 Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña - Colombia Vigilancia Mineducación	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
	Dependencia	Aprobado		Pág.
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(68)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	DAYANNA MICHELL HERNÁNDEZ ARMENTA		
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA		
DIRECTOR	SANDRA OLIMPIA QUINTANA ARÉVALO		
TÍTULO DE LA TESIS	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA CONOCER LA ACEPTACIÓN DE UNA FÁBRICA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CUELLOS Y PUÑOS PARA LA CONFECCIÓN DE ROPA INFORMAL EN EL MUNICIPIO DE SAN ALBERTO CESAR.		
RESUMEN			
(70 palabras aproximadamente)			
<p>LA PRESENTE INVESTIGACIÓN TUVO COMO FIN DETERMINAR EL GRADO DE ACEPTACIÓN DE UNA FÁBRICA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CUELLOS Y PUÑOS PARA ROPA INFORMAL EN EL MUNICIPIO DE SAN ALBERTO CESAR, SIENDO NECESARIO LA IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES, LA DETERMINACIÓN ESTRATÉGICA DE PRECIOS, LA PROMOCIÓN Y LA PLAZA PARA QUE POSICIONAR LA EMPRESA EN EL MERCADO.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS:	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
 info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA CONOCER LA ACEPTACIÓN DE UNA
FÁBRICA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CUELLOS Y PUÑOS
PARA LA CONFECCIÓN DE ROPA INFORMAL EN EL MUNICIPIO DE SAN ALBERTO
CESAR.

AUTOR(A):

DAYANNA MICHELL HERNANDEZ ARMENTA

Trabajo de grado presentado como requisito para obtener el título de Tecnóloga en
Gestión Comercial y Financiera

DIRECTORA:

MSc. Sandra Olimpia Quintana Arévalo

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA

INDICE

Resumen	xi
Introducción.....	xii
Capítulo 1: Investigación de mercados para conocer la aceptación de una fábrica productora y comercializadora de cuellos y puños para la confección de ropa informal en el municipio de San Alberto Cesar.	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Formulación del problema.....	2
1.3 Objetivos.....	2
1.3.1 Objetivo General.	2
1.3.2 Objetivo Específico.	2
1.4 Justificación.....	3
1.5 Delimitaciones.....	3
1.5.1 Operativa	3
1.5.2 Conceptual.....	4
1.5.3 Geográfica.	4
1.5.4 Temporal.....	4
Capítulo 2. Marco Referencial	5
2.1 Marco histórico.....	5
2.1.1 Panorama internacional del sector textil.....	5

2.1.2 Panorama nacional del sector textil.....	7
2.1.3 Panorama a nivel regional del sector textil.....	9
2.2 Marco teórico.....	9
2.2.1 Teoría del valor – trabajo	9
2.2.2 Teoría administrativa.....	10
2.2.3 Ley de oferta y demanda.	10
2.3 Marco conceptual	11
2.4 Marco legal.....	14
2.4.1 Constitución política de Colombia	14
2.4.2 Código de comercio.....	15
2.4.3 Decreto 1299 de 2008.....	15
2.4.4 Código sustantivo del trabajo.	19
Capítulo 3. Diseño metodológico	22
3.1 Tipo de investigación	22
3.2 Población	22
3.3 Muestra	23
3.4 Técnica e instrumento de recolección de información	23
3.5 Análisis de la información.....	23
Capítulo 4. Presentación de resultados	24

4.1 Tabulación, análisis y presentación de los resultados arrojados por el cuestionario aplicado a los confeccionistas del área urbana del municipio de San Alberto	24
4.2 Análisis de la demanda.....	38
4.2.1 Estimación actual de la demanda.	39
4.3 Análisis de la oferta.....	40
4.3.1 Estimación de la oferta actual.....	41
4.4 Análisis de la situación actual de la competencia	41
4.5 Precios	42
4.6 Canales de distribución.....	43
4.7 Mecanismos de promoción y publicidad.....	44
4.7.1 Estrategia publicitaria.....	44
4.8 Producto.....	45
Capítulo 5. Conclusiones.....	46
Capítulo 6. Recomendaciones	48
Referencias	49
Apéndice.....	51
Apéndice A. Cuestionario	52

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Años de experiencia como confeccionista.	24
Tabla 2. Tipo de ropa que confecciona.....	25
Tabla 3. Confección de ropa informal con cuellos y puños tejidos.....	26
Tabla 4. Cantidad de cuellos y puños para ropa informal adquiridos en cada compra	27
Tabla 5. Frecuencia para la adquisición de cuellos y puños tejidos para ropa informal	28
Tabla 6. Lugar de adquisición de los cuellos y puños tejidos para ropa informal.....	29
Tabla 7. Tipo de material para elegir los cuellos y puños tejidos para ropa informal.....	30
Tabla 8. Criterios de compra para cuellos y puños tejidos para ropa informal	31
Tabla 9. Precio pagado en el mercado por un juego de cuello y puños tejidos para ropa informal.....	32
Tabla 10. Razones para comprar a una nueva empresa.....	33
Tabla 11. Características que le gustaría en los cuellos y puños tejidos para ropa informal	34
Tabla 12. Aceptación de un nuevo proveedor de cuellos y puños tejidos para ropa informal en San Alberto Cesar	35
Tabla 13. Precio dispuesto a pagar por un juego de cuello y puños tejidos fabricado en San Alberto Cesar	36
Tabla 14. Medio de publicidad preferido para la promoción de los cuellos y puños tejidos para ropa en informal	37
Tabla 15. Consumo mensual de los cuellos y puños tejidos para ropa informal.....	39
Tabla 16. Estimación de consumo actual	39

Tabla 17. Consumo mensual estimado de juegos de cuellos y puños para ropa informal en San Alberto Cesar.	40
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Tabla 18. Valor promedio pagado por un juego de cuello y puños tejidos para ropa informal.....	42
-------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Años de experiencia como confeccionista.....	24
Figura 2. Tipo de ropa que confecciona.....	25
Figura 3. Confección de ropa informal con cuellos y puños tejidos.....	26
Figura 4. Cantidad de cuellos y puños para ropa informal adquiridos en cada compra....	27
Figura 5. Frecuencia para la adquisición de cuellos y puños tejidos para ropa informal.	28
Figura 6. Lugar de adquisición de los cuellos y puños tejidos para ropa informal	29
Figura 7. Tipo de material para elegir los cuellos y puños tejidos para ropa informal	30
Figura 8. Criterios de compra para cuellos y puños tejidos para ropa informal.....	31
Figura 9. Precio pagado en el mercado por un juego de cuello y puños tejidos para ropa informal.....	32
Figura 10. Razones para comprar a una nueva empresa	33
Figura 11. Características que le gustaría en los cuellos y puños tejidos para ropa informal	34
Figura 12. Aceptación de un nuevo proveedor de cuellos y puños tejidos para ropa informal en San Alberto Cesar.....	35
Figura 13. Precio dispuesto a pagar por un juego de cuello y puños tejidos fabricado en San Alberto Cesar.	36
Figura 14. Medio de publicidad preferido para la promoción de los cuellos y puños tejidos para ropa en informal.....	38
Figura 15. Canal de distribución.	44

Resumen

La presente investigación de mercados tuvo como fin determinar la aceptación de una fábrica productora y comercializadora de cuellos y puños en el municipio de San Alberto Cesar, siendo necesario la realización de un diagnóstico del comportamiento del mercado en cuanto a la competencia, oferta y demanda de la empresa, y la determinación de las variables de mercadotecnia o cuatro P (producto, plaza, precio, promoción) de acuerdo con los gustos y expectativas del cliente.

Para el desarrollo del trabajo, se utilizó una investigación descriptiva, pues con ello se buscó describir el comportamiento de las fuerzas del mercado, oferta y demanda, y las estrategias de mercadeo orientadas a la satisfacción del cliente.

El mercado objetivo corresponde a los confeccionistas ubicados en el área urbana del municipio San Alberto Cesar, quienes resaltan la necesidad de la fábrica que produzca este tipo de insumo necesario para la confección de ropa informal en la región, sin embargo, mencionaron que ésta debe ser competente en precios y calidad para lograr el reconocimiento y el posicionamiento de la imagen corporativa en el mercado.

De acuerdo con la identificación de los gustos y expectativas del cliente, se identificó las estrategias de mercadeo orientadas a la satisfacción del cliente, enfatizando métodos, medios, procedimientos y acciones estratégicas relacionadas con el producto, el precio, la plaza, la promoción.

Introducción

En los últimos años San Alberto Cesar ha tenido un acelerado crecimiento comercial. En el mercado se observa la creación de empresas locales e incursión de almacenes de cadena. Los talleres de confección son ejemplo de ello, su existencia se refleja en todo el municipio, sin embargo, no existe una fábrica que le facilite la adquisición de insumos para su funcionamiento, por lo cual nació la idea de la presente investigación de mercado para determinar la aceptación que tendría en el mercado la creación de una fábrica productora y comercializadora de cuellos y puños tejidos para ropa informal.

La investigación se enfoca en el conocimiento de la conducta del mercado para la determinación de estrategias de mercadotecnia en cuanto al producto, precio, promoción y plaza. Por consiguiente, se utilizó un diseño de investigación descriptivo, siendo el más adecuado para puntualizar detalles acerca del comportamiento de las fuerzas del mercado, la competencia y las estrategias del marketing mix.

Los confeccionistas mencionan la importancia de la creación de la fábrica en el mercado de San Alberto Cesar como una oportunidad para la facilidad en la adquisición de insumos y reducción de los gastos en el transporte de estas mercancías. Sin embargo, aseguran ser sus clientes siempre y cuando la empresa opere con calidad y precios competitivos al alcance de su presupuesto.

