 Distribución de la Población por Sexo y Por Edades



La población de mujeres en la ciudad de Sincelejo tiene picos altos en las edades comprendidas entre los 10 y 49 años de edad, lo que significa para la empresa segmentar sus productos en tres categorías de edades (pijamas infantiles, pijamas para niña junior y pijamas para damas).

Nuestros clientes son:

- Usuarios de redes sociales.

- Estudiantes de colegios.
- Estudiantes de corporaciones y universidades.
- Empleados e independientes.

6.3.3. Propuesta de Valor

Se ofrecen productos elaborados 100% uno a uno con empeño y dedicación, lo que nos hace originales y auténticos, nuestros diseños y estampados son exclusivos y la persona que compra una pijama de la marca “*Danie Sueño Fashion*”, debe tener la seguridad que lleva prenda para muchos años, elaboradas con telas de calidad con una amplia gama de estampados.

La ventaja competitiva es la forma como son elaboradas los pijamas (trabajo manual y artesanal) y el contacto cercano con nuestros clientes, podríamos afirmar que estos aspectos nos hacen diferentes en comparación a grandes empresas que manejan procesos productivos a grandes escalas, donde tal vez no existe ese empeño por dedicarse a un solo producto.

Figura 13. MARCA DE LA EMPRESA



Figura 14 Productos de la empresa

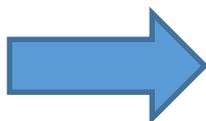


6.3.4. Canales de distribución

La empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Sincelejo lo que brinda un punto estratégico, ya que esta ciudad es epicentro comercial de algunos pueblos de los Departamentos de Córdoba y Bolívar. Actualmente la empresa utiliza dos canales para hacer llegar los productos a sus clientes:

Canal Directo:

Empresa



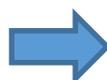
Clientes

Canal Corto:

Empresa



Intermediario



Clientes

En el **canal directo**, hacemos uso de las redes sociales como :    Instagram , tambien usamos paginas de compra y vende (Sincelejo, Corozal, Monteria entre otras).

En el **canal corto**, tenemos personas que se dedican a comprar mercancías para revenderlas en pueblos alejados a la capital Sucreña y a pueblos de los Departamentos de Bolívar y Córdoba, este es un canal que permite que nuestros productos salgan a otros mercados regionales y nacionales.

6.3.5. Relación con el cliente.

El negocio se caracteriza actualmente por mantener un contacto directo con nuestro cliente (face to face), lo que hace que podamos mantener un vínculo cercano de atención al cliente, también hacemos uso de las redes sociales para enseñarle a cada una de nuestras clientas la puesta en el mercado de un modelo nuevo de pijamas. A futuro la empresa hará uso de los medios locales y regionales de información como lo son la radio a través de emisoras sintonizadas en nuestro medio como: Olímpica St, Tropicana St, Radio policía Nal, Marina St, entre otras. También en la prensa como en la TV local.

Como estrategia de fidelización de clientes, brindaremos a nuestras clientas todas las alternativas de pago posible, ofreciendo descuentos comerciales y descuento por pronto pago.

6.3.6. Fuentes de ingreso

Los ingresos se obtendrán por la comercialización y venta de prendas para niñas, jóvenes y mujeres adultas principalmente, por otro lado y dada la experiencia que tenemos en la elaboración de uniformes escolares y dotaciones empresariales, generaremos otros ingresos adicionales que ayuden a tener un negocio sólido y rentable. Como negocio hemos tenido relaciones comerciales con empresas reconocidas como: **Interaseo S.A y Almacenes Flamingo S.A.**

6.3.7. Recursos claves

Para que este negocio funcione de manera eficiente requiere de un conjunto de elementos que involucran tanto el factor humano, como las herramientas materiales necesarias que permitan cumplir con las demandas actuales y futuras del negocio. Podemos mencionar alguno de ellos:

1. *Factor humano:* se necesitan personas que tengan conocimientos en el área de la confección, preferiblemente estudios en diseños y patronaje de modas. Actualmente una de las socias del negocio tiene amplia experiencia en este campo y posee estudios en el área relacionada.
2. *Factores materiales:* para el desarrollo de las actividades actualmente se cuenta con 2 máquinas de coser industriales, 2 fileteadoras semi-industriales, materia prima para suplir los compromisos actuales, pero para estar a la par de otros negocios se necesitan: maquinas collarinas, maquinas recubridoras, bordadoras industriales entre otras. En el anexo No 1 presentamos la maquinaria de la empresa.

