

1. PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Existe una gran cantidad de empresas que requieren ropa de dotación para sus Funcionarias de nivel administrativo, por consiguiente se hace necesario atender y satisfacer esta necesidad existente en la ciudad de Tunja,

En la ciudad de Tunja no existen Empresas especializadas en la fabricación de prendas para trabajadoras de nivel administrativo y las empresas que operan en la ciudad, adquieren este tipo de ropa con tallas estándar, colores predeterminados en otras ciudades e inclusive fuera del Departamento de Boyacá, limitando al Cliente en cuanto a su preferencia, comodidad y satisfacción total de su ropa de labor, lo que conlleva a cambiar la estructura inicial de una prenda para hacer cambios que se ajusten a las medidas exactas y nuevas especificaciones del Cliente.

Con lo expuesto anteriormente, se da la oportunidad de incursionar en la industria textil en la ciudad de Tunja, ya que hay una amplia gama de empresas con personal femenino, a las cuales el Código Sustantivo del Trabajo en sus artículos 230, 232, 233 y 234 del C.S.T., modificados por los artículos 7, 8 y 10 de la Ley 11 de 1984, establece la obligatoriedad de suministrar permanentemente calzado y **vestido de labor** a sus trabajadores el 30 de abril, 31 de agosto y 20 de diciembre, siempre y cuando cumplan con los requisitos de ley.¹

¹www.minpoteccionsocial.gov.co/WEB_Trabajo/dpdencias/unidespecial/guiains11.htm

Por tal motivo, es indispensable llevar a cabo la creación de una fábrica que satisfaga las necesidades de los Empresarios Tunjanos.

1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cuál es la infraestructura requerida para la creación de una fábrica de prendas para dotación de trabajadoras de nivel administrativo en la ciudad de Tunja?.

1.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

Con los argumentos expuestos, se plantean los siguientes interrogantes:

¿Bajo qué condiciones se puede crear una empresa productora de prendas para dotación de trabajadoras de nivel administrativo para las empleadas de las empresas que operan en la ciudad de Tunja?

¿Cuál es la demanda de prendas para dotación de trabajadoras de nivel administrativo, por parte de las empresas en la ciudad de Tunja?

¿Que rentabilidad se puede obtener de la producción y comercialización de prendas para dotación de trabajadoras de nivel administrativo?

¿Cómo se lleva a cabo la planeación de Inversiones para la nueva Empresa y cual es la disponibilidad de operación hasta lograr su autofinanciamiento?

¿Cuál es el proceso administrativo requerido para el funcionamiento de una Empresa que suministre dotaciones de ropa ejecutiva para damas?

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

2.1 OBJETIVO GENERAL.

Elaborar y llevar a cabo la ejecución de un P.D.E.T. para la creación de una empresa especializada en la, fabricación y comercialización de ropa de dotación para funcionarias de nivel administrativo en la ciudad de Tunja.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

2.2.1. Establecer la demanda potencial de ropa de dotación para ejecutivas realizando un estudio de mercado

2.2.2. Determinar las diferentes variables requeridas para fabricar las prendas de manera óptima a través de un estudio técnico correspondiente.

2.2.3. Diseñar una estructura administrativa para la optimización de la Empresa.

2.2.4. Esquematizar una estructura financiera que permita conocer el monto de las inversiones, las fuentes de financiación, los costos de los diferentes recursos para determinar la factibilidad del proyecto.

3. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

Existe en la actualidad la suficiente demanda para emprender la creación de una empresa que satisfaga el mercado de ropa de dotación ejecutiva para Dama en la ciudad de Tunja.

El presente proyecto se justifica por las siguientes razones:

Como Estudiantes y/o Egresados de la UNAD, dar alcance a las políticas de la Institución aprovechando la formación académica para incursionar como parte activa en el desarrollo de la industria local, acorde con las demandas y retos de la sociedad Boyacense.

Mediante la ejecución del presente proyecto, se amplían las posibilidades de permanencia en la ciudad de Tunja, evitando la migración en búsqueda de oportunidades.

En la ciudad de Tunja no existen empresas especializadas en producción y comercialización de ropa de trabajo empresarial, para trabajadoras de nivel administrativo, lo cual dificulta la adquisición por parte del Empleador y la satisfacción a los requerimientos del Empleado.

La mayoría de la ropa de dotación que suministran las empresas Tunjanas a sus empleados son adquiridas en otras Ciudades.

El presente proyecto es novedoso y concreto, por eso se perfila con amplias posibilidades de incursionar en la industria textil de la ciudad de Tunja.

Como Estudiantes de Administración de Empresas, se han adquirido y afianzado conocimientos valiosos que brindan la oportunidad de ser

generadores de Empresa, apoyados en los recursos que tiene a disposición la UNAD a nivel nacional.

En el ámbito social, se amplían las condiciones de oferta laboral y desarrollo industrial en la ciudad de Tunja.

El Código Sustantivo del Trabajo en su título VII, Capítulo IV, Art. 230. Modificado por la ley 11/84 Art. 7, obliga a todos los Empleadores a suministrar calzado y vestido de labor, en los siguientes términos. “Todo patrono que habitualmente ocupe uno (1) o más trabajadores permanentes deberá suministrar cada cuatro (4) meses en forma gratuita, un (1) par de zapatos y un (1) vestido de labor al trabajador cuya remuneración mensual sea hasta dos(2) veces el salario mínimo más alto vigente. Tiene derecho a esta prestación el Trabajador que en las fechas de entrega de calzado y vestido haya cumplido mas de tres (3) meses al servicio del Empleador”²

4. ASPECTOS METODOLOGICOS DE LA INVESTIGACION

4.1. TIPO DE ESTUDIO

².Régimen Laboral Colombiano, CST.Legis Editores S.A

El método llevado a cabo en la presente investigación corresponde a una investigación aplicada con un estudio exploratorio, basado en los siguientes argumentos que permiten abordar la profundidad del conocimiento.

No se tienen antecedentes de un modelo teórico ni de aplicación práctica para la creación de una empresa que confeccione, fabrique y comercialice ropa de dotación ejecutiva para damas.

Como investigadoras del presente proyecto, se puede mencionar que ya se tienen conocimientos previos sobre el planteamiento del problema, teniendo en cuenta que es una necesidad sentida el hecho de no acceder a una empresa local que confeccione ropa de dotación a la medida y con características definidas por el Cliente.

No se tiene previo conocimiento de otro tipo de investigación local que profundice en el tema de la confección, fabricación y comercialización de ropa de dotación para personal femenino en el ámbito administrativo.

Se debe llevar a cabo una recopilación teórica que profundice los conocimientos, dada la ausencia de un modelo específico referido al planteamiento del problema de la presente investigación.

Es importante considerar que el presente proyecto puede servir de base para la realización de nuevas investigaciones por parte de otros autores, teniendo en cuenta que aporta información real y confiable.

4.2. METODO DE INVESTIGACION

Se debe recurrir a investigaciones directas del mercado, mediante la utilización de procedimientos cuyo objeto sea la obtención de información primaria y secundaria.

Si bien, los métodos de investigación propuestos ofrecen ventajas notables, también cabe anotar que es posible que se presenten dificultades y limitaciones a todos los problemas informativos de mercado, en sus múltiples facetas siempre cambiantes.

4.3. FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCION DE INFORMACION

4.3.1 Fuentes de Información e Instrumentos. Las fuentes de información están conformadas por las de origen primario y secundario, los instrumentos utilizados en el presente proyecto de investigación, los constituyen la encuesta, la entrevista y la observación directa.

4.3.1.2 Fuentes de información primaria. La información primaria se obtiene con la aplicación de una encuesta en las distintas empresas que operan en la ciudad de Tunja e inscritas en la Cámara de Comercio, cuyo potencial de empleadas sean mujeres. Así mismo, a través de observación directa y entrevista. **(Ver anexo 1. Prototipo de encuesta)**

4.3.1.3 Fuentes de Información Secundaria. Este tipo de información se recopiló en los archivos de la Cámara de Comercio de la ciudad de Tunja, Dane, oficina de planeación municipal de la ciudad de Tunja, diccionarios, libros sobre temas tratados en el presente proyecto e Internet, para explorar la existencia y el posicionamiento del mercado actual a nivel general.

4.3.2 Universo o población objeto. En el presente estudio el universo está compuesto por Empresas públicas y privadas existentes legalmente constituidas ante la cámara de comercio de la ciudad de Tunja.

4.3.3 Muestra. Está Compuesta por cada una de las empresas de estudio respecto a la población.

Teniendo en cuenta que la población es amplia se hace difícil y costoso el contacto de todos los objetivos, razón por lo cual se selecciona una muestra para dar continuidad con el proceso de investigación. Los criterios tenidos en cuenta para la selección de la muestra fueron los de determinar en forma concreta y detallada la demanda y preferencia que tienen los empresarios Tunjanos por la confección de ropa de labor para ejecutivas y en especial las producidas en la capital Boyacense, lo mismo que determinar los precios promedio por trabajador cantidades consumidas y el comportamiento futuro. La muestra seleccionada para la recolección y tabulación de datos, la conforman las siguientes Empresas:

Sector Bancario

Sector de Transporte

Sector de Seguridad Social

Sector de Telecomunicaciones

Cajas de compensación familiar

Entidades del Estado

Para la obtención de la muestra se tiene en cuenta la aplicación de la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{N Z^2 S^2}{E^2(N-1) + Z^2 S^2}$$

De donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población de un total de 70 empresas encuestadas

Z = Coeficiente de confianza para un nivel de probabilidad dada
96%

S² = p * q

p = Respuestas positivas, se llevó a cabo una premuestra con una entrevista personal, preguntando a 10 Empleadores de la ciudad de Tunja si desearían contar con una empresa local que suministre ropa de dotación para personal administrativo, a lo cual el 90% respondió positivamente.

q = Respuestas negativas 10% de la premuestra, respondió negativamente

E² = Margen de error de estimación de la muestra, máximo admisible (9%)

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2 (N-1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.9 * 0.1 * 70}{0.09^2 (70-1) + (1.96)^2 * 0.9 * 0.1}$$

$$n = \frac{3.84 * 0.9 * 0.1 * 70}{0.09^2 (70-1) + (1.96)^2 * 0.9 * 0.1}$$

$$0.0081 (69) + (3.84) * 0.9 * 0.1$$

$$n = \frac{24.192000}{0.558900 + 0.345600}$$

$$n = 26.74$$

$$n = 27$$

4.3.4 Tipo de Diseño Muestral. El tipo de diseño muestral elegido en el presente proyecto es el diseño aleatorio simple y ha sido elegido por poseer ventajas tales como la mayor precisión que se obtiene en las estimaciones.

4.4. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

4.4.1 Análisis de la información. Una vez recolectada toda la información es indispensable saber determinar cual es el tratamiento a seguir con los datos que se tienen. Inicialmente se lleva a cabo una planificación del procesamiento de dicha información, la cual consiste en definir las variables de estudio, posteriormente agrupar datos y llevar a cabo un proceso estadístico que permita obtener datos cuantificables reales.

4.4.2 Técnicas estadísticas. En primer lugar se hizo una revisión previa de los cuestionarios, para verificar su diligenciamiento y No. total de encuestas aplicadas, se procede a codificar la información pasándola a hojas de trabajo que permiten contar la frecuencia de las respuestas de los participantes.

La presentación de la información se realiza mediante la tabulación de las encuestas aplicadas, con técnicas estadísticas como el promedio, los porcentajes y los índices, acompañadas de un gráfico representativo que ilustre fácilmente el resultado de la encuesta y un análisis interpretativo de cada una de las variables de estudio.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1. MARCO TEORICO

Para llevar a cabo la ejecución de un P.D.E.T., se tomó como fuente todos los planteamientos contemplados por el autor Marco Elías Contreras Buitrago quien afirma que “Todo proyecto nace como parte de la búsqueda de una solución inteligente a una situación, problema o una necesidad humana”³.

El presente proyecto se puede clasificar como de “Producción de bienes” ⁴ de acuerdo con la clasificación del autor Marco Elías Contreras Buitrago, considerando que es de gran importancia porque efectivamente es una solución inteligente a un problema presentado en una comunidad específica, como la del objeto de estudio.

En la realización del P.D.E.T. se tiene en cuenta aspectos que inciden directamente en la obtención de información y en los resultados económicos como son el reconocimiento del entorno para establecer las verdaderas necesidades de los empresarios a la hora de suministrar prendas de dotación a sus funcionarias de nivel administrativo.