Capítulo 1: Investigación de mercados para conocer la aceptación de una fábrica productora y comercializadora de cuellos y puños para la confección de ropa informal en el municipio de San Alberto Cesar.

1.1 Planteamiento del problema

En el municipio de San Alberto en el Departamento del Cesar, existen varias empresas de confección de ropa formal e informal, su principal actividad económica son los productos de confección de sudaderas y uniformes, con los cuales sostienen sus hogares.

Las tendencias de la moda ejercen gran influencia en este sector del municipio de San Alberto, que en su mayoría adquieren diferentes insumos textiles en todas las épocas del año, lo cual hace que la demanda por estos productos sea alta, por esta razón los propietarios de los distintos establecimientos textiles deben viajar a otras ciudades para adquirir la materia prima o en algunos casos realizar pedidos a proveedores nacionales puesto que en San Alberto no existe una fábrica de cuellos y puños que logre satisfacer la demanda existente de acuerdo a las exigencias y expectativas de los confeccionistas.

Con relación a la fabricación de cuellos y puños para ropa informal, no existe en el municipio quien los elabore, por lo que la competencia es nula. Las empresas que confeccionan ropa informal, no poseen la maquinaria necesaria para la fabricación de este producto

complementario, sino que deben comprarlos en diferentes ciudades, encareciendo el artículo final, ya que deben asumir los costos de envío de la mercancía.

Teniendo en cuenta todo lo anterior es necesario realizar una investigación de mercados que permita conocer la aceptación o no de la creación de una empresa productora y comercializadora de cuellos y puños para ropa informal en el municipio de San Alberto Cesar.

1.2 Formulación del problema

¿Es aceptable una fábrica de cuellos y puños para ropa informal en San Alberto, Cesar para beneficio de la industria textil del municipio?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General. Realizar una investigación de mercado para conocer la aceptación de una fábrica productora y comercializadora de cuellos y puños para ropa informal en el área urbana del municipio de San Alberto Cesar.

1.3.2 Objetivo Específico. Cuantificar la demanda y la oferta en el mercado confeccionista de cuellos y puños para ropa informal en el área urbana del municipio de San Alberto Cesar.

Analizar los precios existentes en el mercado de cuellos y puños para ropa informal.

Identificar la plaza, promoción y producto para la fábrica de cuellos y puños para ropa informal.

1.4 Justificación

El municipio de San Alberto, Cesar siempre se ha caracterizado con su gran auge en negocios locales, los cuales permiten que la economía de la zona siempre este en movimiento.

El creciente e inesperado aumento del sector textil en el municipio de San Alberto ha llevado a que se presenten diferentes necesidades en la industria creando esto una oportunidad de negocio en la creación de una fábrica de cuellos y puños para ropa informal, la cual llegaría a generar empleo a la población, mejoraría notablemente el crecimiento de las industrias en San Alberto, para el desarrollo comercial del municipio, y eje central de la economía de su área de influencia, quienes se verán beneficiados con la implementaciones de una fábrica de cuellos y puños para el ropa informal.

De lo anterior radica la necesidad de realizar una investigación de mercados, que permitan determinar la aceptación o no, de una empresa que fabrique cuellos y puños para ropa informal.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Operativa. La investigación se realizará por medio de la observación y encuestas para conocer el punto de vista de los posibles compradores y se acudirá a fuentes secundarias

para la elaboración de la investigación. Se pueden presentar inconvenientes en la recolección de la información por parte de los encuestados, por lo que se recurrirá a la directora del trabajo para buscar las estrategias que permitan obtener los datos necesarios para lograr cumplir con los objetivos de la investigación.

1.5.2 Conceptual. En esta investigación se tratarán temas como estudio de mercado, marketing, oferta, demanda, publicidad, promoción, canales de distribución, tejedora, hilos, mercado textil, hilatura, precios, competencia. Dichos conceptos serán definidos en el marco conceptual.

1.5.3 Geográfica. La realización del proyecto será llevada a cabo en el área urbana del municipio de San Alberto Cesar.

1.5.4 Temporal. Este proyecto tendrá una duración de 8 semanas aproximadamente a partir de la aprobación del proyecto.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1 Marco histórico

2.1.1 Panorama internacional del sector textil. En épocas prehistóricas se utilizaban pelo de animales, plantas y semillas para obtener fibras. La seda empezó a utilizarse en China alrededor del año 2600 a.C., y a mediados del siglo XVIII de la era actual se crearon las primeras fibras sintéticas. Aunque las fibras sintéticas elaboradas a partir de celulosa o productos químicos derivados del petróleo, solas mezcladas entre sí o con fibras naturales se emplean cada vez más, no han conseguido eclipsar por completo a los tejidos de fibras naturales, como la lana, el algodón, el lino o la seda. (Ivester & Neefus)

El huso fue la primera herramienta para hilar; se mecanizó por primera vez en Europa alrededor del año 1400 d.C. con la invención de la rueda de hilar. A finales del siglo XVII se inventó la máquina de hilar algodón, que acciona varios husos a la vez. Más adelante, gracias a Richard Arkwright, que inventó la continua de hilar en 1769, y a Samuel Crompton, que introdujo la selfactina, que permitía a un solo operario manejar un millar de husos a la vez, la hilatura salió de los talleres artesanos rurales y se transformó en producción industrial. (Ivester & Neefus)

Inicialmente, la producción textil era una actividad artesana propia del medio rural en la que también participaban pequeños grupos de artesanos hábiles. Con el desarrollo tecnológico

nacieron las grandes empresas textiles, cuya influencia económica se dejó sentir con especial fuerza en el Reino Unido y los países de Europa occidental. (Ivester & Neefus)

Los hilanderos y tejedores europeos se propusieron entonces producir hilados y tejidos, importando ellos mismos la materia prima, especialmente el algodón. Sin embargo, previamente, se debían crear nuevas tecnologías que permitieran bajar costos y competir así exitosamente con los hilanderos y tejedores de oriente. Esto fue uno de los impulsos motores que estimuló la aparición y el desarrollo del “modo de producción fabril” y de la Revolución. (Pesok Melo, 2012)

En el siglo XVIII la tejeduría era un proceso tedioso que insumía mucho tiempo y las ganancias que obtenían los tejedores eran escasas. Tratando de resolver estos problemas fue que Joseph-Marie Jacquard desarrollo un telar mecánico que podía tejer diseños complejos a partir de la información almacenada en tarjetas perforadas. El telar Jacquard se fue perfeccionando y hoy, con la ayuda de microprocesadores, se pueden obtener tejidos y telas de complicados diseños con alta productividad. (Pesok Melo, 2012)

En los últimos años los desarrollos tecnológicos de la hilatura han sido muy importantes. Además de los nuevos diseños de máquinas, la incorporación de la informática, la robótica y las nuevas modalidades de gestión han permitido aumentar la productividad y la calidad a niveles muy altos. (Pesok Melo, 2012)

2.1.2 Panorama nacional del sector textil. A través de la historia, el país fue desarrollando su infraestructura como cultivador y exportador de algodón de longitud media y corta en regiones del Atlántico, César, Meta, Valle y Tolima. El fortalecimiento algodonero permitió el desarrollo de la industria textil de Antioquia y Manizales. (Arrieta Posada, Botero Herrera, & Romano Martinez , 2010)

Las empresas textiles que comenzaron a fundarse a comienzos del siglo XX, no tuvieron ninguna relación con la antigua artesanía que se desarrolló en el siglo XIX en Santander, ni tampoco con los ensayos manufactureros que se hicieron en Bogotá o Medellín a partir de 1850. (Montenegro, 1982)

Las primeras empresas en fundarse fueron: la empresa de Tejidos de Bello (1902). La empresa de Tejidos de Samacá (1904), la Compañía Colombiana de Tejidos (1907), la Sociedad Industrial de San José de Suaita, en Santander (1908), la Fábrica de Tejidos Obregón, en Barranquilla (1910), la Fábrica de Tejidos de Rosellón, en Medellín (1911), la Fábrica de Tejidos de Caldas, en Manizales (1919), y la Fábrica de Tejidos del Hato, en Bello, Antioquia, (1920). Solo la Fábrica de Tejidos el Cóndor, Tejicondor, que en 1945 era la tercera fábrica textil más importante del país, se fundó en 1934. (Montenegro, 1982)

En Samacá, en 1884, se fundó una fábrica textil en las mismas instalaciones donde funcionó una extinguida Ferrería. Para el trimestre entre mayo y julio de 1893 la fábrica de Hilados y Tejidos de Samacá era la empresa industrial que empleaba mayor número de obreros permanentes en toda la República, pues su número pasaba de 100, cuando Bavaria sólo empleaba

a 80; y la fábrica pagaba cumplidamente y con muy buenos manejos financieros a sus empleados. Los primeros tejidos que produjo la fábrica a comienzos de 1894 eran de buena calidad, la cual mejoró cuando los obreros adquirieron suficiente práctica en el manejo de las máquinas. (Pineda de Cuadros, 2014)

En la tradición oral de no pocos habitantes de Samacá se teje una versión, según la cual los antioqueños vinieron y se llevaron la empresa de textiles para Medellín. (Pineda de Cuadros, 2014)

Hacia 1907, se construyeron en esta ciudad las dos primeras grandes fábricas, Coltejer y la Compañía Antioqueña de Hilados y Tejidos. Al presente, esta última hoy forma parte de Fabricato, otra de las principales firmas textiles colombianas. Estas empresas comenzaron a crear nuevas fuentes de empleo, así como la creación y adecuación de nuevas tecnologías. Durante los últimos años, ambas empresas han manufacturado tejidos (driles, índigos, popelinas y corduroys de la más alta calidad) así como géneros y gabardinas en algodón para el mercado interno y a los mercados latinoamericanos, norteamericanos y europeos. (Arrieta Posada, Botero Herrera, & Romano Martinez , 2010)