6.3.8. Actividades clave.

Dentro de las actividades claves para lograr impacto en el mercado la empresa hará uso de la publicidad, la promoción y sus estrategias. Podemos mencionar:

- **Publicidad:** A continuación, se presentan las estrategias de lanzamiento y posicionamiento de la marca y el producto.

Objetivo. Generar conocimiento de marca y de producto en las diferentes referencias de los pijamas para dama, creando expectativa y necesidad de compra en los clientes.

Estrategias: La promoción se realiza mediante estrategias publicitarias que se manejan por contacto directo. Considerando la importancia que tienen los costos y la fidelización de los clientes, se recurre a programas y pautas radiales para impulsar las pijamas y la marca.

1. Divulga en los almacenes que comercializan o distribuyen las pijamas para dama en la ciudad de Sincelejo.
2. Aprovecha los puntos de venta de los clientes para crear un medio de comunicación y publicidad que sirve para crear en los clientes finales recordación de marca y producto y así mismo, incentiva el consumo del producto.
3. Crea percepciones positivas acerca de la importancia de los atributos de marca con el fin de captar nuevos clientes, mediante un posicionamiento diferenciador y una propuesta única de ventas.
4. Cambia las creencias acerca de las marcas, ofreciendo un producto con atributos nuevos y diferentes.

Figura 15. Estrategia Publicitaria



Se implementará una campaña publicitaria de lanzamiento de la marca y el producto para la fuerza de ventas de los almacenes de cadena que comercializan y distribuyen los pijamas para dama Creaciones DANI.

Actividad de Lanzamiento: Ofrecer a los representantes de ventas una capacitación de producto y catálogo de ventas o portafolio de producto. En este punto, se hará un especial énfasis en que todos los pijamas Creaciones DANI traerán siempre un obsequio.

Consumidor final: Se realizarán rifas, actividades lúdicas y obsequios durante todo el año. Con todo lo anterior se busca persuadir al consumidor final para que pruebe el producto y tome la decisión de compra constante. De esta manera se espera obtener un margen de ventas alto para iniciar la comercialización del producto y adicionalmente aumentar las ventas gradualmente durante cada mes.

Precio. Las estrategias de lanzamiento y posicionamiento en cuanto al precio tienen el objetivo de captar clientes potenciales. Se manejará un precio competitivo con el del mercado o incluso más bajo para poder penetrar más fácilmente y se aplicarán descuentos promocionales.

6.3.9. Socios Clave

Para que este negocio pueda ser viable necesita de un capital humano comprometido y de entidades estatales que apoyen y estimulen el emprendimiento en las microempresas que tengan una proyección clara del futuro hacia donde quieren llegar.

Actualmente el negocio cuenta con dos socios, quienes también realizan labores operativas y administrativas en la empresa:

- *Socio 1*, la persona encargada de todo el proceso productivo y operativo. Dentro de sus formaciones se encuentran: Técnica en diseño y patronaje de modas, Técnica en gestión documental, cursos de formación en mercadeo y ventas.
- *Socio 2*, esta persona es la encargada del aporte económico o capital de trabajo, es un administrador de empresas y candidato a especialista en gerencia estratégica de mercadeo, se encarga de la promoción y comercialización de los productos terminados.

Entre las entidades que pueden apoyar al fortalecimiento de este negocio tenemos:

- *Fondo emprender*: es un programa creado por el gobierno para apoyar el emprendimiento en Colombia, creado en el artículo 40 de la Ley 789 del 27 diciembre 2002. En este fondo se establecen cuatro pasos para desarrollar y fortalecer cualquier idea de negocio:
 1. Sensibilizar: el fondo estimula al emprendiendo y muestra sus bondades
 2. Idear: El fondo ayuda a modelar ideas de negocios
 3. Crear: Consecución de capital semilla
 4. Crecer: te convierte de emprendedor a empresario.