5.1.2 Tipología de los proyectos

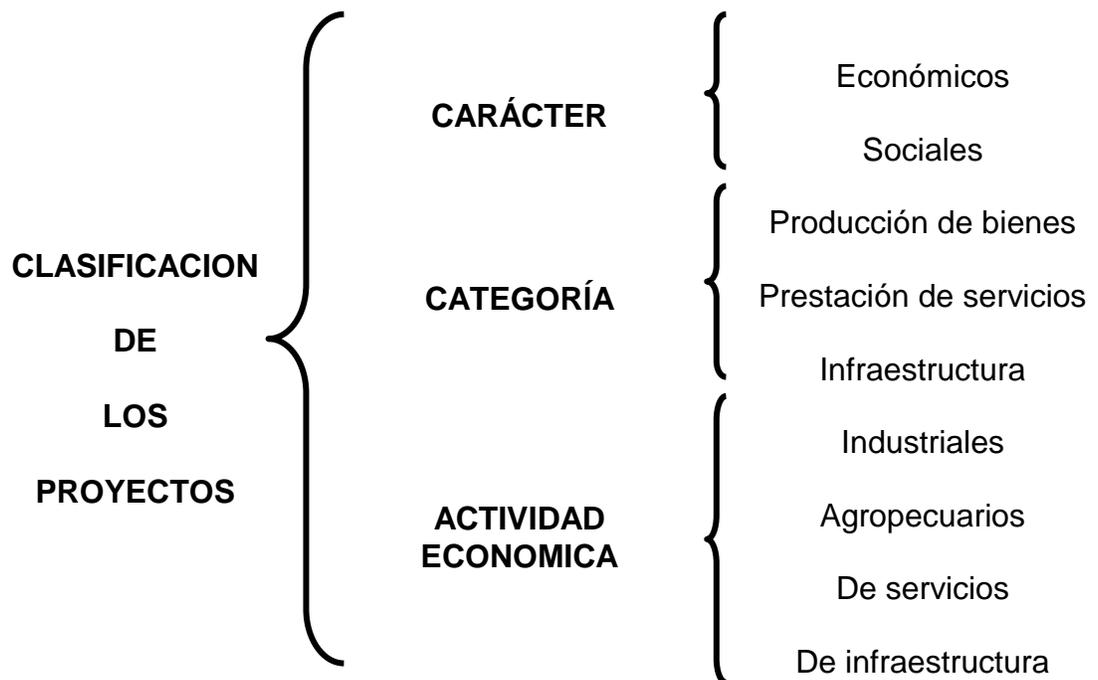
A continuación se describen los diversos criterios de agrupamiento según el autor Marco Elías Contreras.

³CONTRERAS BUITRAGO, Marco Elías. formulación y evaluación de proyectos UNAD. Bogotá 1998 P. 27

⁴ Ibid P. 31

En la **Figura 1** se presenta la clasificación de los proyectos de acuerdo con el carácter, la categoría y la actividad económica para de esta forma enmarcar las bases del montaje de la Fábrica de dotaciones para funcionarias de nivel administrativo.

FIGURA 1. CLASIFICACION DE LOS PROYECTOS



Fuente: Formulación y evaluación de proyectos. P. 33.

Igualmente se tienen en cuenta las diferentes fases necesarias para determinar la factibilidad del proyecto, las cuales comprenden los estudios de mercado, técnico y financiero en los cuales se analiza la oferta y la demanda; se define el tamaño, la localización, las obras civiles, la tecnología y se determina las inversiones que se deben realizar para ejecutar el proyecto.

5.1.3 Vestigios de la industria textil

Cuando el hombre se encontró ante la carestía de alimento, tuvo que desarrollar determinados materiales, ya sea para pescar, recolectar, o cazar.

Para cubrirse, el hombre utilizó en un principio las pieles de animales hasta descubrir otra clase de materiales, probó con algunas fibras, las cuales le brindaron mayor comodidad, al final éstas terminaron por remplazar la piel. Las fibras más importantes y antiguas que se conocen del Viejo Mundo son el lino, la lana, el algodón y la seda.

Durante la época colonial existió una industria textil que consistió en combinar textiles con plumas de aves preciosas, esta técnica es de origen prehispánico, continuó practicándose después de la conquista debido a que fue muy apreciada por los Españoles.

El hilado y el tejido de los textiles aparecen muy pronto en la historia de las técnicas artesanas. El trabajo de lino se remonta en Europa meridional a la Edad de Piedra; en el Norte de Europa se empleó la lana en la Edad de Bronce, y la seda originaria de China, se fabrica hace más de 5 000 años. El bordado, es decir la decoración de las piezas acabadas de textiles, no aparecerá hasta mucho después.

5.1.4 Antecedentes históricos

Las primeras pequeñas fábricas de loza y tejidos de algodón en Bogotá son creadas entre 1830-1850.

Textiles

Tras una larga historia de producción de tejidos en telares artesanales, en 1886 se crea la Empresa de Hilados y Tejidos en Samacá.

Los decretos legislativos 15, 27 y 46 de 1905 aumentan las tarifas de aduana a los productos manufacturados y fomenta la fabricación de tejidos, bebidas, tabaco y azúcar.

1908. El 19 de septiembre de 1908 se inaugura oficialmente Coltejer.

La Ley 62 de mayo de 1931 y los decretos 1706 y 2194 aumentan los aranceles de la lana importada, promoviendo la reactivación del sector textilero colombiano.

Surge en Medellín Paños Vicuña en 1935, y se crea la industria de medias de seda Sedeco.

En la década de los 30 empresas textiles como Coltejer renuevan sus plantas y cambian el telar mecánico por el automático, mejorando su productividad.

Con la creación de Everfit, en 1940, se inicia la confección de vestidos en serie.

Fabricato desarrolla en 1945 Confecciones Fabricato S.A, después de haber comprado la Fábrica de Bello en 1939 y la de Paños Santa Fe en 1942.

Coltejer inicia su expansión con la adquisición de Rosellón en 1942 y Sedeco en 1944.

El 29 de agosto de 1960 se inicia la era de la computación en la industria textilera del país con la puesta en funcionamiento de la IBM 650 en Coltejer. Un año después Fabricato hace lo mismo.

A finales de los 70 y comienzos de los 80 la industria textil colombiana vive difíciles años a causa del contrabando.

Las tradicionales fábricas textiles Fabricato y Tejicóndor se fusionan en 2002.

5.1.5 Clasificación de los textiles

Las materias primas textiles se clasifican en fibras naturales y fibras químicas.

Fibras naturales.

- Lino.
- Cáñamo.
- Yute.
- Algodón
- Seda.

Fibras vegetales.

- Algodón.

- Fibra de Ceiba.
- Ramio.
- Abacá.
- Henequén.

Fibras sintéticas.

- Rayón.
- Nylon.
- Tergal.

Fibras animales.

- Lana.
- Pelos de camello.
- Pelo de cabra.

Antes de empezar cualquier restauración hay que identificar con que tipo de textil se está tratando y la forma en que fue elaborado, se puede empezar al analizarse con un microscopio de aumento lineal de 100 a 150 veces.

Los factores más corrientes al deterioro son.

- El calor húmedo.
- La falta de ventilación.
- El contacto con sustancias animales o vegetales en estado de descomposición.
- Calor excesivo.

Sin embargo es posible que en estas condiciones desfavorables los textiles antiguos no se destruyan totalmente. Es corriente por ejemplo encontrar fragmentos de textiles que han sobrevivido al contacto del cobre corroído, en este caso los productos de corrosión han actuado como agentes esterilizantes de hongos y bacteria.

- **Aspectos del proceso de lavado**

Para el lavado pueden utilizarse detergentes ligeramente ácidos o alcalinos, con el fin de eliminar manchas, también se usa frecuentemente detergente totalmente neutros.

En general, la suciedad es una sustancia que se ha establecido en un lugar que no le corresponde y pueden ser del siguiente tipo.

- Suciedad grasa.
- Suciedad de pigmentos.
- Tintes vegetales
- Substancias solubles al agua.

El proceso de lavado, en todas estas sustancias pegadas al material tienen que ser eliminadas. En los líquidos para el lavado hay que disolverse compuestos que a su vez disuelvan la suciedad. Su composición depende de la manera en que la suciedad de adhiera al textil.

- **Tratamientos de limpieza**

Los diferentes tipos de tratamiento para la limpieza de los textiles son los siguientes:

- Limpieza en seco.
- Tratamiento por vacío y cepillado.
- Limpieza por vapor.

- **Eliminación de manchas.**

No siempre es aconsejable quitar las manchas de los textiles. Las manchas que han permanecido mucho tiempo, pueden haber experimentado un cambio químico con la formación de sustancias insolubles que sólo pueden ser eliminadas por blanqueo y este procedimiento podría debilitar más aun el textil viejo, ya de por si dañado.

En conclusión, la industria textil tiene un origen muy antiguo, parte de la experimentación sobre una gama impresionante de materiales para obtener varias fibras y diferentes colores. Tal vez, sea imposible encontrar en este territorio vestigios tan antiguos como los encontrados en el Viejo Mundo, pero la época y la cultura actual ofrece una amplia gama de texturas, colores, diseños y todo lo que el Cliente requiera para su buen vestir y comodidad.

5.2. MARCO CONCEPTUAL

Teniendo en cuenta el marco teórico se definen algunos conceptos involucrados en las variables de la investigación:

5.2.1. Actividad: Instrucciones de trabajo que se ejecutan para desarrollar una tarea

5.2.2. Algodón: El algodón es una fibra vegetal de mucha importancia económica y se utiliza principalmente combinado con otras fibras sintéticas en la fabricación de franela, chintz, gabardina, palm beach y viscosa. La popularidad de las telas de algodón se debe a la facilidad con que se obtiene, se lava y se tiñe.

Además de prendas de vestir y objetos domésticos, los telas de algodón, se usan en productos industriales como filtros para acondicionadores de aire, balsas salvavidas, cintas transportadoras, carpas, neumáticos de automóvil, piscinas, cascos de seguridad, etc.

Nuestros ancestros humanos confeccionaban prendas de vestir en telas muy rústicas y muy rígidas. Para fines del siglo XVII, esta situación cambió con el desarrollo de las telas de algodón que comenzaron a reemplazar a los textiles de lana. Durante la revolución industrial del siglo 18, aparecieron las máquinas que permitieron la producción de hilos en forma automatizada cosa que impulsó la producción masiva de telas de algodón para confección de ropa.

Las prendas más populares que se fabrican hoy en día, en telas de algodón, son los blue jeans en mezclilla índigo.

5.2.3 Calidad: Es la conformidad y satisfacción de un producto o servicio acorde a los requisitos dados o sentidos por el Cliente o Consumidor de forma efectiva.

5.2.4. Calzado y vestido de labor (dotación): Definido como una dotación consistente en un par de zapatos y un vestido de labor adecuados a ka índole de la labor que aquel desarrolla. Le legislación prohíbe que esta prestación se pague en dinero, pero la jurisprudencia acepta que sea compensada en dinero cuando el contrato termina sin que el Empleador haya cumplido con esta obligación.

5.2.5. Censo: Es una técnica para obtener datos, por medio de la cual se cuentan todos los elementos o unidades estadísticas que conforman la población y se registran sus características.

5.2.6. Cliente: Es toda aquella persona que recibe el fruto del trabajo.

5.2.7. Conformidad: Cumple condiciones de peso, tamaño y color.

5.2.8. Contabilidad empresarial: Aplicación de los conocimientos contables a la organización, selección y presentación de cuentas para ofrecer a los directores una información precisa y al día sobre e1 funcionamiento de la empresa y en consecuencia sirve como base para ayudar a ejecutar las mejores decisiones.

5.2.9. Estudio de mercado: Una técnica que sirve para determinar la cantidad de bienes o servicios, provenientes de una nueva entidad productora que bajo determinadas condiciones (oferta, demanda, precios), estaría dispuesta a adquirir para satisfacer sus necesidades.

5.2.10. Estadística: Un estadístico es un número determinado que describe un aspecto de la muestra y para encontrar su valor es necesario utilizar la información muestral.

5.2.11. Fábrica: Establecimiento industrial provisto de la maquinaria adecuada para producir materias, objetos o energía destinados al consumo.

5.2.12. Inflación: Es una baja en el valor del dinero debido al alza de precios, cuando la demanda monetaria global supera el valor de los bienes y servicios corrientemente disponibles para la venta, la economía está sujeta a una presión expansiva.

5.2.13. Ingeniería del proyecto: Se refiere aquellas partes del estudio que se relaciona con su fase técnica. Tiene como objetivo establecer los requerimientos técnicos, para que la nueva unidad productora esté en capacidad de producir tales como: maquinaria, equipo necesario y acorde con el tamaño de la empresa o microempresa, instalaciones, mano de obra y materia prima.

5.2.14. Lino: Existen diferentes tipos de tela de lino en el mercado.

Hoy en día el lino no sólo se vende puro, sino que también se ofrece en mezclas con rayón, lo que permite lograr estampados de buena calidad. También se encuentra el lino combinado con algodón que igualmente sirve para producir género estampado. La tela de lino pura se utiliza preferentemente en artículos decorativos.

El lino se ha utilizado por más de 10.000 años y tal vez sea la fibra más antigua utilizada por el hombre. El lino se fabrica a partir de la planta de lino. Los egipcios utilizaron esta tela profusamente, desde largas vendas

para cubrir sus momias hasta sandalias tejidas con cordón de lino. Una infinidad de artefactos fabricados en lino han sido encontrados en las tumbas de los antiguos egipcios.