Actualmente la industria textil y de confección hace una gran contribución a las economías nacionales, especialmente en los países emergentes. Una gran cantidad de estos países están explotando el sector en beneficio de su propio crecimiento económico. En este contexto, Colombia es reconocida internacionalmente como un país que presenta grandes fortalezas en el negocio de los textiles y las confecciones, en particular el de la moda. Sin embargo, algunos

subsectores de textiles y de confecciones han decrecido durante el período enero-junio de 2009, entre ellos se pueden nombrar a los subsectores de hilados, tejidos, tejido de punto, tejido plano y ropa de hogar. (Arrieta Posada, Botero Herrera, & Romano Martinez , 2010)

El sector textil-confección colombiano está compuesto por cerca de 450 fábricas de textiles y 1,200 fábricas de confecciones con más de 20 trabajadores en cada una de ellas. Emplea a 200,000 personas directas y 600,000 indirectas, aportando el 24% del empleo total manufacturero de Colombia. Estas empresas están ubicadas en siete ciudades del país, principalmente en Medellín, que representa el 53% de la producción textil del país y el 35% de la producción de prendas de vestir. Las ventas del sector confección durante el 2008 fueron aproximadamente de 200 millones de dólares entre camisas t-shirt y camisas tipo polo, y de 120 millones de dólares en blue jeans. (Arrieta Posada, Botero Herrera, & Romano Martinez , 2010)

2.1.3 Panorama a nivel regional del sector textil. Teniendo en cuenta que la industria textil agrupa todas aquellas actividades dedicadas a la fabricación y obtención de fibras, hilado y tejido, se puede afirmar que, en el municipio de San Alberto, Cesar, actualmente no existen fábricas dedicadas a la elaboración de telas e insumos para la confección de ropa formal e informal.

2.2 Marco teórico

2.2.1 Teoría del valor – trabajo. Propuesta por el economista y filósofo escocés Adam Smith quien se lo conoció por ser el padre de la economía, nos habla de que el trabajo es pieza fundamental para cuantificar el valor. el valor puede tener variaciones tanto crecientes como

decrecientes, pero que el trabajo se mantendría siempre como un aporte constante. el trabajo es igual al valor; es decir, que el valor de un bien o servicio decía él, que estaría dado por la cantidad que lleva de trabajo incorporado. Para Smith el valor era la cantidad de trabajo que uno podía recibir a cambio de su mercancía. (Acosta)

2.2.2 Teoría administrativa. La escuela de la administración científica, desarrollada en los Estados Unidos, basaba su preocupación básica en aumentar la productividad de la empresa mediante el aumento de la eficiencia en el nivel operacional. En este sentido, el enfoque de la administración científica es un enfoque de abajo hacia arriba (del operario hacia el supervisor y gerente) y de las partes (operarios y sus cargos) para el todo (organización empresarial). (Pelayo, 2009)

La corriente llamada Teoría Clásica basaba su preocupación en aumentar la eficiencia de la empresa a través de la forma y disposición de los órganos componentes de la organización (departamentos) y de sus interrelaciones estructurales. De allí el énfasis en la anatomía (estructura) y en la fisiología (funcionamiento) de la organización. En este sentido, el enfoque de la corriente anatómica y fisiologista es un enfoque inverso al de la administración científica: de arriba hacia abajo (de la dirección hacia la ejecución) del todo (organización) hacia sus partes componentes (departamentos). (Pelayo, 2009)

2.2.3 Ley de oferta y demanda. La ley de la Oferta y la Demanda es el principio básico sobre el que se basa una economía de mercado. (Spencer, 1993)

La ley de la demanda consiste en la cantidad requerida de un artículo varia inversamente a su precio, suponiendo que todas las demás cosas que pueden afectar a la demanda permanecen constantes. Las más importantes entre estas son los ingresos del comprador y los precios de las mercancías afines. (Spencer, 1993)

La ley de la oferta afirma que la cantidad ofrecida de un bien normalmente varia directamente con relación a su precio. En otras palabras, los vendedores desean ofrecer mayores cantidades a precios mayores que a precios menores. (Spencer, 1993)

2.3 Marco conceptual

Se entiende como sector confección aquel que transforma (diseño, corte y costura) tela, cuero, pieles y otros materiales en prendas listas para ser usadas como indumentaria por el consumidor final (excepto calzado). (Arrieta Posada, Botero Herrera, & Romano Martinez , 2010)

El conjunto textil se compone de toda una serie de procesos interrelacionados entre sí que comprenden desde la fabricación de fibras químicas, el textil de cabecera (hilatura, tejeduría y acabados textiles) y los géneros de punto a la confección y otras manufacturas textiles, como la fabricación de alfombras o de moquetas. El ciclo textil completo incluye, pues, tareas y procesos técnicos de fabricación muy dispares que tienen su reflejo en estructuras empresariales, sistemas de organización y pautas de localización diferentes. (Vigaray , 2006)

Desde el punto de vista tecnológico, la hilatura tiene por objeto la formación de un hilo redondo, lleno, de una longitud determinada, constituido por un número mayor o menor de fibras cortas o pelos, colocadas más o menos paralelamente entre sí por medio de la torsión. (Esparza Lara , 1998)

La preparación del hilado, o mejor dicho la preparación alta, es un proceso que adelgaza progresivamente la mecha o cinta, mediante estiraje, para convertirla en pabilo y en el paso siguiente hacer posible el hilado. (De Larrañaga, 2010)

Entre las mezclas más comunes, que se efectúan en la hilatura de algodón tradicional, pueden citarse las de poliéster-algodón, las de poliéster-viscosa, y la llamada triple mezcla 0 triple fibra, compuesta de poliéster, viscosa y acrílica. (De Larrañaga, 2010)

La investigación de mercados es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo mediante información que sirve para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing; generar y evaluar las actividades de marketing; supervisar el desempeño del marketing, y acrecentar la comprensión del marketing como un proceso. (Malhotra , 2004)

La planeación estratégica debe identificar hacia dónde desea la empresa desplazarse en su crecimiento, tomando en cuenta las tendencias tanto del mercado, como las económicas y sociales. (López Parra , Aceves López , Pellat, & Puerta , 2012)

La mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes. (Kotler, 2007)

Las demandas consisten en desear productos específicos que están respaldados por la capacidad y la voluntad de adquirirlos. (Kotler, 2007)

Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo. (Kotler, 2007)

En economía la oferta se define como la cantidad de bienes que desean y se pueden poner a disposición de los futuros demandantes a diferentes precios. El factor que tiene mayor importancia en la oferta es, el precio que tenga o pueda tener el producto en el mercado. A medida que aumenta el precio del bien o servicio, los productores estarán dispuestos a ofrecer mayor cantidad de este en el mercado, la oferta expresa el comportamiento de los vendedores. Para que los consumidores puedan comprar bienes y servicios, alguien tiene que ofrecerlos y venderlos. La oferta expresa las cantidades que los vendedores de un bien o servicio están dispuestos a ofrecer a distintos precios. (González González, y otros, 2009)

2.4 Marco legal

2.4.1 Constitución política de Colombia. Artículo. 25. El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del Estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas. (Reyes Arévalo , 2016)

Artículo. 55. Se garantiza el derecho de negociación colectiva para regular las relaciones laborales, con las excepciones que señale la ley. (Reyes Arévalo , 2016)

Es deber del estado promover la concertación y los demás medios para la solución pacífica de los conflictos colectivos del trabajo. (Reyes Arévalo , 2016)

Artículo. 78. La ley regulará el control u calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. (Reyes Arévalo , 2016)

Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. (Reyes Arévalo , 2016)

Artículo 333. establece que la actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los trámites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. (Reyes Arévalo , 2016)

2.4.2 Código de comercio. Artículo 10. Comerciantes - concepto - calidad. Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles. (Colombia, 1972)

La calidad de comerciante se adquiere, aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona. (Colombia, 1972)

Artículo 13. Presunción de estar ejerciendo el comercio. Para todos los efectos legales se presume que una persona ejerce el comercio en los siguientes casos: cuando se halle inscrita en el registro mercantil, cuando tenga establecimiento de comercio abierto y cuando se anuncie al público como comerciante por cualquier medio. (Colombia, 1972)

Artículo 19. Obligaciones de los comerciantes. Es obligación de todo comerciante: matricularse en el registro mercantil, inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad, llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales, conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades, denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal. (Colombia, 1972)

2.4.3 Decreto 1299 de 2008. Por el cual se reglamenta el departamento de gestión ambiental de las empresas a nivel industrial y se dictan otras disposiciones. (Lozano Ramírez, 2008)

Artículo 1: El presente decreto reglamenta el departamento de Gestión Ambiental de las empresas a nivel industrial, de conformidad con el artículo 8 de la Ley 1124 de 2007. (Lozano Ramírez, 2008)

Artículo 2: Para todos los efectos de aplicación e interpretación del presente decreto, se tendrá en cuenta las siguientes definiciones, además de las establecidas en el artículo 2 de la Ley 905 de 2004: (Lozano Ramírez, 2008)

1. Departamento de Gestión Ambiental: entiéndase por Departamento de Gestión Ambiental, el área especializada, dentro de la estructura organizacional de las empresas a nivel industrial responsables de garantizar el cumplimiento de lo establecido en el artículo 4 del presente decreto. (Lozano Ramírez, 2008)
2. Nivel Industrial: entiéndase por nivel industrial las actividades económicas establecidas en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas – CIIU, adoptado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE mediante la Resolución 56 de 1998 y modificada por la Resolución 300 de 2005 y aquellas que la modifiquen o sustituyan. (Lozano Ramírez, 2008)