- Banca privada: hoy en día existen en el mercado muchas entidades que han dispuesto en su portafolio de servicios modalidades de créditos destinados al fortalecimiento de las medianas y pequeñas empresas, dentro de este grupo podemos mencionar: Bancamía, Banco de la mujer, fundación mundo mujer, Banco Agrario de Colombia e incluso la banca tradicional hoy en día compiten entre sí en este mercado de colocación de créditos destinados a fortalecer negocios.

- Proveedores: en todo negocio sabemos que los proveedores son fundamentales para el desarrollo de una buena operación, tener buenos proveedores significa: ahorro significativo en costos, buena materia prima, cumplimiento en la entrega de pedidos a cliente final.

- La empresa sabe que para tener productos competitivos, necesita tener materia prima que cumpla con los requerimientos del mercado e cuanto a comodidad y calidad, por lo tanto cuenta con proveedores de gran reconocimiento en el ámbito nacional, dentro de los cuales podemos mencionar: Telares Medellín, Facol, Jorge Arabia y William Chams.

- Competidores: la empresa actualmente tiene competidores tanto en el ámbito local como en el global, destacandose empresas reconocidas que manejan la línea de pijamas a nivel nacional e internacional. **Competidores Locales:** en este grupo tenemos un número de pequeños talleres ubicados en el municipio de Sincelejo conformado por mujeres amas de casa que tienen conocimientos en el área de la confección y actualmente se dedican a esta labor, algunas llevan sus productos al

sector comercial de la capital Sucreña, pero no han implementado una estrategia que los lleve a negociar con los almacenes para darse a conocer. **Competidores Nacionales:** Este grupo es bastante amplio debido a que el sector comercial en la capital Sucreña, se abastece de empresas provenientes del interior del país de ciudades como Medellín, Bogotá, Cali, Barranquilla, Bucaramanga entre otras, ciudades donde existen muchas fábricas reconocidas y algunas ya han incursionado en mercados internacionales, logrando tener mucha experiencia, en este grupo tenemos empresas como:

Lemur 700: Empresa paisa tiene reconocidas marcas de pijamas como (St. Rina, Parisien,)

Portafolio Textil: Empresa Antioqueña con más de 30 años de experiencias tiene reconocidas marcas como: Formas Íntimas

Inspiraciones de Noches: Empresa de la capital del país comercializa pijamas para damas, caballeros y niños bajo la marca D noche

Crystar S.A. Reconocida empresa que maneja la marca GEF.

6.3.10. Estructura de costos

los costos en los que incurre la puesta en marcha de este negocio podemos encontrar:

- Materia prima: telas, hilos, cierres, accesorios.
- Mano de obra: en este grupo tenemos la mano de obra directa y esta se cancela de acuerdo a la producción, en este caso se cuenta con dos operarias. Por otro lado la mano de obra indirecta, que son los servicios por personal externo cuando se necesita hacer estampado, pegar broches entre otros servicios.
- CIF o Costos indirectos de fabricación: energía, mantenimiento de maquinarias, internet, arriendo, agua, transporte y otros imprevistos.

Tabla 9 Resumen Canvas aplicado a Danie Sueño Fashion

<p>Aliados Clave</p> 	<p>Actividades Clave</p> 	<p>Propuesta de Valor</p> 	<p>Relación con el Cliente</p> 	<p>Segmentos de Clientes</p> 
<p>Recursos Clave</p> 			<p>Canales</p> 	
<p>Estructura de Costes</p> <p>Materia prima – CIF -MOD</p>		<p>Estructura de Ingresos</p> <p>Ventas al por mayor y menor – venta de dotación de uniformes</p>		

6.4. Resumen de Resultados

Los resultados, en cuanto a comportamientos de tendencias y oportunidades de negocios para la microempresa “*Danie Sueños Fashion*” muestran un panorama probable de lo que será el futuro de este negocio, también se ha obtenido un modelo de negocios para esta microempresa.