Los fenicios, utilizaron el lino para fabricar velas para sus naves.

El famoso Sudario de Turín es una tela de lino crudo en el cual se cree fue envuelto el cuerpo de Cristo después de muerto.

Los tejidos más finos entrelazados en el siglo 16 fueron fabricados por delicadas fibras de lino. Con el objeto de que las fibras se mantuvieran dóciles, para confeccionar los nudos de la trama, los fabricantes antiguos de entrelazados, trabajaban en piezas oscuras y húmedas. Además para evitar que se mancharan o se descoloraran las fibras, el trabajo se hacía casi a oscuras con la sola luz de una vela.

5.2.15. Mano de obra: Hace referencia al trabajo humano que interviene para la transformación de los materiales directos en productos terminados, por lo cual la empresa paga una remuneración llamada salario. Los trabajadores de producción son de diversas clases; algunos intervienen con su acción directa en la fabricación de los productos bien sea manualmente o accionado las máquinas que transforman las materias primas en productos acabados. La remuneración de estos trabajadores, cuando se desempeñan como tales, es lo que constituye el costo de mano de obra directa, segundo elemento integral del costo total del producto terminado.

5.2.16. Materia prima: En el presente estudio la materia prima está constituida por telas de diferentes calidades, botonería, hilos, plásticos y pegantes.

5.2.17. Muestra (término estadístico): Es un subconjunto de la población que ha sido seleccionada con una técnica estadística llamada “Diseño de muestreo” para garantizar que la muestra sea representativa de la población.

5.2.18. Muestreo: Es una técnica estadística mediante la cual se seleccionan aquellos elementos de la población que conforman la muestra u se registran sus características

5.2.19. Parámetro (término estadístico): Es un número determinado que describe un aspecto de la población y para determinar su valor es necesario utilizar la información poblacional completa.

5.2.20. Población (término estadístico): Es un conjunto de medidas o recuento posible de todas las unidades que tienen una o varias características en común. Según el número de unidades, elementos o casos que la constituyen la población puede ser finita o infinita.

5.2.21. Presupuesto: Son cuentas que se hacen para planear las políticas financieras, comerciales y productivas de una empresa; normalmente además de el presupuesto principal una serie de presupuestos detallados y subsidiarios referentes a las ventas, a la producción, caja, gastos de capital, utilización de la capacidad instalada de la planta etc.

5.2.22. Procedimiento: Es una manera específica de efectuar una actividad u operación. Un procedimiento debe contener:

- Los propósitos y el alcance de una actividad
- Lo que se debe hacer y quien lo debe hacer

- Cuándo, cómo y donde se debe hacer
- Qué materiales, equipos y documentos se deben usar
- Cómo se controlará su ejecución y se registrará la información generada.

5.2.23. Proceso: conjunto de recursos (Humanos, técnicos, logísticos, financieros) y actividades interrelacionadas que transforman la entradas y salidas.

5.2.24. Producción: Cualquier actividad que sirva para satisfacer necesidades humanas, en un sentido más amplio incluye los esfuerzos de todos los servicios y ocupaciones profesionales, no comprende el proceso de fabricación, sino también a las personas empleadas en el traslado de los bienes de las fabricas, es decir las actividades productivas, de transporte, almacenamiento, comercialización, ventas al por mayor y al detal.

5.2.25. Productividad: El aumento al proceso de producción que resulta en una comparación favorable de la cantidad de recursos utilizados (insumos) a la cantidad de bienes y servicios producidos (salidas).

5.2.26. Producto: Beneficio obtenido de una operación comercial de un capital que se presta. Es el resultado de una actividad específica o de un proceso.

5.2.27. Ropa: Todo género de tela que sirve para el uso o adorno de las personas a las cosas; cualquiera prenda de tela que sirva para vestir.

5.2.28. Sistema: Conjunto de procesos distintos relacionados, enfocados hacia el cumplimiento de una misión.

5.2.29. Estándar: Norma de calidad que sirve para hacer control de actividades o procesos repetitivos

5.2.30. Tamaño: Capacidad de producción de la nueva unidad productiva, durante un periodo determinado de tiempo. Ayuda a cuantificar los ingresos y egresos de un proyecto determinado, la demanda actual y su futura proyección.

5.2.31. Tarea: Conjunto de actividades distintas que se ejecutan en un puesto de trabajo y que tienen como objetivo el cumplimiento de una función

5.2.32. Utilidad: Término genérico aplicado al excedente de ingresos, productos o precios de venta, sobre los costos correspondientes. Cualquier beneficio pecunario procedente de una operación comercial, de servicios o de cualquier transacción individual, llevada a cabo por un individuo.

5.3 MARCO LEGAL

Toda empresa con uno o más empleados deben suministrar a sus trabajadores dotación de labor tres veces al año.

Adicionalmente al salario existe un conjunto de beneficios y garantías consagradas a favor de los trabajadores con el fin de cubrir algunos riesgos que se le presenten, conocidas como prestaciones sociales. Estas tienen su origen y causa en la relación de trabajo y constituyen una

contraprestación a cargo de los Empleadores, dentro de las cuales se encuentra el CALZADO Y VESTIDO DE LABOR.

Al respecto el Régimen Laboral Colombiano destaca los siguientes apartes:

“Todo patrono que ocupe uno o más trabajadores permanentes deberá suministrar cada cuatro meses en forma gratuita, un par de zapatos y un vestido de labor al trabajador cuya remuneración mensual sea hasta dos veces el salario mínimo más alto vigente. Tiene derecho a esta prestación el trabajador que en la fecha de entrega de calzado y vestido haya cumplido más de tres meses al servicio del empleador”⁵.

El overol o vestido de labor de que trata el artículo 230 del Código Sustantivo del Trabajo, debe ser apropiado para la clase de labores que desempeñen los trabajadores y de acuerdo con el medio ambiente en donde ejercen sus funciones.

La obligatoriedad de suministro de estas prendas a los Empleados de las diferentes empresas en la ciudad de Tunja, ratifica las buenas expectativas micro empresariales para emprender la creación de una fábrica que cubra los requerimientos de la ciudad, para las funcionarias de nivel administrativo.

Para profundizar en el marco legal que rige la creación de una Empresa, es indispensable conocer diversos conceptos que ayuden a identificar cual es el tipo de Empresa que se requiere constituir y que parámetros se tiene en

⁵ Régimen laboral Colombiano-Legis

cuenta para incursionar en el comercio local, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

5.3.1 Criterios para identificar una empresa

La empresa se define como una organización económica que produce o distribuye bienes y servicios para el mercado, con el propósito de obtener beneficios para sus titulares o dueños. Entes importantes son:

- El titular
- Los colaboradores
- Los bienes o derechos destinados a su funcionamiento

Las empresas se dividen por su forma de funcionamiento, en dos tipos: la empresa individual y la sociedad mercantil. La empresa abarca cualquier actividad humana que satisfaga las necesidades del hombre, son negocios que contribuyen a atender las necesidades materiales y/o dedicadas a prestar servicios útiles.

La Fábrica de dotaciones Damita Elegante corresponde a una Empresa de producción de bienes Fabril ó manufacturera.

Los principales criterios para la determinación de la magnitud de la empresa son:

- Valor de la Producción
- Capital Invertido
- Personal Ocupado
- Capital Fijo

- Consumo de Materias Primas
- Consumo de Energía Eléctrica
- Lubricantes, Envases y Empaques

Las características funcionales de la Pequeña Empresa

- El ritmo lento con el que va creciendo
- Los asuntos técnicos los atiende personalmente una persona
- Los abastecimientos y conjunto de necesidades son relativamente fáciles de conocer
- Los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales
- El capital es de propiedad individual

La Empresa Familiar: La autoridad está sumamente centralizada. La mayoría de las veces éstas empresas se crean por la necesidad de obtener un ingreso para la supervivencia de la familia o para afrontar ciertos riesgos o gastos.

La Empresa Mediana: Se caracteriza por :

- El ritmo de crecimiento es superior al de la pequeña empresa y puede serlo aún de la grande.
- Es aquí donde surge la delegación de autoridad.
- Los abastecimientos o conjunto de necesidades de adquisición de elementos es un poco más complicado de definirse, se necesita de una adecuada estructura organizacional.
- La mercadotecnia (ventas) abarca no solo el mercado local, sino el regional y en algunos casos el nacional. Existe una plena competencia con los similares.

- La producción cuenta con un alto grado de mecanización y tecnificación.
- Las finanzas pueden ser de propiedad individual o en sociedad.

5.3.2 Creación de Empresas Pequeñas y Medianas

Para la creación de la empresa se requiere en primer lugar, la necesidad manifiesta, ya sea por inexistencia o porque las compañías establecidas no satisfacen cabalmente la demanda actual; y en segundo lugar, la obtención de beneficios económicos para los propietarios en forma de utilidades.

La Ley General de Sociedades Mercantiles reconoce las siguientes:

- **Sociedad en Nombre Colectivo.** Es aquella que existe bajo una razón social y en la que todos los socios responden de modo subsidiario, ilimitado y solidariamente de las obligaciones sociales.
- **Sociedad en Comandita Simple.** Existe bajo una razón social componiéndose de uno o varios socios comanditados que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales y de uno o varios socios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus aportaciones.
- **Sociedad Anónima.** Es aquella que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya responsabilidad se limita al pago de sus "Acciones", la responsabilidad limitada de todos los socios significa que únicamente están obligados a responder por las deudas de la sociedad hasta por el momento de sus acciones, sin verse afectados sus patrimonios personales.

- **Sociedad de Responsabilidad Limitada.** Es la que se constituye entre socios que solamente están responsabilizados al pago de sus aportaciones sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables, nominativos o al portador, pues sólo serán cedibles en los casos y con los requisitos que establece la Ley.
- **Sociedad en comandita por acciones.** Compuesta de uno o varios socios comanditados obligados a responder hasta el momento de sus acciones.
- **Sociedad Cooperativa.** Es aquella que tiene como finalidad permitir a sus componentes la máxima remuneración por su fuerza de trabajo, o el máximo de bienes y/o servicios por el dinero que pagan a la propia cooperativa en la cual las utilidades se reparten en proporción a los servicios prestados a la sociedad o recibidos de ella.

5.3.3 Marco Legal para la creación de una Empresa

Clasificación por actividad económica - Código CIIU

El Código CIIU es la Clasificación Industrial Internacional Uniforme que tiene como propósito agrupar todas las actividades económicas similares por categorías, permitiendo que todos los empresarios puedan clasificarse dentro de actividades muy específicas que facilitan el manejo de información para el análisis estadístico y económico empresarial.

Beneficios:

Ser ubicado fácilmente por clientes

Tener mayores oportunidades para hacer negocios
Incrementar ventas y contactos comerciales.

Registro Mercantil

Es el registro de la actividad comercial. Comprende dos aspectos:

- La matrícula de los comerciantes y sus establecimientos de comerciales
- La inscripción de los actos, libros y documentos respecto a los cuales la ley exige esta formalidad.

La matrícula, hace pública la calidad de comerciante, en la medida que visualiza al comerciante frente a potenciales clientes que consultan los registros. Contiene información sobre los datos personales o empresariales y la situación económica de los comerciantes.

Antes del 31 de marzo de cada año, todos los empresarios matriculados deben renovar su matrícula y la de sus establecimientos de comercio, diligenciando un nuevo formulario con la información actualizada. Para facilitarles a los empresarios la realización de este trámite, hoy se cuenta con la posibilidad de efectuarlo vía Internet.

La inscripción, tiene por objeto darle publicidad a un conjunto de actos que la ley determina y sólo surten efecto frente a terceras personas, desde el momento de su inscripción. De este modo, la ley garantiza que los terceros estén en condiciones de conocer aquellos actos de los comerciantes, en los cuales tengan algún interés, pues a partir de su inscripción están en un registro público que puede ser consultado por cualquiera.

Establecimiento de comercio

Es un conjunto de bienes organizados por el empresario o comerciante, en un sitio determinado para el desarrollo de sus actividades económicas (tiendas, supermercados, almacenes bodegas, fábricas, plantas industriales, factorías, etc.).

El establecimiento de comercio debe matricularse dentro del mes siguiente a la fecha en que inició actividades.

La solicitud de matrícula se debe presentar en la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar donde va a funcionar el establecimiento, para este caso en la ciudad de Tunja

Para llevar a cabo se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Verificar que en la Cámara de Comercio no exista registrado un nombre igual o similar al escogido.
- Adquirir en la sede de la Cámara de comercio de Tunja, el formulario Registro único empresarial para matrícula de establecimiento de comercio.
- Diligenciar el formulario Registro único empresarial el cual está compuesto por una Carátula única empresarial y un anexo matrícula mercantil o renovación indicando exacta y correctamente los datos solicitados.

- Presentar el formulario en cualquier sede de la cámara de comercio de Tunja
- Cancelar el valor de los derechos de matrícula, que liquidará el cajero con base en el valor comercial de los activos vinculados al establecimiento declarado en el formulario.