Artículo 3: El presente decreto se aplicará a todas las empresas a nivel industrial cuyas actividades, de acuerdo a la normativa vigente, requieran de licencia ambiental, plan de manejo

ambientales, permisos, concesiones y demás autorizaciones ambientales. (Lozano Ramírez, 2008)

Artículo 4: El Departamento de Gestión Ambiental - DGA - de todas las empresas a nivel industrial tiene por objeto establecer e implementar acciones encaminadas a dirigir la gestión ambiental de las empresas a nivel industrial; velar por el cumplimiento de la normatividad ambiental; prevenir, minimizar y controlar la generación de cargas contaminantes; promover prácticas de producción más limpia y el uso racional de los recursos naturales; aumentar la eficiencia energética y el uso de combustible más limpios; implementar opciones para la reducción de emisiones de gases de efectos invernadero; y proteger y conservar los ecosistemas. (Lozano Ramírez, 2008)

Artículo 6: Además de las funciones que se establezcan dentro de cada una de las empresas a nivel industrial, el Departamento de Gestión Ambiental, deberá como mínimo desempeñar las siguientes funciones: (Lozano Ramírez, 2008)

1. Velar por el cumplimiento de la normatividad ambiental vigente. (Lozano Ramírez, 2008)
2. Incorporar la dimensión ambiental en la toma de decisiones de las empresas. (Lozano Ramírez, 2008)

1. Brindar asesoría técnica - ambiental al interior de la empresa. (Lozano Ramírez, 2008)
2. Establecer e implementar acciones de prevención, mitigación, corrección y compensación de los impactos ambientales que generen. (Lozano Ramírez, 2008)
3. Planificar, establecer e implementar procesos y procedimientos, gestionar recursos que permitan desarrollar, controlar y realizar seguimiento a las acciones encaminadas a dirigir la gestión ambiental y la gestión de riesgo ambiental de las mismas. (Lozano Ramírez, 2008)
4. Promover el mejoramiento de la gestión y desempeño ambiental al interior de la empresa. (Lozano Ramírez, 2008)
5. Implementar mejores prácticas ambientales al interior de la empresa. (Lozano Ramírez, 2008)
6. Liderar la actividad de formación y capacitación a todos los niveles de la empresa en materia ambiental. (Lozano Ramírez, 2008)
7. Mantener actualizada la información ambiental de la empresa y generar informes periódicos. (Lozano Ramírez, 2008)

8. Preparar la información requerida por el Sistema de Información Ambiental que administra el Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales- IDEAM. (Lozano Ramírez, 2008)

9. Las demás que se desprendan de su naturaleza y se requieran para el cumplimiento de una gestión ambiental adecuada. (Lozano Ramírez, 2008)

Artículo 8: Las grandes y medianas empresas a nivel industrial, tendrán un plazo máximo de seis (6) meses, y las pequeñas y micro empresa un plazo de nueve (9) meses, contados a partir de la publicación del presente decreto, para conformar el Departamento de Gestión Ambiental. El incumplimiento de las obligaciones contenidas en el presente decreto dará lugar a las sanciones respectivas, según el caso. (Lozano Ramírez, 2008)

2.4.4 Código sustantivo del trabajo. Artículo 1: La finalidad primordial de este Código es la de lograr la justicia en las relaciones que surgen entre {empleadores} y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social. (Cadena Chavarro , 2016)

Artículo 5: El trabajo que regula este Código es toda actividad humana libre, ya sea material o intelectual, permanente o transitoria, que una persona natural ejecuta conscientemente al servicio de otra, y cualquiera que sea su finalidad, siempre que se efectúe en ejecución de un contrato de trabajo. (Cadena Chavarro , 2016)

Artículo 22. Definición. Contrato de trabajo es aquel por el cual una persona natural se obliga a prestar un servicio personal a otra persona, natural o jurídica, bajo la continuada dependencia o subordinación de la segunda y mediante remuneración. (Cadena Chavarro , 2016)

Quien presta el servicio se denomina trabajador, quien lo recibe y remunera, empleador, y la remuneración, cualquiera que sea su forma, salario. (Cadena Chavarro , 2016)

Artículo 23: Para que haya contrato de trabajo se requiere que concurren estos tres elementos esenciales: (Cadena Chavarro , 2016)

1. La actividad personal del trabajador, es decir, realizada por sí mismo; (Cadena Chavarro , 2016)
2. La continuada subordinación o dependencia del trabajador respecto del empleador, que faculta a éste para exigirle el cumplimiento de órdenes, en cualquier momento, en cuanto al modo, tiempo o cantidad de trabajo, e imponerle reglamentos, la cual debe mantenerse por todo el tiempo de duración del contrato. Todo ello sin que afecte el honor, la dignidad y los derechos mínimos del trabajador en concordancia con los tratados o convenios internacionales que sobre derechos humanos relativos a la materia obliguen al país; y (Cadena Chavarro , 2016)
3. Un salario como retribución del servicio. (Cadena Chavarro , 2016)

Una vez reunidos los tres elementos de que trata este artículo, se entiende que existe contrato de trabajo y no deja de serlo por razón del nombre que se le dé ni de otras condiciones o modalidades que se le agreguen. (Cadena Chavarro , 2016)

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

Considerando que es necesario seleccionar correctamente las características de la investigación se utilizara la investigación descriptiva, ya que mediante cada pregunta se busca obtener la información que permita conocer las diferentes necesidades de nuestros posibles clientes y la aceptación para la creación de una fábrica de cuellos y puños, con el fin de producir y comercializar insumos para la confección de ropa informal de alta calidad en el municipio de San Alberto, Cesar, a través de las respectivas respuestas que den las personas encuestadas, se analizara y se extraerá la información necesaria para el desarrollo de este estudio, en el área urbana del municipio de San Alberto Cesar.

3.2 Población

Teniendo en cuenta que la población es el conjunto de todos los elementos homogéneos, para llevar a cabo esta investigación, la población estará conformada por veinte (20) confeccionistas, en el área urbana del municipio de San Alberto, Cesar. Es de anotar que la mayoría de los confeccionistas no están registrados en Cámara de comercio, por lo que el dato fue investigado por la autora de la presente investigación.

3.3 Muestra

La muestra es el subgrupo representativo de la población objeto de estudio, sin embargo, para el presente trabajo se tomará el 100% de la población, teniendo en cuenta que esta es limitada y de fácil manejo.

3.4 Técnica e instrumento de recolección de información

Para la recolección de la información, como técnica se acudió a la encuesta la cual se aplicó mediante cuestionarios integrados por preguntas relacionadas con el tema de estudio, que se dirigió a los confeccionistas del área urbana del municipio de San Alberto Cesar.

3.5 Análisis de la información

La información se analizó cuantitativamente a través de la elaboración de tablas estadísticas, teniendo en cuenta los resultados obtenidos a través de la aplicación de instrumentos y cualitativamente a través del análisis individual de cada respuesta.

Capítulo 4. Presentación de resultados

4.1 Tabulación, análisis y presentación de los resultados arrojados por el cuestionario aplicado a los confeccionistas del área urbana del municipio de San Alberto

Tabla 1. Años de experiencia como confeccionista.

Ítem	Frecuencia	%
1-10	4	20%
10-20	7	35%
20-30	3	15%
30-40	4	20%
40-50	2	10%
Total	20	100%

Fuente: Autor del proyecto

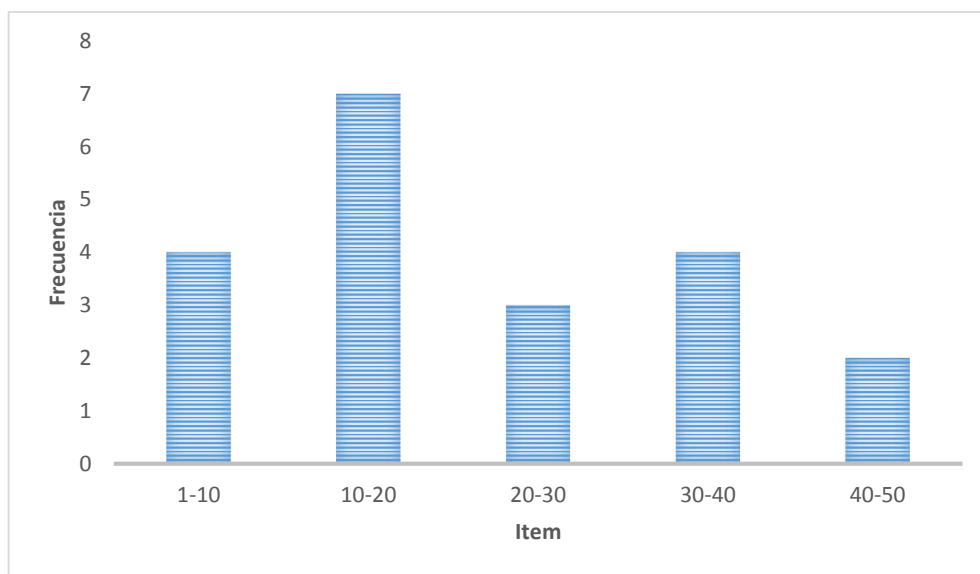


Figura 1. Años de experiencia como confeccionista.

La población encuestada se caracteriza por contar con varios años de experiencia, de 1 a 10 años equivalen a un 20%, de 10 a 20 años equivalen a un 35%, de 20 a 30 años equivalen a un 15%, de 30 a 40 años equivalen a un 20% y de 40 a 50 años equivalen a un 10% para un total de 20 personas.