1. El análisis DOFA nos muestra las condiciones ambientales y permite trazar estrategias de cuatro tipos para enfrentar exitosamente el futuro.
2. El método Delphi también proporcionó una visión clara en el largo plazo de cómo será el comportamiento de la empresa y del sector, teniendo en cuenta cada uno de los factores económicos, sociales, tecnológicos, políticos y ambientales. Durante la aplicación de este método se consultó a un grupo de expertos en diferentes áreas, entre los que podemos mencionar a docentes universitarios, contadores, asesores de ropa interior y diseñadora de modas, el resultado consolidado de las encuestas aplicadas arrojan como resultado un 73% de respuestas totalmente de acuerdo y un 21% algo de acuerdo, solo el 6% de las respuestas no estuvieron a favor del futuro de la empresa y del negocio.
3. Al aplicar el modelo canvas y desarrollar cada uno de los nueve bloques que plantea el modelo se puede concluir que el negocio que actualmente desarrolla la empresa tiene mucho que ofrecer y se cuenta además con las herramientas necesarias para que pueda tener aceptación en el mercado. El modelo propone que la empresa debe buscar socios claves que permitan un rápido crecimiento y también propone alternativas de financiación como lo son Bancoldex y el fondo emprender del SENA.

7. CONCLUSIONES

Se puede concluir que la microempresa “Danie Sueño fashion”, es una unidad productiva de negocio que se puede consolidar y posicionar en el mercado de la ropa interior femenina en el mercado colombiano, siempre y cuando haga uso de cada una de las herramientas estratégicas que le ofrece el marketing.

La innovación es una de las variables a la que toda empresa debe apuntarle para que pueda ser más competitiva y productiva. Teniendo en cuenta que la empresa objeto de estudio se encuentra en el mercado de la moda es necesario que constantemente se esté innovando en el modelo de los diseños que se ofrecen al mercado.

La empresa debe conseguir fuentes de financiación externa para poder invertir en maquinarias y materias primas, que permitan incrementar la producción actual y generar mayor oferta de productos, porque se puede observar que la demanda de este tipo de prendas esta incrementando.

Como empresa se debe gestionar el registro ante la cámara de comercio y de la marca ante la superintendencia de industria y comercio para poder establecer negociaciones con almacenes de cadena y almacenes locales.

En conclusión se puede afirmar que el desarrollar este proyecto en una empresa que actualmente es pequeña se aprende a que como gerentes estratégicos de mercadeo, podemos aportar ideas y estrategias que permitan el crecimiento y el posicionamiento de los negocios, lo cual es uno de los objetivos fundamentales de todo gerente de marketing.

8. RECOMENDACIONES

- Hacer el registro legal de la empresa ante las entidades correspondientes (DIAN, Superintendencia de industria y comercio, cámara de comercio y bancos).
- Hacer uso de la disciplina y la responsabilidad como factores claves para el éxito tanto personal como empresarial.
- Usar un software administrativo y contable, que permita registrar cada una de las operaciones que realiza la empresa (compras, ventas, inventarios, estados financieros) y de esta forma poder tomar decisiones de forma eficiente y eficaz.
- Fortalecer el área de mercadeo y ventas para que se puedan conseguir excelentes clientes y de esta forma incrementar las ventas y rentabilidad del negocio.
- Implementar en los productos elaborados todos los atributos que este debe llevar para que tengan buena imagen ante el mercado, dentro de los cuales podemos mencionar: embase, empaque, etiquetas y marca.
- Cambiar el modelo actual de producción por un modelo donde se cuente con áreas de diseño, corte y confección, es decir un modelo de producción en cadena.
- Diseñar una página WEB y crear grupo de redes sociales donde se pueda exhibir y colocar a la venta los productos elaborados.
- Implementar un punto de venta donde se puedan hacer exhibiciones de pijamas y ventas de la misma, equipado con todas las herramientas del visual Merchandising.