Importancia de la matrícula

La matrícula de los establecimientos de comercio facilita la prueba de su propiedad, mediante el certificado que expide la Cámara de Comercio.

Mientras esté vigente la matrícula, no se podrán registrar otros establecimientos de comercio o sociedades con el mismo nombre.

Evita multas que puede imponer la Superintendencia de Industria y Comercio o las autoridades locales.

Es una fuente de información comercial para quienes deseen conocer los datos del establecimiento (actividad, ubicación, valor, etc.).

Permite ingresar con facilidad a las bases de datos de las Cámaras de Comercio.

Facilita la celebración de negocios con los sectores público y privado.

¿Cuándo debe renovarse?

Entre los meses de enero a marzo de cada año debe renovarse la matrícula, para obtener los beneficios que de ella se derivan y evitar sanciones legales. Para la renovación de la matrícula es necesario diligenciar el formulario Registro único empresarial correspondiente, presentarlo en la sede y cancelar los derechos de ley. Es importante recordar que la información financiera debe corresponder al balance con corte a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior.

¿Qué es una sociedad?

Es un contrato o acuerdo que surge entre dos o más personas que se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, para desarrollar una determinada actividad, con el fin de repartirse entre sí las utilidades obtenidas por la empresa.

Una vez constituida la sociedad por escritura pública, se forma una persona jurídica independiente de sus asociados, la cual debe matricularse en la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar pactado como domicilio social.

¿Cómo se constituye una sociedad?

Toda sociedad se constituye por escritura pública, cualquiera que sea su objeto social y debe contener los siguientes requisitos:

- Nombres, apellidos, identificación y domicilio de los socios.

- Clase de sociedad que se constituye. Por ejemplo: sociedad anónima, sociedad limitada, sociedad en comandita simple, sociedad en comandita por acciones.
- Denominación o razón social de la persona jurídica que se constituye.
- Domicilio principal: la ciudad o municipio escogido para desarrollar la actividad de la sociedad.
- Si en el acto de constitución se establecen sucursales se debe indicar el municipio donde estarán ubicadas.
- Objeto social: una enunciación clara y completa de las actividades principales que realizará la sociedad.
- Vigencia o término de duración: debe ser precisa, por ejemplo. Hasta el día 30 de mayo del 2010.
- Capital social: se debe expresar el capital que se aporta y la forma en que está distribuido. En las sociedades anónimas y en comandita por acciones, el monto del capital autorizado, la parte del capital que se suscribe y se paga en el acto de constitución. En las sociedades limitadas, colectivas, o en comandita simple, se debe indicar el valor que cada uno aporta y el número de cuotas o partes de interés correspondiente.
- La forma de administración: establecer en forma clara y precisa la forma de administración de los negocios sociales, con indicación de las atribuciones y facultades de los representantes legales y administradores.

- Causales de disolución: enunciar las causales de la disolución anticipada de la sociedad.
- Época y forma de convocar la asamblea o la junta de socios a sesiones ordinarias y extraordinarias (es decir, la antelación, medio para realizar la convocatoria y la persona u órgano que puede convocar a los asociados).
- Facultades y obligaciones de los revisores fiscales si el cargo está previsto en la ley o en los estatutos.
- Nombramientos: el nombre, apellidos e identificación de los representantes legales, miembros de junta directiva, revisores fiscales, según el caso.
- Si se trata de una sociedad anónima o en comandita por acciones debe contener, adicionalmente, el nombramiento de la junta directiva y revisores fiscales, con indicación de su identificación.
- Cláusula compromisoria
- Presentar el original o la copia autenticada pertinente de la escritura pública otorgada en la notaría correspondiente, junto con el formulario registro único empresarial diligenciado con la información solicitada de manera exacta y real.
- Cancelar el valor de los derechos de inscripción por la escritura pública y por la matrícula mercantil de la sociedad.

- Diligenciar el formulario adicional de registro para fines tributarios, con el propósito de tramitar el Número de Identificación Tributaria NIT, quedar inscrito en el Registro Único Tributario RUT que lleva la DIAN y en el Registro de Información Tributaria RIT que lleva la Secretaria de Hacienda del Distrito si fuere el caso.

RUT: Registro Único Tributario RUT al cual debe inscribirse toda persona natural o jurídica para el cumplimiento de las obligaciones tributarias

Para todos los casos se deberá diligenciar el formato de Inscripción en el Registro Único Tributario, en original y copia debidamente firmado por el interesado. Si se trata de una persona jurídica, deberá estar suscrito por el representante legal, anexando los siguientes documentos según sea el caso:

NIT: Número de identificación tributaria. Toda persona natural o jurídica, para efectos tributarios debe solicitar la asignación del Número de Identificación Tributaria NIT, ante la División de Recaudación de la Administración de Impuestos de su jurisdicción o la respectiva Cámara de Comercio.

Requisitos y documentos necesarios para el trámite

Ante la DIAN

- Ser Persona Natural o Jurídica
- No estar obligado a solicitar el registro mercantil en Cámara de Comercio.

Ante la CAMARA DE COMERCIO

- Ser Persona Jurídica y estar obligada a inscribirse en Cámara de Comercio
- Ser Persona Natural con calidad de comerciante

Documentos requeridos para la solicitud del NIT

- Formato Registro Único Tributario RUT debidamente diligenciado, anexando:

Persona Natural:

Fotocopia de la cédula de ciudadanía

Registro civil de nacimiento

Tarjeta de identidad

Cédula de extranjería o pasaporte (extranjeros)

Persona Jurídica

Documento para probar su existencia y/o representación legal (Resolución, Decreto, Acuerdo, Acta etc.)

Fotocopia de la cédula de ciudadanía del Representante Legal.

Principales normas que regulan el trámite

Orden Administrativa No. 011 de 6 de diciembre de 1996

Artículo 555-1 del Estatuto Tributario

Ley 788 de 27 de diciembre de 2002, artículo 79

5.4. MARCO GEOGRAFICO.

La ubicación para la ejecución del presente proyecto es la ciudad de Tunja (Boyacá).

5.4.1 Situación Astronómica

La ciudad de Tunja, capital del departamento de Boyacá está situada astronómicamente a los 5 grados, 32 minutos y 7 segundos de latitud Norte, su longitud al oeste de Greewinch es de 73 grados, 22 minutos y 04 segundos. Y su longitud con relación a la capital Bogotá es de 0 grados 43 minutos y 0 segundos

Sus limites con los pueblos vecinos son los siguientes:

Al norte: Con Motavita, Combita y Oicatá

Por el oriente: Con Oicatá, Chivata y Soracá

Por el Sur: Con Boyacá, Ventaquemada y Samacá

Por el occidente: Con Samacá, Sora y Cucaita

5.4.2. Situación geográfica y relieve

Esta ubicada en el altiplano de Tunja, que pertenece a la unidad morfológica del Altiplano Cundí boyacense en la cordillera oriental de los Andes. La región montañosa en el municipio de Tunja tiene los siguientes accidentes orográficos: Las cuchillas de Perico, cazadero, peña negra y las lomas de la sierra y la Cascada. En la zona occidental, en la vía hacia Villa de Leiva se localiza el Alto de san Lázaro que los conquistadores españoles llamaron la Loma de los ahorcados, porque en esa colina occidental se levantaban muchas ahorca, y de los patíbulos pendían cadáveres de indígenas. El Zaque Quemuenchatocha castigaba las faltas graves de sus súbditos con la pena de la horca.

En el relieve del Municipio de Tunja son importantes también el alto de Soracá, los altos de la cascada, el alto del Moral el alto de Cepeda, el alto de Pirgua y otros. La extensión territorial de Tunja es de 118 kilómetros cuadrados, de los cuales el 87% corresponde al área rural y el 13% al área urbana.

Su altura sobre el nivel del mar es de 2.775 metros su altura máxima es de 3.200 metros en los límites de Cucaita y su altura mínima es de 2.400 metros sobre el nivel del mar, en los límites con el municipio de Boyacá.

5.4.3. Temperatura y pisos Térmicos

El municipio se encuentra localizado en el piso térmico frío y en el piso bioclimático páramo, su temperatura media anual es de 12,3 grados centígrados. Según Martone, el clima de Tunja es semiárido seco; según Kopen, el clima es frío, con temperaturas del mes más caluroso superior a 10 grados centígrados, la temperatura mínima absoluta es de 0,3 grados y la temperatura máxima absoluta es de 23 grados centígrados. Los meses de Diciembre, enero y febrero en Tunja son muy secos, con pocas precipitaciones; los meses de marzo abril y mayo son de lluvias algunas de ellas muy abundantes, los meses de junio julio y agosto son de intenso frío con algunas lluvias, los meses de Septiembre Octubre y Noviembre son de Transición alterna entre lluvias y sequía.

5.4.4. Hidrografía

La red hídrica del Municipio comprende la cuenca Alta del río Chicamocha. Este nace en cercanías de la ciudad de Tunja con el nombre río Chulo, recorre el territorio del municipio de sur a norte y posteriormente se une con otras corrientes menores, con las cuales da origen al río Chicamocha, las aguas del río Chulo benefician la vereda de Runta, sin embargo los niveles de contaminación no permiten el uso de esta agua. Sus afluentes en la margen izquierda son los ríos la Vega, Ornilla y Mahecha; en la Margen Derecha los Ros, Roque y Cebollas. Existen también riachuelos que tienen aguas solamente en épocas de lluvias entre ellos están: Teta de Agua, quebrada la Hoya, quebrada Barón, quebrada el Cangrejo, quebrada el Infierno, la Colorada, la Cañada, la Fuente.

Dentro de la ciudad de Tunja existen aguas freáticas que surgen en fuentes, destacando entre ellas: La Frente Grande o fuente de Aguayo, que ha sido la más utilizada por los Tunjanos para obtener agua en el año

de 1572 se dictaron algunas disposiciones para arreglar esta fuente, entre ellas, la construcción de muros de ladrillo como receptáculo para el agua. La fuente chiquita, situada en las huertas que fueron expropiadas por Gonzalo Suárez Rendón al los Indígenas en el camino a Toca, allí fueron construidos un baño de alberca y unos lavaderos públicos. La Vegetación de Tunja es de clima y suelos de sequedad predominando el bosque seco montuno, con alturas entre 2.000 y 3.000 metros sobre el nivel del mar.

5.4.5. Geología de la Tierra de Tunja

La meseta de Tunja es de formación geológica de la era terciaria. Sobre la meseta se asientan valles aluviales formados en al era cuaternaria, además hay sedimentos de areniscas, arcillas, lateriscas y diatómitas. En Tunja y sus alrededores existen varias clases de erosión que corresponden a un proceso físico-químico de desgaste de la superficie terrestre. Tradicionalmente son muestras de la erosión los llamados barrancos de Tunja y las cárcavas que son hoyas o zanjas grandes formadas por los arroyos de agua de época de lluvias.

La ubicación estratégica para la ejecución del proyecto estará en el sector norte de la ciudad, debido a que presente excelentes ventajas en servicios públicos, vías de acceso aceptables, fácil desplazamiento para los empleados por contar con un buen sistema de transporte, baja contaminación y desarrollo industrial integrado.

Anexo. 2 Mapa zona urbana municipio de Tunja (Boyacá)

6. ESTUDIO DE MERCADO

El presente estudio está orientado a destacar la determinación y cuantificación del mercado, la demanda y oferta, análisis de los precios y los procedimientos para la comercialización de los productos; para tal fin se ha recogido información primaria y secundaria, con el propósito de establecer la posibilidad de penetrar en el mercado, teniendo en cuenta la política de precios y la calidad de los productos.

6.1. Antecedentes

En la ciudad de Tunja existen empresas e instituciones que de acuerdo con la legislación laboral vigente, están obligadas a suministrar a sus trabajadores tres dotaciones de ropa de labor durante el año; de acuerdo con la información recogida, en la ciudad no existen empresas o negocios dedicados específicamente a producir este tipo de mercancías. Las empresas generalmente compran las dotaciones en otro lugar fuera del departamento, la demanda cada día es más exigente en calidad, precio, diseño y presentación; de otra parte se desconoce la utilización de tecnología y maquinaria empleada para la producción de ropa, lo que hasta ahora se conoce es la producción casera y artesanal.

En la actualidad el medio indica que existe una demanda potencial para este tipo de ropa, ya que en el departamento de Boyacá no existen empresas organizadas técnicamente capaces de competir con las foráneas, existe una tendencia a un mayor consumo y una fuerte competencia en precios.

6.2. Identificación y caracterización del producto

El producto objeto del presente proyecto, está plenamente identificado y caracterizado, bajo los siguientes aspectos, que facilitan las condiciones necesarias para un óptimo estudio de mercado.

El tipo de producto corresponde a prendas de dotación para personal femenino en el ámbito administrativo, constituye un bien duradero, no perecedero, legalmente obligatorio y de elección de diseño por parte del consumidor.

Las prendas poseen características físicas externas tales como forma, tamaño, color, peso, textura y empaque, entre otros, y características internas tales como calidad, materiales utilizados, vida útil y accesorios.