Tabla 2. Tipo de ropa que confecciona

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Ropa Formal	4	20%
Ropa Informal	5	25%
Todas las anteriores	11	55%
Otra	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Autor del proyecto

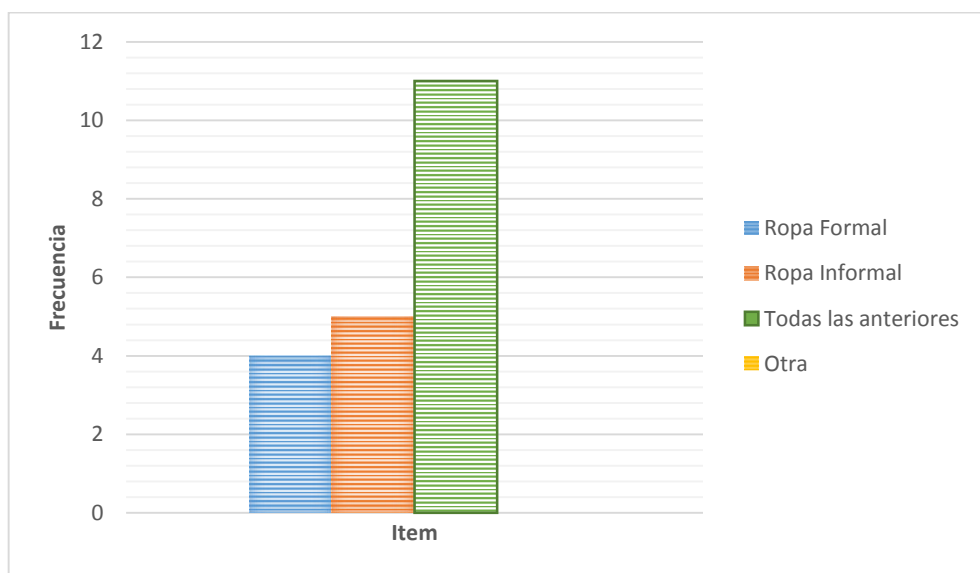


Figura 2. Tipo de ropa que confecciona.

Del total de la población objeto, se encuestó 4 personas que confeccionan ropa formal que equivale a un 20%, 5 personas que confeccionan ropa informal que equivalen a un 25% y 11

personas que confeccionan ambos tipos de ropa (formal e informal) que equivalen a un 55% para un total de 20 confeccionistas encuestados. Por lo tanto, nuestra población baja ya que solo se tendrá en cuenta de aquí en adelante las personas que confeccionan ropa informal y ambos tipos de ropa (formal e informal) esto equivale a 16 confeccionistas de 20 encuestados.

Tabla 3. Confección de ropa informal con cuellos y puños tejidos

Ítem	Frecuencia	%
Si	16	100%
No	0	0%
Total	16	100%

Fuente: Autor del proyecto

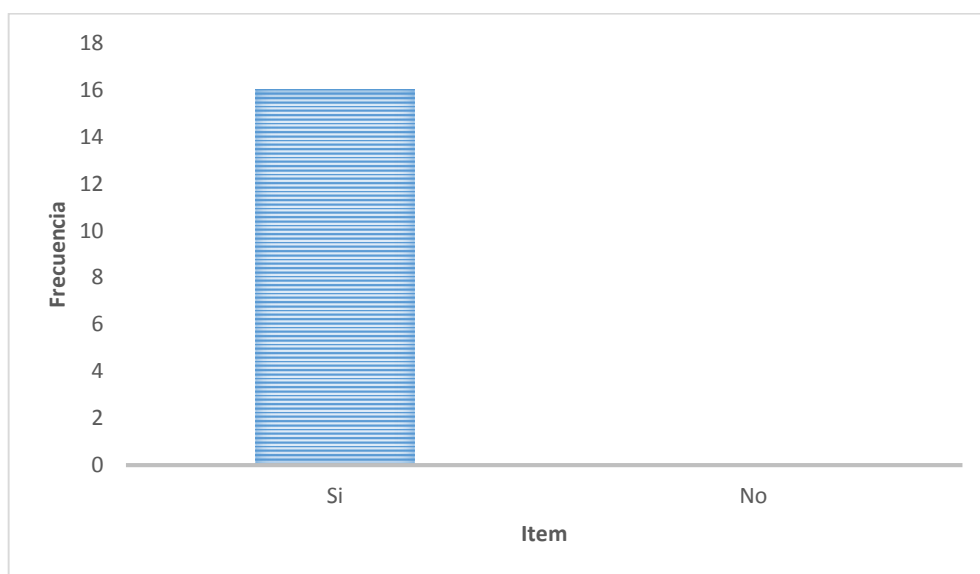


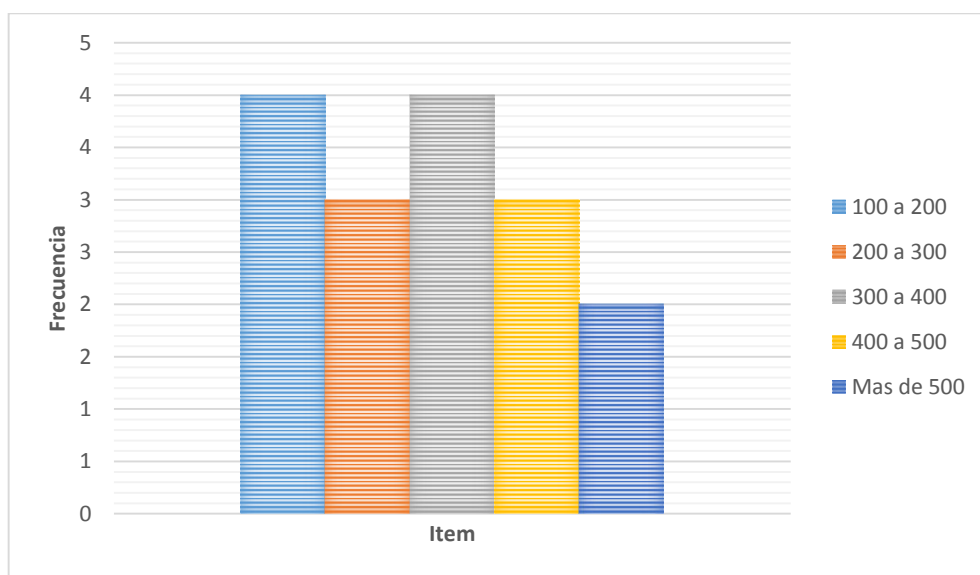
Figura 3. Confección de ropa informal con cuellos y puños tejidos.

Los resultados señalan en un ciento por ciento que los confeccionistas utilizan cuellos y puños tejidos para ropa informal, ya que son más prácticos a la hora de usar.

Tabla 4. Cantidad de cuellos y puños para ropa informal adquiridos en cada compra

Ítem	Frecuencia	%
100 a 200	4	25%
200 a 300	3	19%
300 a 400	4	25%
400 a 500	3	19%
Más de 500	2	12%
Total	16	100%

Fuente: Autor del proyecto

**Figura 4.** Cantidad de cuellos y puños para ropa informal adquiridos en cada compra.

Se observa que el intervalo de mayor proporción en la compra de los productos es entre 100 a 200 y 300 a 400 juegos de cuellos y puños tejidos con un porcentaje del 25% seguido con una pequeña diferencia de 200 a 300 y 400 a 500 con un 19%, y finalmente más de 500 cuellos y puños tejidos con 12%. Esto que se observo depende del tamaño del trabajo del confeccionista y que tan seguido fabrique ropa informal con cuellos y puños tejidos.

Tabla 5. Frecuencia para la adquisición de cuellos y puños tejidos para ropa informal

Ítem	Frecuencia	%
Diario	0	0%
Semanal	1	6%
Quincenal	5	31%
Mensual	10	63%
Total	16	100%

Fuente: Autor del proyecto

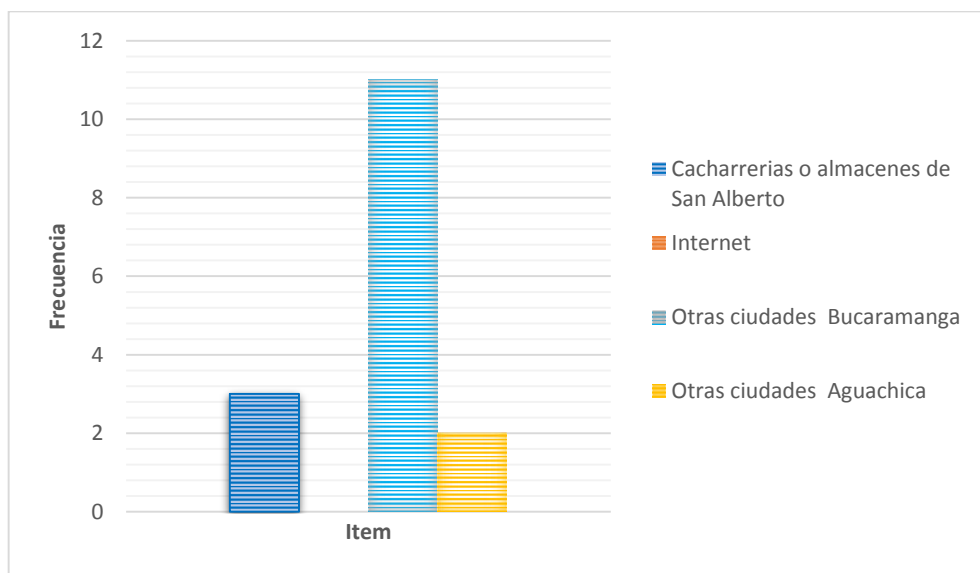
**Figura 5.** Frecuencia para la adquisición de cuellos y puños tejidos para ropa informal

Los resultados señalan que la frecuencia de compra es mensual con un porcentaje del 63%, quincenal con un porcentaje del 31%, seguida de la compra semanal con un porcentaje del 6%, esto nos indica que toda la frecuencia de compra es usada dependiendo del tamaño del nivel de trabajo del confeccionista en mayor o menor frecuencia.