REFERENCIAS

- AITEX - PTP. (2016). *Actualización y Definición del Plan de Negocio para el Sector Textil y Confecciones*. Bogotá: Programa de Transformación Productiva.
- Bur, A. (2013). Moda, estilo y ciclo de vida de los productos de la industria textil. *Cuaderno 45 / Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 143 - 154.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2017). *Conoce los pasos para crear empresa*. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá.
- DANE. (2018). *Boletín técnico - Encuesta Mensual Manufacturera EMM Julio 2018*. Bogotá: Dane.
- Dinero. (11 de Enero de 2018). *gasto-de-los-hogares-colombianos-segun-raddar/254025*. Obtenido de Dinero Website: <https://www.dinero.com/pais/articulo/>
- Dinero. (13 de Julio de 2018). *Revista Dinero*. Obtenido de *textileros-y-confeccionistas-se-alistan-para-colombiamoda/260041*: <https://www.dinero.com/empresas/articulo/>
- Dinero, R. (08 de 03 de 2017). *Dinero.com*. Recuperado el 02 de 08 de 2018, de <https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/cifras-de-compras-y-consumo-de-ropa-interior-en-colombia/248139>
- Fayolle, A. (2007). *Entrepreneurship and New Value Creation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Félix, O. M. (2008). El método Delphi, prospectiva en ciencias sociales. *Revista EAN*, 31-54.
- Gonzalez, M. C. (14 de 08 de 2017). *Portafolio*. Recuperado el 25 de 01 de 2018, de <http://www.portafolio.co/negocios/la-crisis-del-sector-textil-y-de-confecciones-en-colombia-508710>
- Kotler, P., & Cámara, D. (2000). *Dirección de Marketing*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Medina, M. A. (13 de Agosto de 2017). Fabricato: El Mensaje que envía el freno de su producción. *El Espectador*.
- Minniti , M., Zacharakis, A., Spinelly , S., Rice, M., & Habbershon, T. (2007). *Entrepreneurship: The Engine of Growth*. Londres: Praeger.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Generación de modelos de negocio*. New Jersey: John Wiley & Sons.

- Parkin, M. (2012). *Economía*. Mexico: Addison-Wesley.
- Pickton, D., & Wright, S. (1998). What's swot in strategic analysis? *Strategic Change*, 101-109.
- Portafolio. (08 de 01 de 2018). *portafolio.co*. Recuperado el 01 de 07 de 2018, de <http://www.portafolio.co/economia/el-sector-textil-y-el-de-calzado-comienzan-su-recuperacion-513069>
- Quessep Espinosa, J. (2016). *Plan de Desarrollo 2016 - 2019*. Sincelejo: Alcaldía de Sincelejo.
- Redacción Negocios y economía. (18 de 05 de 2016). Estos son los productos con los que China está inundado el comercio colombiano. *El Espectador*, pág. 2.
- Reguant-Álvarez, M., & Torrado-Fonseca, M. (2016). El Método Delphi. *Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 87-102.
- Riviere, M. (1996). *Diccionario de la Moda: Los estilos del siglo XX*. Barcelona: Grijalbo.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Developmen*. Cambridge: Harvard University Press.
- Sierra Suarez, J. (25 de Julio de 2017). *contrabando-corta-el-hilo-al-sector-textil-confeccion-del-pais-KE6969914*. Obtenido de El Colombiano: <http://www.elcolombiano.com/negocios/>
- Superintendencia de Sociedades. (2017). *Desempeño del sector textil-confección*. Bogotá: Supersociedades.
- Torrado, M. -R. (2016). el método Delphi. *REIRE*, 1-16.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. (2013). *Administración estratégica y política de negocios*. Bogotá: Pearson.

ANEXOS

Anexo 1. Maquinaria para el proyecto



Maquina Collarina



Maquina Recubridora



Maquina fileteadoras



Maq. Coser plana

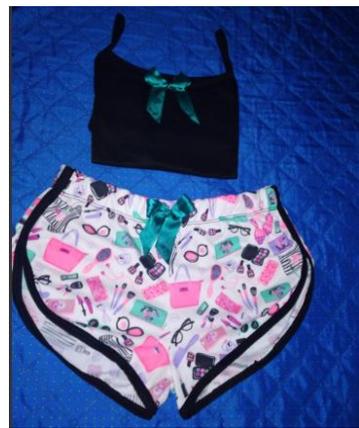


Maq. Bordadora Industrial

Anexo 2. Etiquetas actuales de la empresa



Anexo 3. Diseños actuales de productos



Anexo 4. Encuestas aplicadas

Aplicación de encuesta con Método DEPTHA a expertos:

OBJETIVO: Posicionar la imagen de la empresa "Derechos y Buenas Prácticas" en los próximos años, teniendo en cuenta el comportamiento del mismo y el actual, así como analizando los sentimientos de la población y la influencia de la comunicación de los medios.

El presente cuestionario consta de once preguntas en las que se debe seleccionar la respuesta que más se acerque al nivel de la S. Universidad El Colegio que quiere a continuación en el momento de responder.