Adicionalmente, como característica intangible se puede mencionar subjetivamente el grado de elegancia y atributos que puede brindar al consumidor final.

6.3. El producto.

Una vez identificado y caracterizado el producto, se definen los productos que se fabricarán y comercializarán, teniendo en cuenta aspectos de diseño y número de elementos que lo componen.

Para el presente proyecto se ha determinado la presentación de tres productos, que fueron definidos de acuerdo con las preferencias en cuanto a diseño, texturas y tipos de materiales manifestados por los consumidores.

6.3.1. Producto Uno. El producto uno está compuesto por tres piezas de blusa, chaqueta y pantalón para dama.

Blusa cuello camisero, estampada y manga larga.

Chaqueta recta, solapa corta, cuello v, forrada en seda con juego de botones mínimo tres, máximo cinco.

Pantalón liso con pretina y bota recta

Figura 2. Producto uno



6.3.2. Producto Dos. El producto dos está compuesto por tres piezas de blusa, chaqueta y pantalón para dama

Blusa cuello camisero, de un solo tono en seda y manga larga

Chaqueta recta, solapa corta, cuello v, forrada en seda con juego de tres botones y cierres laterales.

Pantalón liso con pretina y bota recta

Figura 3. Producto dos



6.3.3. Producto Tres. Esta compuesto por una combinación de los productos 1 y 2 chaqueta y camisa, a diferencia de los anteriores este diseño viene con falda lisa, con pretina, botón y cremallera. El consumidor tiene la opción de definir la combinación de su prenda, optando por la chaqueta del producto 1 y combinarla con las camisas de los productos 1 y 2, y/o escoger la chaqueta del producto 2 con las camisas de los productos 1 y 2, con la falda bajo las especificaciones mencionadas anteriormente.

6.4. Usos del producto

La destinación del producto está determinado por el uso personal de las funcionarias de nivel administrativo, que deben utilizar estas prendas de dotación en ejecución de sus labores de oficina.

La forma de consumo, está dada por la postura de dichas prendas, generalmente en horario de oficina 8:00 am. 6:00 pm, de lunes a viernes, alternando el uso de las prendas de acuerdo con las políticas internas de la Empresa, para la cual labore.

6.5. Otros elementos del producto

El producto debe llevar como elemento adicional una etiqueta con una breve descripción de instrucciones sobre el uso y tratamiento adecuado de las prendas y un empaque definido óptimo, que permita mantener sus condiciones físicas en perfecto estado.

Teniendo en cuenta que el producto, ya se encuentra en el mercado, el proyecto está orientado a su mejoramiento y búsqueda de incremento en

cuanto a volúmenes de producción, aumento en la comercialización y sostenibilidad en el mercado.

Es importante tener en cuenta qué tipo de producto puede ser sustitutivo o complementario de las prendas objeto del presente proyecto, y al respecto encontramos que las blusas pueden ser sustituidas por pañoletas y por sacos diseñados con cuello camisero.

6.6. El Usuario o Consumidor

En este aspecto se tienen en cuenta las personas u organizaciones potenciales, que requieren del producto proyectado, ya que con base en esta información se llevarán a cabo procesos de producción y comercialización.

Es importante conocer las características y el comportamiento de los consumidores y usuarios, para incursionar en el mercado acertadamente, con buenas reacciones de mercado, condicionada por la demanda que pueda tener el producto.

Con base en lo anterior, y con la información recopilada mediante la aplicación de encuestas, identificamos el Consumidor potencial en aquellas Funcionarias de nivel administrativo que prestan sus servicios a entidades públicas, privadas y mixtas, personas naturales o algún otro tipo de organización existente en el Departamento de Boyacá, específicamente en la ciudad de Tunja.

Adicionalmente, la mayoría de Empresas están incursionando en la utilización de prendas con diseños estándar para sus funcionarias, ya que

obtienen valor agregado en sus empresas con buena imagen, presentación personal, sentido de pertenencia, uniformidad, glamour, elegancia y comodidad.

Estas Funcionarias, a través de sus Empleadores directos e indirectos adquieren prendas de dotación para labores de tipo administrativo, como parte de una obligación contractual laboral y cumplimiento de políticas internas de la Empresa.

A continuación, se analiza los diferentes tipos de empresa y los sectores existentes en la ciudad de Tunja, que representan la demanda potencial del producto.

Tabla 1. Tipos de Empresas para determinar demanda

Tipo de Empresa	No. De encuestas	%
Pública	10	37%
Privada	17	63%
TOTALES	27	100%

Fuente. Aplicación de encuesta

Tabla 2. Sectores económicos para determinar demanda

Sector económico	No. De encuestas	%
Gubernamental	4	15%
Financiero	12	44%
Telecomunicaciones	2	7%
Industrial	0	0%
Seguridad social	4	15%
Transporte	4	15%
Otra	1	4%
TOTALES	27	100%

Fuente. Aplicación de encuesta

De acuerdo con la presente estadística, se puede concluir que el tipo de empresa con mayor opción de compra es la empresa privada con un 63% y el sector más atractivo de venta lo representa el financiero con un 44%, seguido del gubernamental, seguridad social y transporte.

El radio de acción de estas Instituciones es local y el tamaño de las mismas corresponde a pequeña y mediana Empresa.

En este sector económico, encontramos usuarias objetivo del presente proyecto de género femenino, con niveles educativos que oscilan entre la educación secundaria y educación superior, en su mayoría con un ciclo de vida familiar comprometido con cónyuge e hijos.

Su actividad es ejercida primordialmente por labores de oficina tipo administrativo, tales como: atención al público, atención de líneas telefónicas, digitalización de documentos, manejo de archivo, elaboración de informes, actividades de tesorería, y demás actividades de oficina inherentes a sus cargos.

Las funcionarias, debido a su ubicación geográfica prefieren optar por prendas cuyo material facilite la ejecución de sus labores, brinde elegancia y calidez teniendo en cuenta que el factor climático de la región corresponde a un ambiente frío. De acuerdo con las encuestas realizadas los materiales de preferencia corresponden al Paño y Lino, seguido de poliéster.

6.7. Delimitación y descripción del mercado

Una vez caracterizados los Consumidores, es necesario definir y delimitar el mercado que va a ser atendido. Para ello se tienen en cuenta variables de estudio tales como segmentación geográfica, demográfica, sicográfica y por volumen, que nos permite orientar esfuerzos de mercadotecnia hacia un grupo específico y característico de consumidores o Usuarios.

6.7.1. Delimitación del área geográfica.

La ejecución del presente proyecto, tendrá como objetivo la producción y comercialización de las prendas de dotación para funcionarias de nivel administrativo que laboran en las diferentes empresas en la ciudad de Tunja, capital del departamento de Boyacá, ubicada a 2.775 mtrs de altura, limitando al norte con los municipios de Motavita, Combita y Oicatá, por el oriente con los municipios de Oicatá, Chivata y Soracá, por el sur con los municipios de Boyacá, Ventaquemada y Samacá y por el occidente con los municipios de Samacá, Sora y Cucaita.

El 95% de las Empresas, se encuentran ubicadas en el perímetro urbano en el centro de la ciudad, donde se ejerce continuamente la mayor actividad comercial, financiera, y gubernamental de la localidad.

6.7.2. Descripción de condiciones de infraestructura

Dentro de las condiciones del área delimitada, se tienen factores favorables y desfavorables, para la ejecución del proyecto.

Un factor importante es la calidad en la prestación del servicio de transporte, ya que la ciudad cuenta con una infraestructura vial favorable dadas las rutas de acceso y medios de transporte de conducen

continuamente al centro de la localidad. Esto facilita las labores de logística a la hora de acceder a las diferentes Empresas por cualquier eventualidad.

Con respecto a los medios de comunicación, la prestación del servicio es óptimo, ya que cuenta con cableado total de redes telefónicas, facilitando las labores de comunicación fija y telefonía celular.

Gracias al factor climático y al tipo de producto que se ofrece, su almacenamiento no requiere de factores que condicionen la conservación del mismo. Basta protegerlo de agentes externos como la lluvia, humedad, exceso de sol, agentes químicos, fuego y otras sustancias que puedan deteriorar su calidad ó modificar sus características iniciales.

6.7.3. Descripción de características de la población

Teniendo en cuenta que el área geográfica no solo la constituyen los clientes o usuarios potenciales del producto, se hace necesario a través del presente estudio, tener en cuenta que también existe población en capacidad de adquirir este tipo de prendas y que pueden reunir condiciones específicas para ser considerados Clientes potenciales.

Con base en lo anterior, se elaboró una proyección con el total de la población objetivo, para determinar cuantos serían los clientes potenciales de las prendas de dotación para Funcionarias de nivel administrativo.

Para la elaboración de la gráfica, se tomó como referencia la tabulación de la siguiente pregunta, aplicada en la encuesta realizada a la muestra

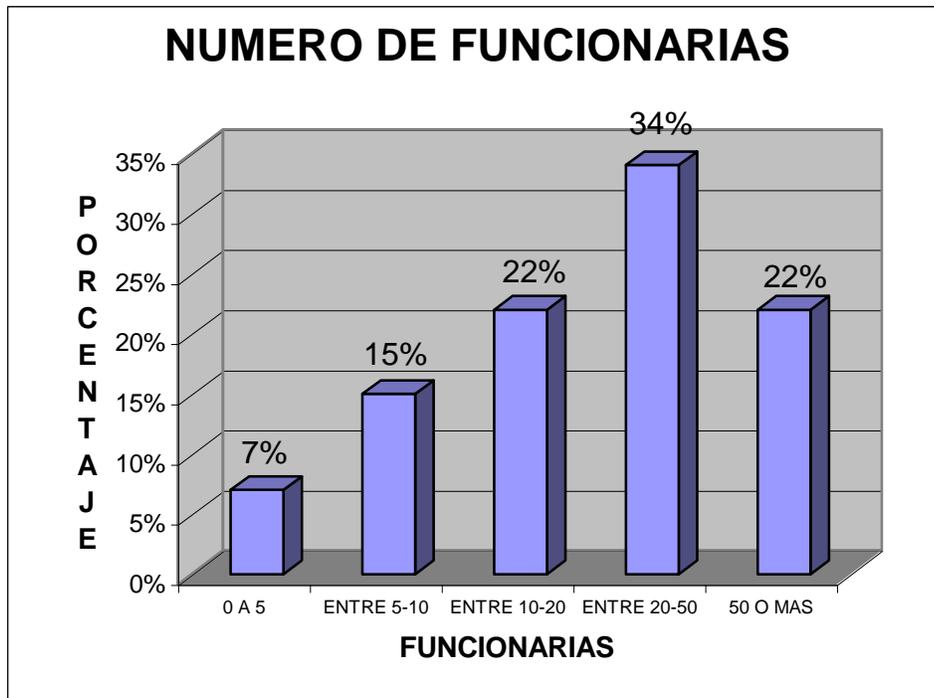
¿Cuántas funcionarias de nivel administrativo que requieren prendas de dotación, tiene la entidad aproximadamente?

Tabla 3. No. de funcionarias de nivel administrativo

No. DE FUNCIONARIAS	No. De Veces	Porcentaje
0 a 5	2	7%
Entre 5-10	4	15%
Entre 10-20	6	22%
Entre 20-50	9	34%
50 o más	6	22%
TOTALES	27	100%

Fuente. Aplicación de encuesta

Gráfico 1. No. de funcionarias de nivel administrativo



La mayor parte de las empresas y entidades encuestadas tienen más de 20 trabajadores, llegando al 56% las más representativas, lo que genera una gran expectativa de demanda.

Esta información contribuye a determinar el No. de funcionarios promedio por Empresa, con base en los parámetros de la pregunta, se promedió el No. de personas, así:

Rangos de la encuesta	No. de personas promedio (dato No. 1)
0-5	3
5-10	8
10-20	15
20-50	25
50 ó mas	60

El porcentaje de la muestra, corresponde a los resultados obtenidos en la tabulación de la pregunta, practicada a la muestra.

Para determinar el No. de empresas población, se toma como punto de referencia un total de 70 empresas que representa el 100% de la población, y con el porcentaje de la muestra, aplicamos una regla de 3 simple y se obtiene el No. de Empresas Población.

El No. de personas población, se obtuvo de multiplicar el No. de empresas población por el No. de personas promedio.

Tabla 4. No. de personas que constituyen la demanda.

Total empresas población	70		
No personas promedio	% de la muestra	No empresas población	No personas población
3	7 %	4,9	15
8	15 %	10,5	84
15	22 %	15,4	231
35	34 %	23,8	833
60	22 %	15,4	924
TOTALES	100 %	70	2087

Fuente. Datos tabulados encuesta.

De acuerdo con al análisis de la información, obtuvimos que 2087 es el número de personas que pueden constituir la demanda potencial del producto. Con base en esta información, se buscan estrategias de mercado que permitan satisfacer sus necesidades, conocer sus características y llegar a ellos con las mejores propuestas garantizando calidad y precio.