Tabla 6. Lugar de adquisición de los cuellos y puños tejidos para ropa informal

Ítem		Frecuencia	%
Cacharrerías o almacenes de San Alberto		3	19%
Internet		0	0%
Otras ciudades	Bucaramanga	11	69%
	Aguachica	2	12%
Total		16	100%

Fuente: Autor del proyecto

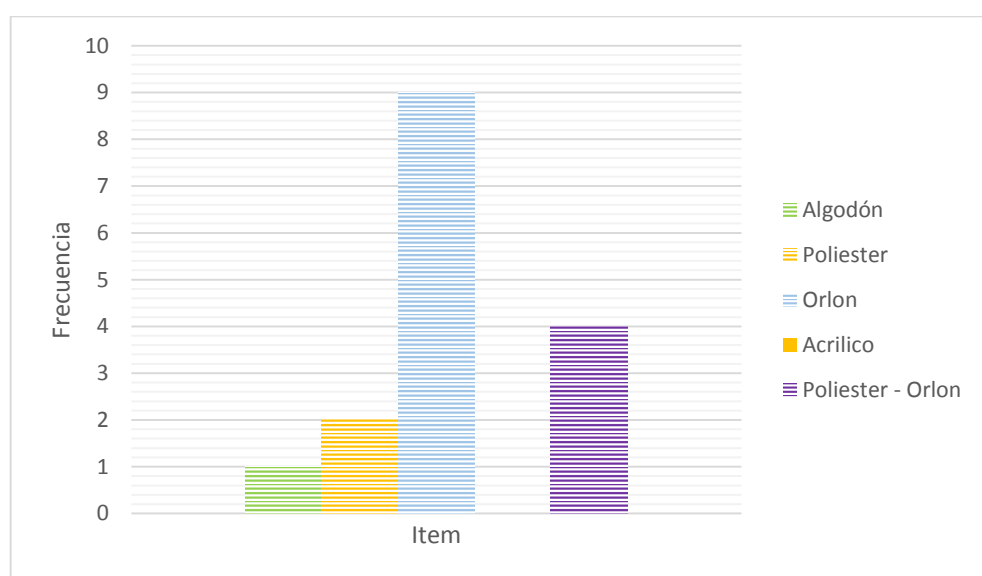
**Figura 6.** Lugar de adquisición de los cuellos y puños tejidos para ropa informal

Se observa que el total de confeccionistas estudiados compran a unas varias categorías de proveedor, bien sean cacharrerías de San Alberto u otras ciudades, se observa que el proveedor más usados por estos confeccionistas son las otras ciudades en especial Bucaramanga con un gran porcentaje debido a que estos le brindan productos de mejor calidad sin importar que los gastos de transporte no estén incluidos en el precio final del producto, manifiestan las personas encuestadas.

Tabla 7. Tipo de material para elegir los cuellos y puños tejidos para ropa informal

Ítem	Frecuencia	%
Algodón	1	6%
Poliéster	2	12%
Orlón	9	56%
Acrílico	0	0%
Poliéster - Orlón	4	25%
Total	16	100%

Fuente: Autor del proyecto

**Figura 7.** Tipo de material para elegir los cuellos y puños tejidos para ropa informal

La material preferido por la población de estudio es el orlón con un gran porcentaje del 56%, ya que este no pierde su forma con el pasar del tiempo, sus colores son más vivos, el cuello queda ergonómico, y no se estira, seguido del poliéster- orlón con un porcentaje del 25% debido a que muchas veces utilizan el orlón pero también el poliéster dependiendo cual será el uso de la camiseta y en un pequeño porcentaje tenemos en poliéster y el algodón el cual no son muy

usuales en este tipo de confecciones a causa de que su vida útil o materiales no son muy buenos para la zona geográfica de San Alberto.

Tabla 8. Criterios de compra para cuellos y puños tejidos para ropa informal

Ítem	Frecuencia	%
Precio	2	13%
Calidad	3	19%
Precio, Calidad, Diseño, Talla	1	6%
Precio, Calidad, Color, Talla	1	6%
Calidad, Diseño, Color, Talla	1	6%
Calidad, Talla	1	6%
Precio, Calidad, Talla	3	19%
Precio, Calidad, Textura, Diseño	1	6%
Precio, Textura, Color, Talla	1	6%
Todas las anteriores	2	13%
Total	16	100%

Fuente: Autor del proyecto

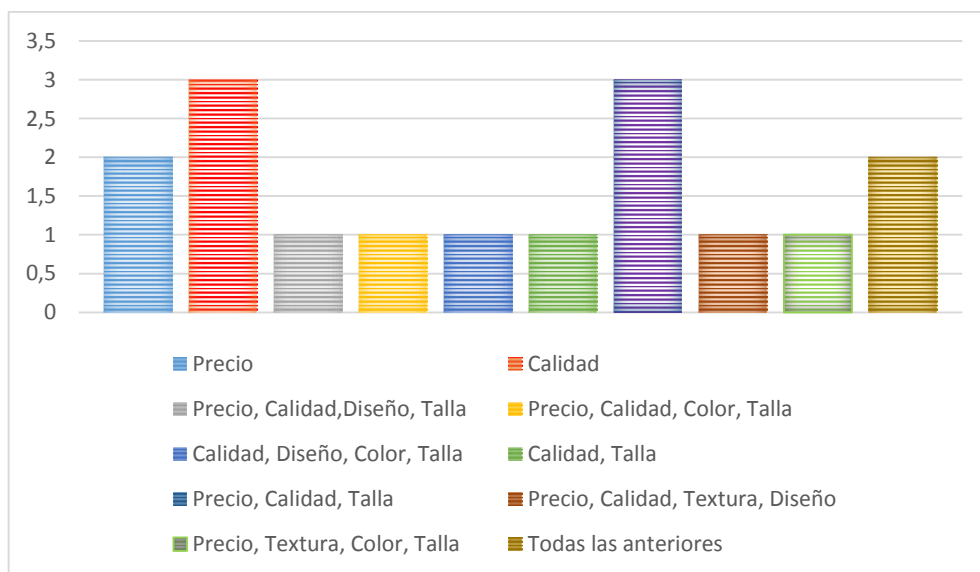


Figura 8. Criterios de compra para cuellos y puños tejidos para ropa informal.

La calidad, el precio y la talla son los factores más influyentes en la compra de los cuellos y puños tejidos con una representación del 19%, seguido del diseño, del color, la textura que se

representan entre el 13% y el 6%, dando a entender que estos últimos se tienen en cuenta, pero no son tan importantes a la hora de elegir un cuello y puño.

Tabla 9. Precio pagado en el mercado por un juego de cuello y puños tejidos para ropa informal

Ítem	Frecuencia	%
De \$1000 a \$2000	3	19%
De \$2000 a \$3000	8	50%
De \$3000 a \$4000	5	31%
Total	16	100%

Fuente: Autor del proyecto

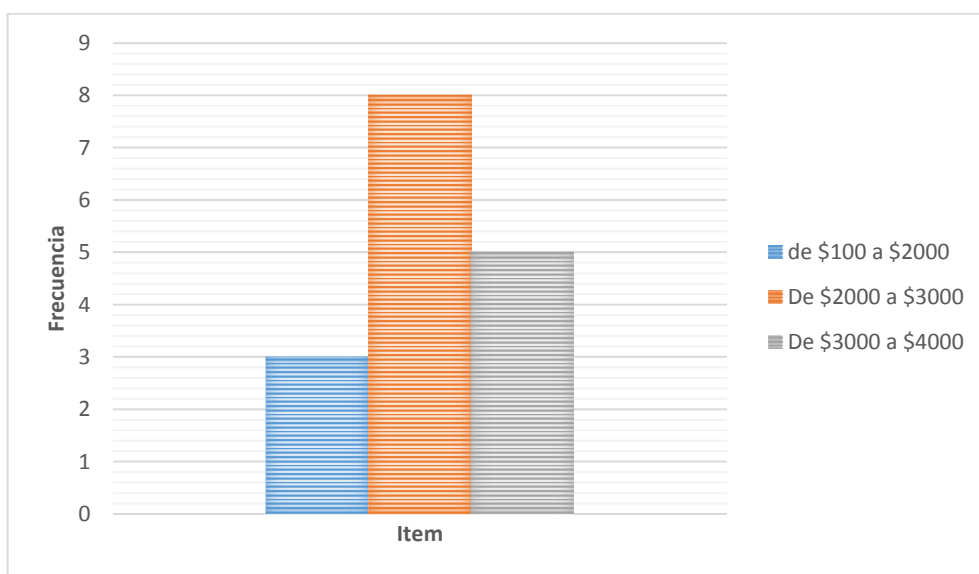


Figura 9. Precio pagado en el mercado por un juego de cuello y puños tejidos para ropa informal.

Los resultados muestran el intervalo de \$2000 a \$3000 como el de mayor proporción, con un 50% del total, lo que implica que los precios del mercado se encuentran determinados por este intervalo, seguido el intervalo de \$3000 a \$4000 con un 31% un porcentaje alto también, esto es debido a la compra de una menor cantidad del producto, esto hace que entre menos se compre el producto se encuentre a un precio más costoso pero con una calidad más alta, y finalmente el

intervalo de \$1000 a \$2000 en un 19% porcentaje no muy bajo esto debido a la compra de grandes cantidades del producto pero de baja calidad.