Investigador: Walter Rueda CC No. 92527594
 Profesión: Psicólogo Público Ocupación: Docente
 Fecha: 02 Agosto 2018

1. ¿Considera usted que el consumo de pijamas en mujeres aumentará en los próximos 05 años?
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

2. ¿Influyen directamente las mujeres para comprar pijamas?
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

3. ¿Usted considera que el negocio de pijamas femenino tenga buena aceptación en el mercado?
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

4. ¿Considera usted que el vestuario proveniente de China afectará a los industriales colombianos?
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

5. ¿Creo usted que existen en la ciudad de Sincelejo proveedores que ofrecen productos de buena calidad, variedad y a un buen costo?
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

6. ¿Usted considera que este tipo de prendas (pijamas), requiere ir a la vanguardia en la medida en que las tendencias de modas cambian?
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

7. ¿Es necesario que la empresa segmente sus productos de acuerdo a las necesidades y tendencias de cada región?
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

8. ¿Considera usted que hay exceso de mano de obra para ser utilizada en el sector de la confección?
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

9. ¿Se debe incrementar en nuestro país la formación técnica, tecnológica y profesional en el sector de la confección?
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

Aplicación de encuesta con Método DEPTHA a expertos:

OBJETIVO: Posicionar la imagen de la empresa "Derechos y Buenas Prácticas" en los próximos años, teniendo en cuenta el comportamiento del mismo y el actual, así como analizando los sentimientos de la población y la influencia de la comunicación de los medios.

El presente cuestionario consta de once preguntas en las que se debe seleccionar la respuesta que más se acerque al nivel de la S. Universidad El Colegio que quiere a continuación en el momento de responder.

Investigador: Marjely Zambrano CC No. 1102809088
 Profesión: Psicóloga Ocupación: Docente
 Fecha: 02 julio 2018

1. ¿Considera usted que el consumo de pijamas en mujeres aumentará en los próximos 05 años?
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

2. ¿Influyen directamente las mujeres para comprar pijamas?
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

3. ¿Usted considera que el negocio de pijamas femenino tenga buena aceptación en el mercado?
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

4. ¿Considera usted que el vestuario proveniente de China afectará a los industriales colombianos?
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

5. ¿Creo usted que existen en la ciudad de Sincelejo proveedores que ofrecen productos de buena calidad, variedad y a un buen costo?
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

6. ¿Usted considera que este tipo de prendas (pijamas), requiere ir a la vanguardia en la medida en que las tendencias de modas cambian?
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

7. ¿Es necesario que la empresa segmente sus productos de acuerdo a las necesidades y tendencias de cada región?
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

8. ¿Considera usted que hay exceso de mano de obra para ser utilizada en el sector de la confección?
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

9. ¿Se debe incrementar en nuestro país la formación técnica, tecnológica y profesional en el sector de la confección?
 1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

Aplicación de encuesta con Método III FII a expertos:

OBJETIVO: Realizar la estimación de la empresa "Diana S.A. S.A." en los próximos años, teniendo en cuenta el comportamiento histórico y el actual, así como analizando los factores sociales, políticos y la influencia en la situación de los mercados.

El presente es un formulario de autoevaluación en base a la cual se debe seleccionar la opción que mejor describe la situación de la empresa (1 al 5) en el ítem de la encuesta (1 al 5) en el momento de la encuesta. 5: totalmente de acuerdo.

Encuestado: Diego Diaz CC No. 1.442.805.566
 Profesión: Ing. Sistemas de Información Empresa: CECOT Andean S.A.S.
 Fecha: 30-07-2018.

1) ¿considera usted que el consumo de pijaones en mujeres aumentará en los próximos 05 años?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Muy en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Muy de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

2) ¿considera usted que el consumo de pijaones para comprar pijaones?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Muy en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Muy de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

3) ¿considera usted que el aspecto de pijaones femeninas tenga buena aceptación en el mercado?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Muy en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Muy de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

4) ¿considera usted que el consumo proveniente de China afectará a los industriales colombianos?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Muy en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Muy de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

5) ¿cre usted que existen en la ciudad de Sanicéjica proveedores que ofrecen productos de buena calidad, variedad y a un buen costo?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Muy en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Muy de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

6) ¿considera usted que este tipo de prendas (pijamas), respiguen a la vanguardia en la medida en que las tendencias de moda cambian?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Muy en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Muy de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

7) ¿es necesario que la empresa segmente sus productos de acuerdo a las necesidades y tendencias de cada región?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Muy en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Muy de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

8) ¿considera usted que hay exceso de mano de obra para ser utilizada en el sector de la confección?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Muy en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Muy de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

9) ¿se debe incrementar el incentivo para la formación técnica, tecnológica y profesional en el sector de la confección?