Para ampliar las características de la población, se tienen en cuenta factores tales como el crecimiento o decrecimiento poblacional y al respecto, es importante conocer los siguientes conceptos.

La población desempleada esta compuesta por dos grupos:

- **Cesante.** Es la persona que habiendo trabajado antes por lo menos durante dos semanas consecutivas se encuentra desocupada buscando empleo.

- **Aspirante.** Es la persona que busca trabajo por primera vez.

6.7.3.1. Crecimiento Poblacional

La tasa de crecimiento está dada por la diferencia entre el número de habitantes en dos años distintos. También puede estimarse como la diferencia entre una tasa de adición (por nacimiento o migración) y una tasa de sustracción (por muerte o emigración) correspondientes al mismo año. El último censo poblacional en Colombia (1993) arrojó una cifra (ajustada para 1996) de 37.422.791. Se estima que actualmente estamos superando los 43 millones, y que en el año 2025 habrán 60 millones de habitantes.

El crecimiento poblacional en el país es altamente heterogéneo (basado en DANE 1999). Los departamentos con mayores tasas de crecimiento (2.5% o mayores) pertenecen a la Orinoquía y Amazonía, los departamentos pertenecientes a la región andina y que por tanto, sostienen un mayor número de centros urbanos, muestran los menores índices de crecimiento (menores a 1.6%). Es el caso de Nariño, Cundinamarca, Quindío, Risaralda, Huila, Antioquia, Santander, Caldas. Boyacá y Tolima. Estos dos últimos y el Chocó, presentan un crecimiento demográfico exageradamente bajo (menor al 1%). En Bogotá DC. la tasa es de 2.08%, siendo un valor contrastante con el promedio del departamento.

Este amplio mosaico demográfico actual del país sólo puede explicarse mediante la interacción de diversos factores como migración interna, densidad poblacional, violencia y desempleo.

Tabla 5. Proyección poblacional ciudad de Tunja

Año	Geométrico		Logarítmico		Promedio	Diferencia
	Hab.	Hab.	Hab.	Hab.		
2004	150636	146127	148383			
2005	155290	150640	152965	4582.05	137.26	
2006	160086	155291	157688	4723.54	141.49	
2007	165029	160087	162558	4869.40	145.86	
2008	170125	165030	167578	5019.77	150.37	

Fuente: Oficina de planeación municipal Tunja (Boyacá)

En la gráfica anterior, se puede observar fácilmente que el comportamiento poblacional que se proyecta es creciente, lo que amplía las posibilidades de abordar estrategias para cubrir el mercado con mayor número de demandantes reales.

6.8. ANALISIS DE LA DEMANDA

La demanda aquí expuesta es entendida como la cantidad potencial de cada uno de los productos que se desea producir, requeridos por el mercado empresarial y un punto de venta directa, donde hemos diseñado estrategias de comercialización adecuadas a las características del consumidor, el cual en la actualidad no cuenta con un sitio especial en la ciudad para su adquisición.

6.8.1. Cantidad demandada. Para facilitar la explicación en cuanto la cantidad demandada del producto, se tomó referencia la frecuencia anual de compra con la participación porcentual por empresa, para determinar el No. de prendas anuales que requiere el mercado.

- **Demanda de Cumplimiento Legal**

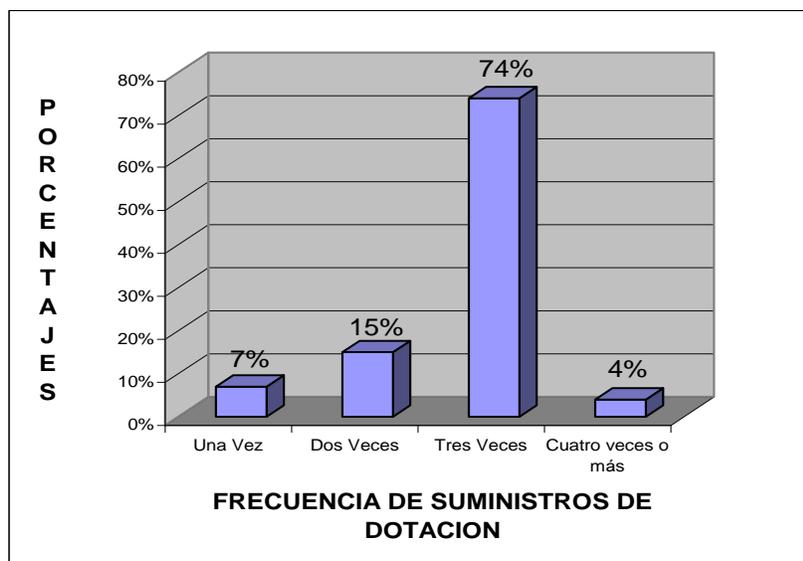
¿Con qué frecuencia, suministran prendas de dotación a sus funcionarios de nivel administrativo durante el año?

Tabla 6. Frecuencia suministro de dotación

No.de veces año	No de empresas	%
Una vez	2	7%
Dos veces	4	15%
Tres veces	20	74%
Cuatro veces ó más	1	4%
Total de encuestas	27	100%

Fuente. Aplicación de encuesta

Grafico 2. frecuencia suministro de dotación.



Frecuencia anual de compra de dotación. Una variable de interés en el estudio de la demanda, es la frecuencia anual con la que los Empresarios dotan a sus Funcionarias de nivel administrativo. Con este interrogante encontramos que el 74% de los Empleadores suministran dotación 3 veces al año, seguido del 15% que dotan sus Empleadas 2 veces por año. Se demuestra que el 22% de las empresas no cumplen con las normas establecidas al solo dar dotación a las funcionarias del nivel administrativo, una o máximo dos veces al año.

Con base en la frecuencia anual de suministro, procedemos a calcular la demanda anual del total de prendas de dotación para funcionarias de nivel administrativo en la ciudad de Tunja.

Tabla 7. Cálculo de la demanda anual

No personas	2087		
No veces de compra anual	% empresas	No. De Personas de la Población	No total de prendas año
1	7	146,09	146,09
2	15	313,05	626.10
3	74	1544,38	4633,14
4	4	83,48	333.92
No prendas año	100	2087	5739.25

Fuente. Tabulación de encuesta

Este análisis, nos indica que la demanda anual de prendas de dotación para funcionarias de nivel administrativo corresponde a un total de 5739 prendas.

6.8.2. Tipos de Demanda

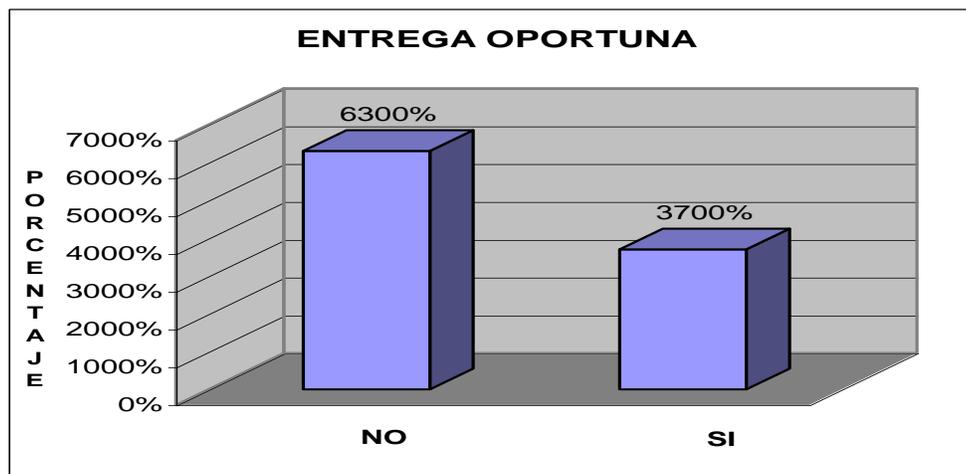
- **Demanda Satisfecha o insatisfecha.** Se determino que existe un tipo de demanda insatisfecha, teniendo en cuenta que hay un sector posible de demandantes a los cuales no puede llegar la producción. La demanda de prendas es de 5739 y la producción corresponde a 1180, cuya diferencia corresponde a la demanda insatisfecha es decir 4559.
- **Inconformidades del Consumidor respecto al producto.** Con base en la aplicación de la encuesta, existen inconformidades por factores tales como la logística en la entrega del producto, en un 63%.

Tabla 8. Entrega oportuna del producto

ENTREGA OPORTUNA	No. DE VECES	PORCENTAJE
SI	10	37%
NO	17	63%
TOTALES	27	100%

Fuente. Aplicación de encuesta

Gráfico 3. Entrega oportuna del producto.



Otro factor que determina la demanda insatisfecha existente es lo referente a calidad y tallaje con los más altos porcentajes de inconformidad por parte del consumidor, con un porcentaje de 56% y 37% respectivamente.

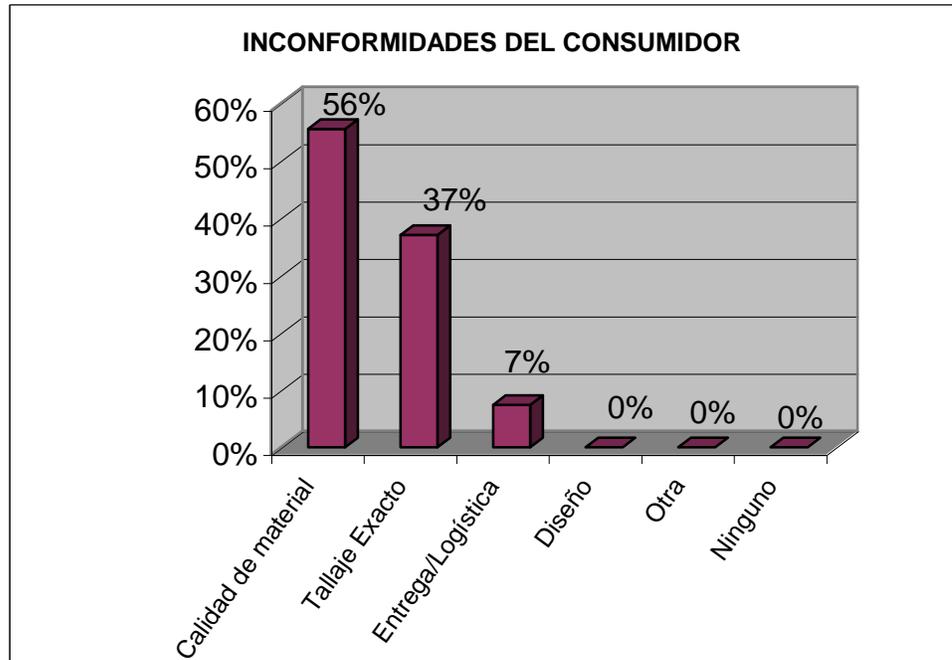
¿Qué tipo de inconformidades ha tenido con las prendas de dotación para funcionarios del nivel administrativo?

Tabla 9. Inconformidades del Consumidor respecto al producto

Tipos de Inconformidades	No.de veces	%
Calidad de material	15	56%
Tallaje Exacto	10	37%
Entrega / logística	2	7%
Diseño	0	0%
Ninguno	0	0%
Total de encuestas	27	100%

Fuente. Aplicación de encuesta.

Grafico 4. Inconformidades del consumidor respecto al producto.



Este tipo de análisis, nos indica que el mercado no está siendo atendido adecuadamente y esto constituye una debilidad por parte de la competencia, la cual puede convertirse en una oportunidad para Fabrica de Dotaciones Damita Elegante, ya que con la aplicación de planes estratégicos se deben contrarrestar las falencias externas, convirtiéndolas en fortalezas internas que proporcionen entera satisfacción para el Consumidor.

6.8.3 Demanda de Material

Para conocer las preferencias de los Consumidores, preguntamos ¿Cuál

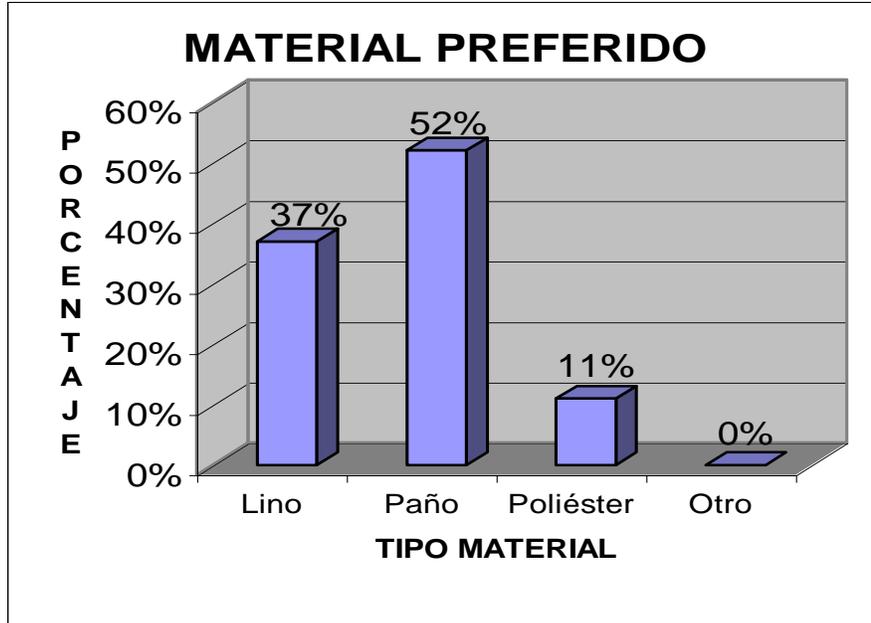
es el material que con mas frecuencia solicitan para la dotación de las empleadas del nivel administrativo?