Tabla 10. Razones para comprar a una nueva empresa

Ítem	Frecuencia	%
Servicio, Precio, Calidad	1	6%
Precio, Calidad	2	13%
Precio, Calidad, Puntualidad	3	19%
Calidad	3	19%
Servicio, Precio, Puntualidad,	2	13%
Servicio, Calidad, Puntualidad	1	6%
Puntualidad	1	6%
Calidad, Puntualidad	2	13%
Todas las anteriores	1	6%
Total	16	100%

Fuente: Autor del proyecto



Figura 10. Razones para comprar a una nueva empresa

Los resultados señalan que las variables que más incide en la decisión de compra de los cuellos y puños tejidos por parte de los confeccionistas es el precio, calidad, y puntualidad en la entrega de los productos.

Por lo anterior se hace visible la importancia de ofrecer un producto de óptima calidad, representado en el precio de los cuellos y puños tejidos, en la puntualidad de entrega, en el servicio prestado.

Tabla 11. Características que le gustaría en los cuellos y puños tejidos para ropa informal

Ítem	Frecuencia	%
Variedad	3	19%
Tamaño	2	12%
Variedad, Tamaño	4	25%
Variedad, Tamaño, Ergonómico	4	25%
Variedad, Tamaño, Diseño, Degradado	3	19%
Total	16	100%

Fuente: Autor del proyecto

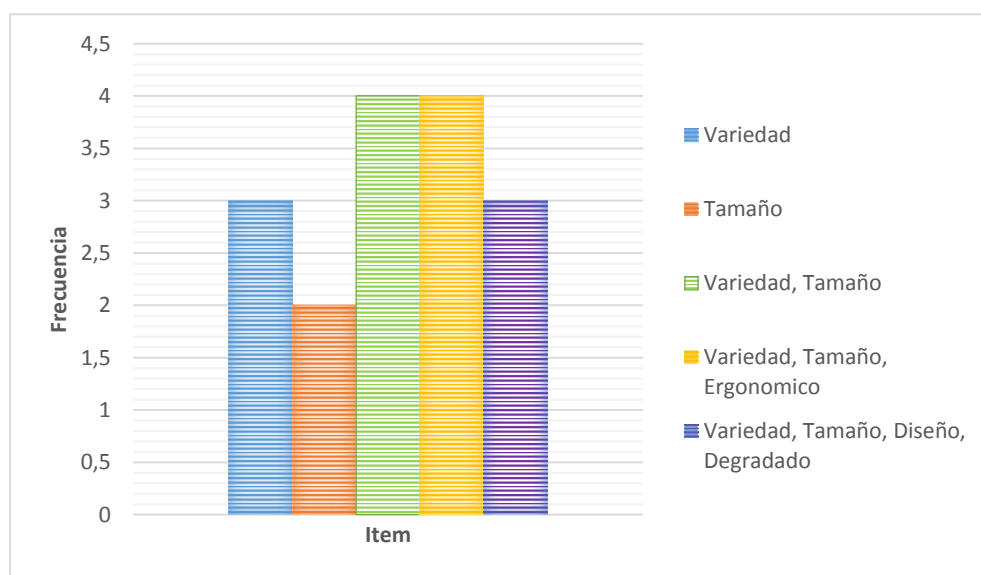


Figura 11. Características que le gustaría en los cuellos y puños tejidos para ropa informal

Los resultados señalan que las características que más les gustaría encontrar en los cuellos y puños tejidos son variedad de diseños, tamaño adecuado para cada talla, que sea ergonómico, degradados, etc. Por lo anterior se hace visible la importancia de ofrecer productos con estas características para así satisfacer las necesidades del cliente sabiendo que es lo que le gusta y busca en un cuello y puño tejido.

Tabla 12. Aceptación de un nuevo proveedor de cuellos y puños tejidos para ropa informal en San Alberto Cesar

Ítem	Frecuencia	%
Si	16	100%
No	0	0%
Total	16	100%

Fuente: Autor del proyecto

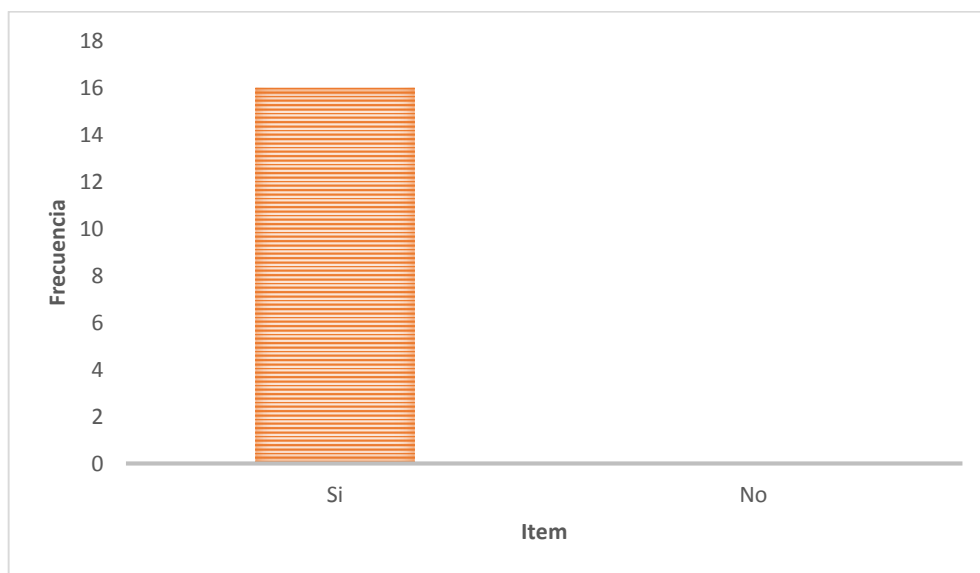


Figura 12. Aceptación de un nuevo proveedor de cuellos y puños tejidos para ropa informal en San Alberto Cesar.

Se observa que el total de la población encuestada estaría dispuesta a cambiar su proveedor actual, las principales razones por las cuales la población objeto estaría dispuesta a cambiar de proveedores sería por apoyar un producto de la región, seguido de conseguir un producto al instante sin tener que pagar costos de más por transporte y con las mismas cualidades de calidad, tamaño, precio, esta es una gran oportunidad para seguir y sacar un buen producto al mercado que llene todas las expectativas del cliente.

Tabla 13. Precio dispuesto a pagar por un juego de cuello y puños tejidos fabricado en San Alberto Cesar

Ítem	Frecuencia	%
Menos de \$2000	2	13%
De \$2000 a \$3000	10	62%
De \$3000 a \$4000	4	25%
Más de \$4000	0	0%
Total	16	100%

Fuente: Autor del proyecto

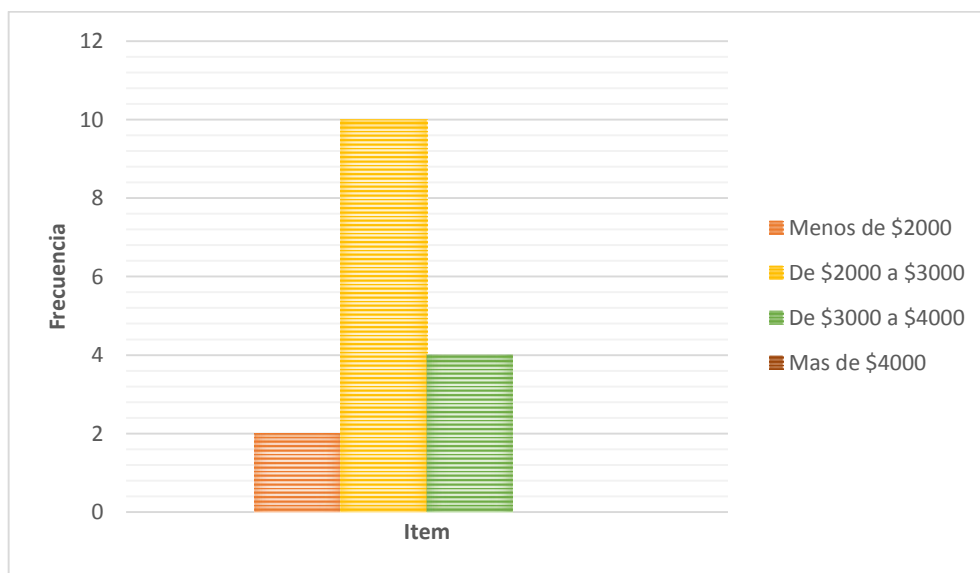


Figura 13. Precio dispuesto a pagar por un juego de cuello y puños tejidos fabricado en San Alberto Cesar.

Los resultados muestran el intervalo de \$2000 a \$3000 como el de mayor proporción, con un 63% del total a causa de que este es el precio que está en el mercado ya establecido para estos productos, seguido de \$3000 a \$4000 con un 25% quien busca calidad, innovación y encontrar los productos lo más cerca posible sin cargos de más están dispuesto a pagar este precio y finalmente el intervalo menos de \$2000 en un 12% un porcentaje bajo esto debido a que las personas buscan calidad y esto se relaciona con el precio directamente manifiestan los encuestados.