Aplicación de encuesta con Método III FII a expertos:

OBJETIVO: Realizar la estimación de la empresa "Diana S.A. S.A." en los próximos años, teniendo en cuenta el comportamiento histórico y el actual, así como analizando los factores sociales, políticos y la influencia en la situación de los mercados.

El presente es un formulario de autoevaluación en base a la cual se debe seleccionar la opción que mejor describe la situación de la empresa (1 al 5) en el ítem de la encuesta (1 al 5) en el momento de la encuesta. 5: totalmente de acuerdo.

Encuestado: Jessy Penilla CC No. 1.442.805.566
 Profesión: Ingeniero de Sistemas
 Fecha: 29 Julio 2018

1) ¿considera usted que el consumo de pijaones en mujeres aumentará en los próximos 05 años?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Muy en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Muy de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

2) ¿considera usted que el consumo de pijaones para comprar pijaones?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Muy en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Muy de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

3) ¿considera usted que el aspecto de pijaones femeninas tenga buena aceptación en el mercado?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Muy en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Muy de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

4) ¿considera usted que el consumo proveniente de China afectará a los industriales colombianos?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Muy en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Muy de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

5) ¿cre usted que existen en la ciudad de Sanicéjica proveedores que ofrecen productos de buena calidad, variedad y a un buen costo?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Muy en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Muy de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

6) ¿considera usted que este tipo de prendas (pijamas), respiguen a la vanguardia en la medida en que las tendencias de moda cambian?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Muy en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Muy de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

7) ¿es necesario que la empresa segmente sus productos de acuerdo a las necesidades y tendencias de cada región?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Muy en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Muy de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

8) ¿considera usted que hay exceso de mano de obra para ser utilizada en el sector de la confección?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Muy en desacuerdo
 3. Ni en desacuerdo ni en desacuerdo
 4. Muy de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

9) ¿se debe incrementar el incentivo para la formación técnica, tecnológica y profesional en el sector de la confección?

Aplicación de encuesta con Método BEE PII a expertos:

OBJETIVO: Prever la situación de la empresa "Diana Suroeste S.A.S." en los próximos años, teniendo en cuenta el comportamiento histórico y el actual, así como analizando las tendencias sociales, políticas y la influencia en la situación de la empresa.

El presente cuestionario está dividido en cinco partes, con las siguientes opciones de respuesta: 1 totalmente en desacuerdo, 2 algo en desacuerdo, 3 ni en acuerdo ni en desacuerdo, 4 algo de acuerdo, 5 totalmente de acuerdo.

Encuestado: Wilson Fabian Novato CC No. _____
 Profesión: Psicólogo Empresarial Ocupación: Psicólogo
 Fecha: 30 Julio 2008

1. ¿Considera usted que el consumo de pijamas en mujeres aumentará en los próximos 95 años?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en acuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

2. Invierden dinero las mujeres para comprar pijamas?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en acuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

3. ¿Usted considera que el negocio de pijamas femeninas tenga buena aceptación en el mercado?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en acuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

4. ¿Considera usted que el vestuario proveniente de China afectaría a las industrias colombianas?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en acuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

5. ¿Le parece que existen en la ciudad de Sisacolejo proveedores que ofrezcan insumos de buena calidad, variedad y a un buen costo?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en acuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

6. ¿Usted considera que este tipo de prendas (pijamas) cambien o se innoven en la medida en que las tendencias de modas cambien?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en acuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

7. Es necesario que la empresa segmente sus productos de acuerdo a las necesidades y tendencias de cada región?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en acuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

8. ¿Considera usted que hay escasez de mano de obra para ser utilizada en el sector de la confección?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en acuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo

9. Se debe invertir en nuestra país la formación técnica, tecnológica y profesional en el sector de la confección?

1. Totalmente en desacuerdo
 2. Algo en desacuerdo
 3. Ni en acuerdo ni en desacuerdo
 4. Algo de acuerdo
 5. Totalmente de acuerdo