Tabla 10. Preferencia de materiales

Preferencia de Materiales	No.de veces	%
Lino	10	37%
Paño	14	52%
Poliéster	3	11%
Otro	0	0%
Total de encuestas	27	100%

Fuente. Aplicación de encuesta

Grafico 5. Preferencia de materiales



Tipo de material preferido por los demandantes de ropa de labor.
Entre los materiales preferidos por los empresarios se encontró que el

pañó y el lino son los tipos de material preferidos, seguidos por el poliéster.

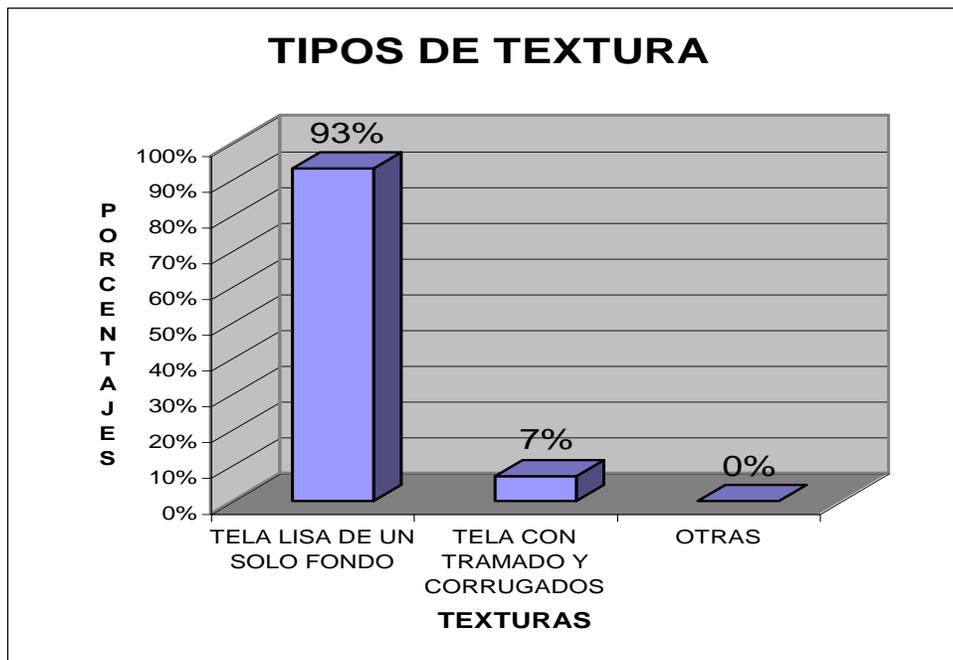
¿Qué tipo de textura prefieren en las prendas de dotación para las funcionarios del nivel administrativo?

Tabla 11. Textura de materiales

TEXTURA	No. DE VECES	PORCENTAJE
TELA LISA DE UN SOLO FONDO	25	93%
TELA CON TRAMADO Y CORRUGADOS	2	7%
OTRAS	0	0%
TOTALES	27	100%

Fuente. Aplicación de encuesta

Grafico 6. Textura de materiales.



Tipo de textura preferido por los demandantes de ropa de labor. Entre las texturas de mayor acogida por parte de los empresarios se encontró que la tela lisa de un solo fondo es la de preferencia en un 93% por las funcionarias del nivel administrativo, según informe de los empleadores.

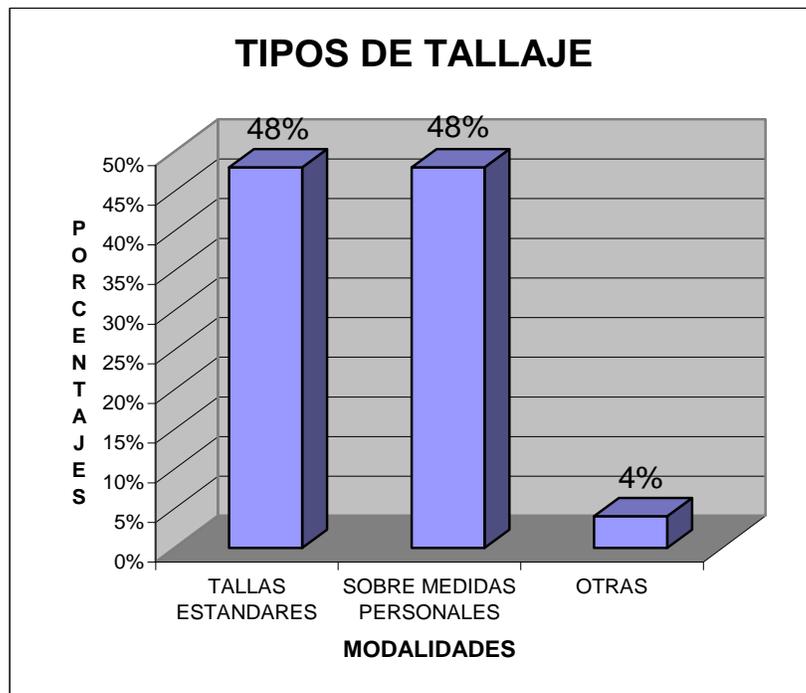
Para determinar bajo que modalidad se adquieren las prendas de dotación, se formuló la siguiente pregunta en la encuesta practicada a la muestra.

¿Bajo qué modalidad o tallaje adquieren sus prendas de dotación para funcionarias del nivel administrativo?

Tabla 12. Modalidad de Tallaje

TALLAJE	No. DE VECES	PO R D E N T A J E
TALLAS ESTANDARES	13	48%
SOBRE MEDIDAS PERSONALES	13	48%
OTRAS	1	4%
TOTALES	27	100%

Grafico. 7 Modalidad de Tallaje



Tipo de Modalidad o Tallaje de ropa de labor. El 48% de las tallas estándar de las dotaciones de las empleadas del nivel administrativo no requieren de ajustes y el 48% requiere que se haga sobre medidas personales debido a que las tallas estándar no les queda perfecta.

6.8.4 Clases de Proveedores

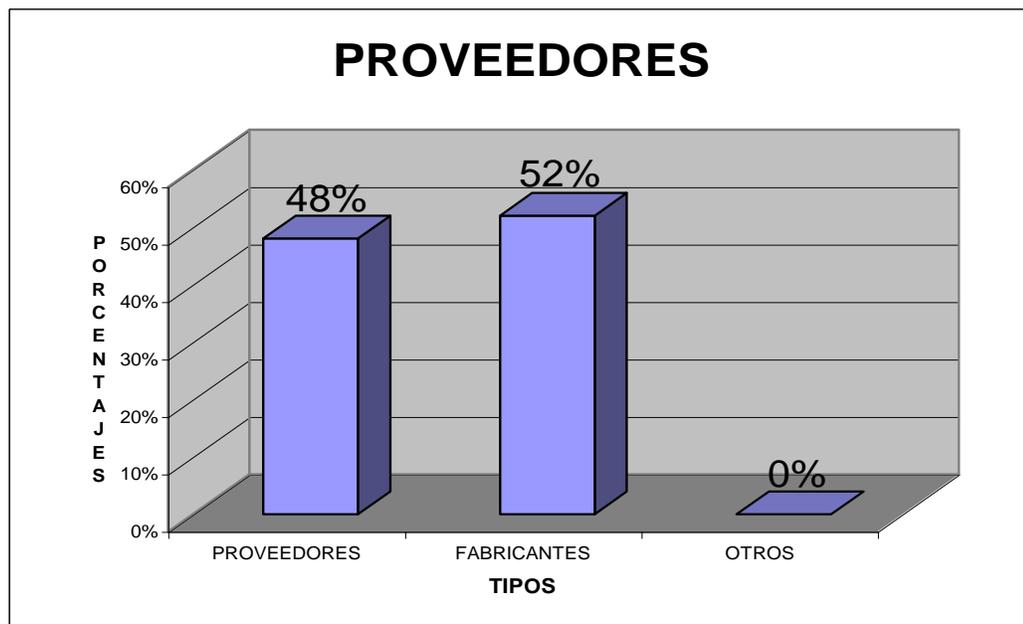
Para saber, que clase de Proveedor suministra las prendas de dotación para funcionarias de nivel administrativo en la ciudad de Tunja, formulamos la siguiente pregunta. ¿Las prendas de dotación adquiridas por ustedes, para funcionarias del nivel administrativo, las realizan a través de?

Tabla 13. Clases de Proveedores

PROVEEDORES	No. DE VECES	PORCENTAJE
DISTRIBUIDOR	13	48%
FABRICANTE	14	52%
OTROS	0	0%
TOTALES	27	100%

Fuente. Aplicación de encuesta

Grafico 8. Clases de Proveedores



El 52% de los empleadores prefieren contratar directamente con los fabricantes la compra de las dotaciones para las empleadas del nivel administrativo, por las garantías que pueden llegar a ofrecer.

6.8.5 Proyección de demanda

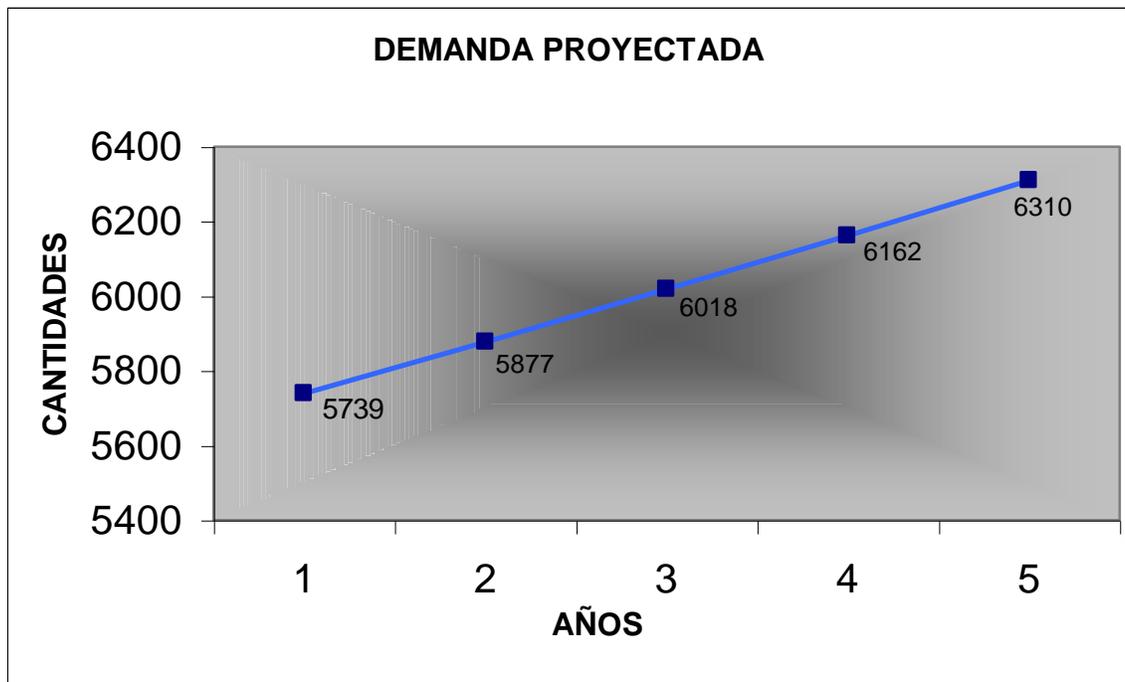
Con base en el cálculo de la demanda anual y con el índice de crecimiento poblacional el cual corresponde al 2.4% anual, procedemos a proyectar la demanda a 5 años.

Tabla 14. Proyección de demanda

DEMANDA PROYECTADA	
AÑO	CANTIDAD
1	5739
2	5877
3	6018
4	6162
5	6310

Fuente. Aplicación de encuesta

Gráfico 9. Demanda Proyectada



6.9. ANALISIS DE LA OFERTA

El examen de esta variable está orientado a la determinación de las cantidades y tipos de prendas de labor, la procedencia y en especial destacar la oferta de los productores de la ciudad de Tunja. De acuerdo con los datos obtenidos el 67% de los proveedores están operando fuera de la región y el 22% en la región.

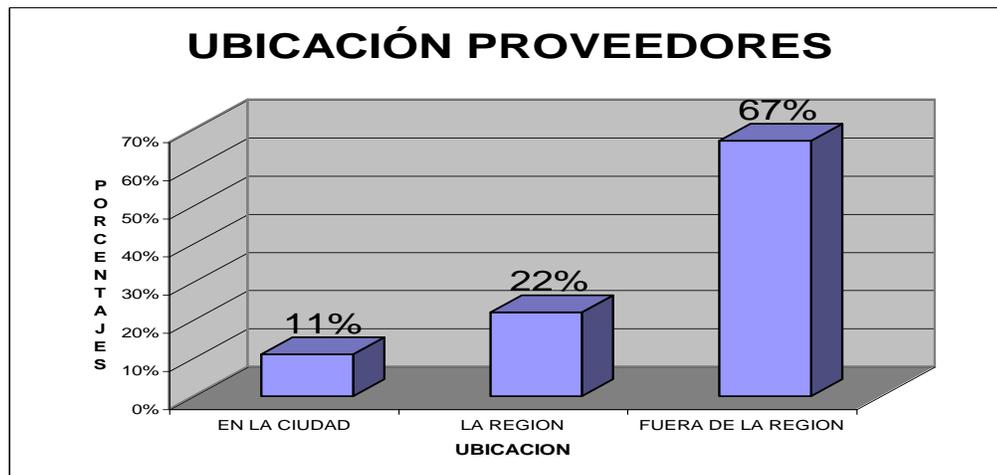
¿Los Distribuidores o Fabricantes se encuentran ubicados en?

Tabla. 15 Ubicación de Proveedores

UBICACIÓN DE PROVEEDORES	No. DE VECES	PORCENTAJE
LA CIUDAD	3	11%
LA REGION	6	22%
FUERA DE LA REGION	18	67%
TOTALES	27	100%

Fuente. Aplicación de encuesta

Gráfico 10. Ubicación de Proveedores



La mayor parte de los empleadores compran las dotaciones fuera de la región, por no encontrar en la ciudad fabricantes que den garantía en el cumplimiento, producción, calidad y precios

La oferta se caracteriza porque es de tipo competitivo es decir no es oligopólico ni monopolístico la competencia fuerte de estos productos la ofrecen los competidores foráneos. La mayor competencia que debe enfrentar la futura empresa la constituyen los Distribuidores y Fabricantes de fuera de la región, y empresas que comercializan este tipo de confecciones en la ciudad de Tunja.

6.9.1. Cantidad de oferta proyectada de productos por parte de la microempresa. En el primer año de operación se proyecta producir las siguientes cantidades:

Tabla 16. Oferta proyectada primer año

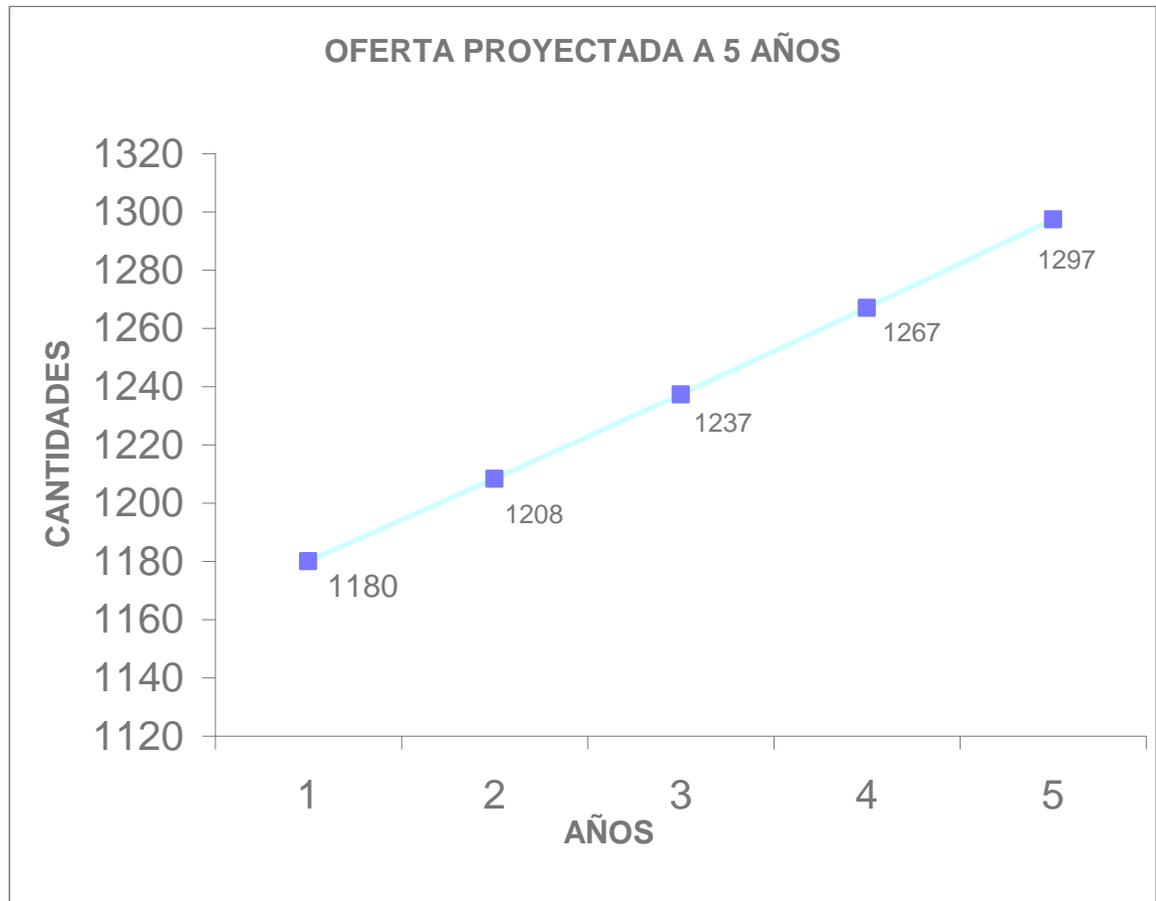
MANO OBRA \ MAQUINARIA	PRODUCCION DIA	DIAS LABORABLES	TOTAL PRODUCCIÓN ANUAL
4 OPERARIOS 3 MAQUINAS DE COSER 1 PESTUNTADORA	4 VESTIDOS 4 BLUSAS	295	VESTIDOS 1180 1180 BLUSAS

Fuente. Tabulación de datos. Hilda A.-Adriana A.

Tabla 17. Oferta proyectada a cinco años

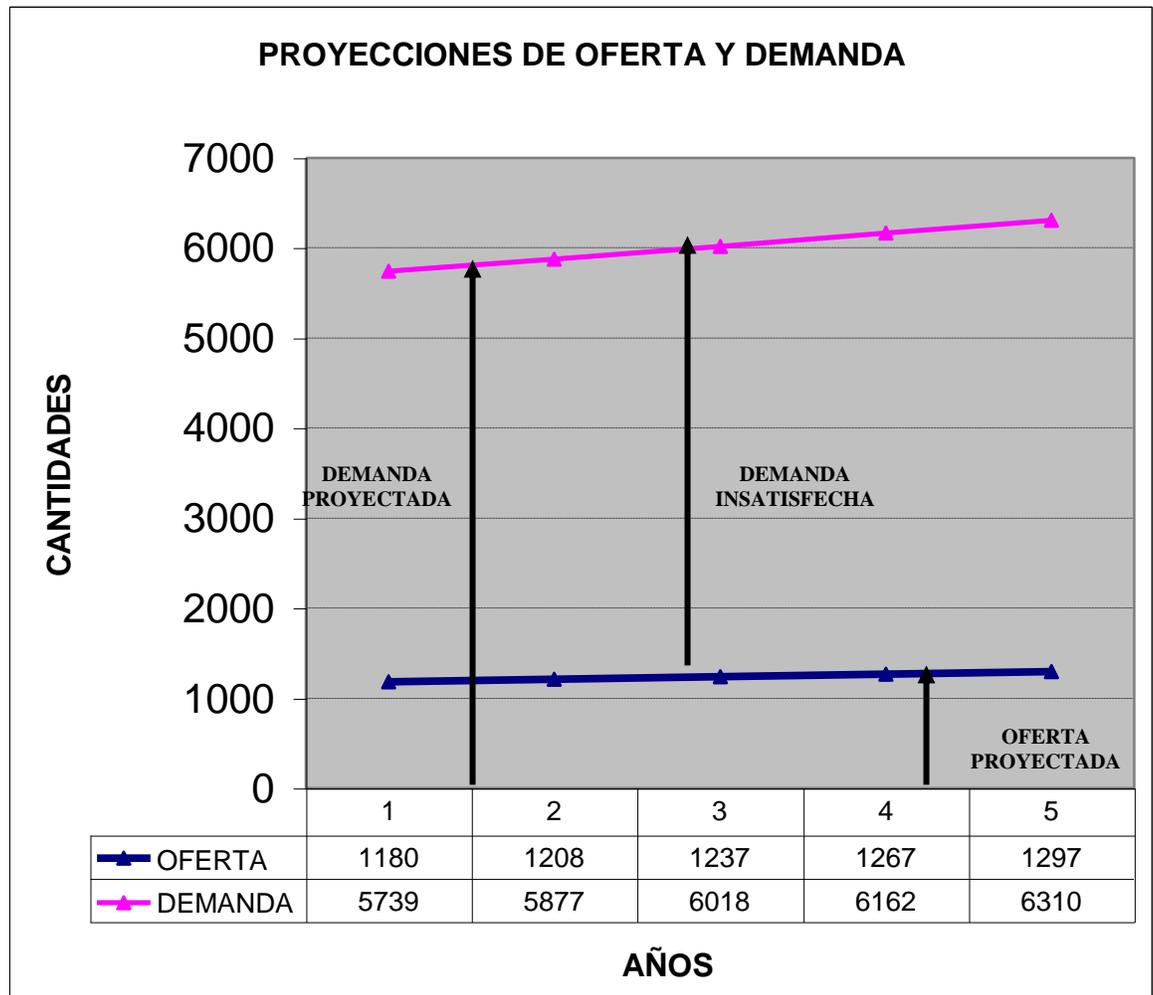
PROYECCIONES	
AÑO	OFERTA
1	1180
2	1208
3	1237
4	1267
5	1297

Grafico 11. Oferta proyectada a cinco años



De acuerdo con los análisis realizados, se estima producir para el año 1 un total de 1180 prendas, con un incremento del 2.4% anual que corresponde al incremento poblacional, de acuerdo con la información suministrada por planeación municipal de la ciudad de Tunja; se calcula una producción de 1297 prendas a los 5 años.

Gráfico. 12 Proyección para el mercado de dotación para funcionarias de nivel administrativo.



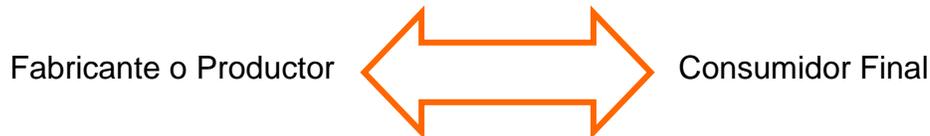
6.10. Estrategia de precio.

El objetivo en la fijación de precios esta encaminada a maximizar utilidades, por tanto se aplicará a largo plazo buscando generar economías de escala. El precio se establecerá de acuerdo a la siguiente formula:

$$P = \frac{\text{Costo unitario}}{1 - \text{margen deseado}}$$

6.11. Comercialización del producto

Por la naturaleza del tipo de producción de bienes, se requiere de una óptima distribución, utilizando un canal directo entre el Fabricante o Productor y el Consumidor final.



6.12 Punto de Venta. Se plantea colocar un punto de venta para los vestidos de labor, con la probabilidad de ser aceptados en el mercado. Esta estrategia se debe dar en la medida en que el punto de venta esté ubicado en la ciudad de Tunja donde se espera vender mercancía al detal y por mayor.

6.13 Colocación de la mercancía directamente en las empresas. La ropa de labor en su mayoría se pretende colocar en las empresas directamente, participando en las licitaciones o directamente en aquellas que no están obligadas a practicar este procedimiento.

6.14 Venta a través de vendedores en otras ciudades del departamento. La microempresa dispondrá de un vendedor permanente con el propósito de colocar la mercancía en las empresas locales y se proyecta ofrecer el producto en mercados aledaños a la ciudad de Tunja.

6.15 Promoción y publicidad. Uno de los aspectos más importantes, lo representa la promoción y publicidad, ya que a través de estos factores se estimula la venta del producto en forma rápida y fuerte.

De las estrategias que se utilicen en este aspecto dependerá la motivación y el deseo de compra por parte de los consumidores. La promoción se realizará con cartas presentación, acompañada de un portafolio de servicios, adicionalmente tarjetas de presentación, con una buena presentación, calidad y servicio al Cliente.

Para efectos de etiqueta se diseño un logotipo propio de la empresa, inspirado en el pintor Español MIRO, el diseño tiene una D mayúscula y una E minúscula, que representan las iniciales de Dotaciones Damita Elegante y forma un pequeño corbatín al centro.