Tabla 14. Medio de publicidad preferido para la promoción de los cuellos y puños tejidos para ropa en informal

Ítem	Frecuencia	%
Facebook. Catálogos	3	19%
WhatsApp, Catálogos	4	31%
Tv, Catálogos	1	6%
Facebook, Pagina Web	1	6%
Facebook, WhatsApp. Catálogos	2	13%
Facebook, WhatsApp, Instagram, Catálogos	2	13%
Todas las anteriores	2	13%
Total	16	100%

Fuente: Autor del proyecto

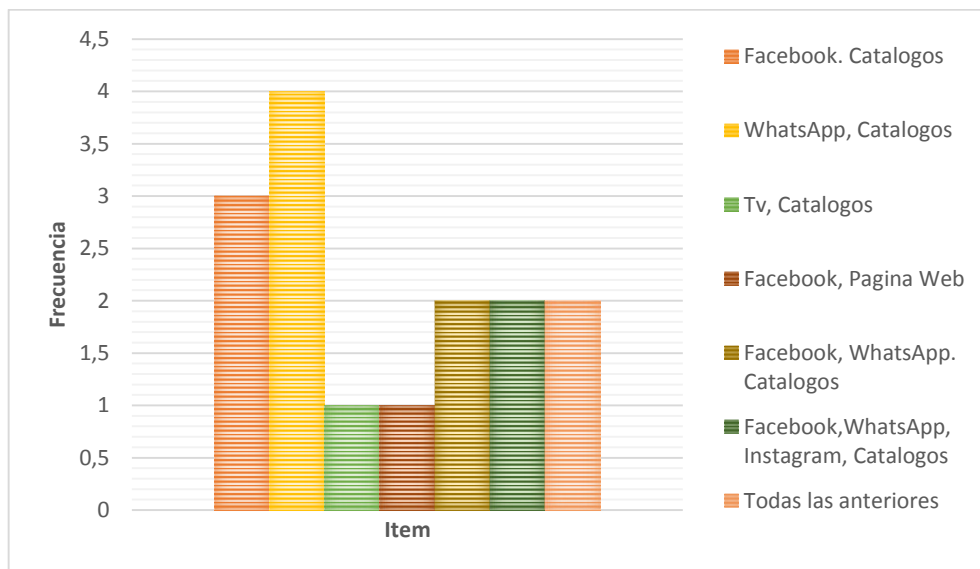


Figura 14. Medio de publicidad preferido para la promoción de los cuellos y puños tejidos para ropa en informal.

Los catálogos y los mensajes de WhatsApp con un 31% son el medio de comunicación preferido por los clientes potenciales para promocionar los diferentes modelos y diseños de los cuellos y puños tejidos, seguido de la televisión y Facebook con un 19% son el medio que las familias más utilizan, sin embargo, varias personas aseguran que las redes sociales junto con los catálogos dan a conocer los productos a una mayor cantidad de personas y más eficientemente.

4.2 Análisis de la demanda

La demanda para este trabajo está representada o dada por la población objeto de estudio, es decir los confeccionistas que actualmente utilizan los cuellos y puños tejidos para ropa informal como insumo para la confección, sobre los cuales se adelantó la investigación de mercados.

4.2.1 Estimación actual de la demanda. Con base en la información exploratoria y descriptiva, obtenida en el trabajo de campo y analizada en detalle en apartes anteriores se puede hacer la estimación de la demanda total del mercado para esta investigación.

Los datos de consumo actual del producto y su frecuencia de compra se indagaron en las preguntas 4 y 5 del cuestionario, con los datos de los cuadros anteriores se calcula un punto medio de consumo para cada intervalo y se pondera la frecuencia, para con ello establecer el consumo real del producto mensual. Los resultados se presentan en los siguientes cuadros.

Tabla 15. Consumo mensual de los cuellos y puños tejidos para ropa informal

Detalle	Punto medio	Frecuencia	%	Total consumo
100 a 200	100	4	25%	400
200 a 300	150	3	19%	450
300 a 400	200	4	25%	800
400 a 500	250	3	19%	750
Más de 500	255	2	13%	510
Total		16	100%	2910

Fuente: Autor del proyecto

Tabla 16. Estimación de consumo actual

Total consumo	% consumo diario	%Frecuencia semanal	Total consumo semanal	%Frecuencia quincenal	Total consumo quincenal	% Frecuencia mensual	Total consumo mensual
400	0%	6%	24	31%	124	63%	252
450	0%	6%	27	31%	140	63%	284
800	0%	6%	48	31%	248	63%	504
750	0%	6%	45	31%	233	63%	473
510	0%	6%	31	31%	158	63%	321
2910			175		902		1833

Fuente. Autor del proyecto

Por lo anterior se establece que la demanda ponderada de cuellos y puños tejidos para ropa informal es: diariamente 0 unidades, semanalmente 175 unidades, quincenalmente 902 unidades y mensualmente 1833 unidades.

Tabla 17. Consumo mensual estimado de juegos de cuellos y puños para ropa informal en San Alberto Cesar.

Frecuencia de consumo	Consumo promedio ponderado	Rotación de compra mensual	Total consumo mes
Diaria	0	30	0
Semanal	175	4	700
quincenal	902	2	1804
Mensual	1833	1	1833
Total	2910		4337

Fuente: Autor del proyecto

Con los resultados del cuadro anterior se llega a un estimativo de consumo mensual de 4337 unidades de juegos de cuellos y puños, representando esto la demanda total real que se presenta en la zona urbana el municipio de San Alberto Cesar, presentándose así una muy buena oportunidad para la creación de la fábrica de cuellos y puños para ropa informal.

4.3 Análisis de la oferta

El estudio de la oferta se hizo en base con los resultados obtenidos en la aplicación del cuestionario, más la información exploratoria obtenida en otros medios como fueron los sondeos a personal conocedores del tema y búsqueda en internet, debido a que no existe información específica acerca de productores de cuellos y puños tejidos para ropa informal en el área urbana del municipio de San Alberto Cesar (no se encuentra ningún registro en la cámara de comercio).

4.3.1 Estimación de la oferta actual. A nivel del mercado está dada principalmente por las cacharrerías o almacenes, al igual que establecimientos de otras ciudades (ver tabla 6 y figura 6) que se encargan de abastecer la demanda existente presentada en el área urbana del municipio de San Alberto Cesar.

4.4 Análisis de la situación actual de la competencia

De acuerdo con la investigación realizada se constató que no existe en el municipio ninguna empresa dedicada a la producción de cuellos y puños tejidos para ropa informal, por lo cual la principal y mayor competencia que se le presentaría a la fábrica serían los establecimientos de otras ciudades como lo son Bucaramanga y Aguachica.

Los negocios en los que los confeccionistas de San Alberto Cesar adquieren los cuellos y puños tejidos para ropa informal en la ciudad de Bucaramanga y Aguachica son:

Tejidos Tricot (Bucaramanga).

Almacén Tejidos Y Accesorios Ltda (Bucaramanga).

Accesorios Tejidos Y Bordados (Bucaramanga).

En la investigación de campo realizada se pudo establecer que en la ciudad de Aguachica no existe una fábrica de cuellos y puños tejidos para ropa informal, solo se encuentran locales

que traen estos productos de la ciudad de Bucaramanga para así volverlos a vender a municipios cercanos como San Alberto.

4.5 Precios

Los precios manejados en el mercado se establecen en un rango de \$2000 a \$3000 pesos por juego de cuello y puños, evidenciándose insatisfacción por parte de los confeccionistas ya que a este precio toca sumarle el valor del flete por el envío y baja calidad del artículo lo cual es una variable negativa para la competencia, pero muy positiva para la futura empresa de cuellos y puños tejidos para ropa informal.

Los resultados de la pregunta 9 del cuestionario aplicado a la población objeto, donde se indagó sobre los precios que actualmente pagan por un juego de cuello y puños tejidos para ropa informal, indican que el valor promedio que actualmente tiene este artículo excluyendo el valor del flete es de \$2625, en la siguiente tabla se evidencia este valor.

Tabla 18. Valor promedio pagado por un juego de cuello y puños tejidos para ropa informal

Intervalo	Frecuencia	%	Punto medio (\$)	Punto medio X Frecuencia (\$)	Precio promedio (\$)
\$1000 a \$2000	3	19%	1500	4500	
\$2000 a \$3000	8	50%	2500	20000	
\$3000 a \$4000	5	31%	3500	17500	
Total	16	100%		42000	2625

Fuente: Autor del proyecto

Al establecerse una empresa productora de cuellos y puños tejidos para ropa informal esta debe entrar con precios menores o iguales a la competencia, para así aplicar estrategias agresivas de penetración y expansión del mercado, cumpliendo con las exigencias del mercado, como lo son la calidad, la puntualidad, etc.

4.6 Canales de distribución

La población objeto de estudio y los principales demandantes se encuentran localizados en el área urbana del municipio de San Alberto Cesar, por lo tanto, la mejor plaza para la fábrica productora y comercializadora de cuellos y puños tejidos para ropa informal es el municipio de San Albero Cesar.

Teniendo en cuenta la información anterior el canal de distribución que utilizara esta empresa es el canal directo, PRODUCTOR- DETALLISTA- CONSUMIDOR y así hacer llegar el producto a los demandantes de forma eficaz y oportuna.



Figura 15. Canal de distribución.

4.7 Mecanismos de promoción y publicidad

Para impulsar la nueva empresa productora y comercializadora de cuellos y puños tejidos se utilizará los catálogos, la televisión, redes sociales, la creación de una página web, mediante mensajes publicitarios claros, directos y sencillos de manera que el cliente pueda identificar de una manera precisa la nueva empresa y sus productos, ya que estos medios son los que tienen mayor audiencia en la localidad, permitiendo una mayor difusión de la existencia de la empresa.

4.7.1 Estrategia publicitaria. Se utilizará como estrategia publicitaria una campaña de promociones y lanzamiento en los que se dará a conocer los productos, así como tarjetas de presentación que motiven a los clientes a comunicarse con la empresa, así mismo se fijará un aviso publicitario que será exhibido en la zona comercial del municipio de San Alberto con el objetivo de atraer a los posibles clientes.

Así mismo se brindará información personalizada, donde el vendedor se acerque a los clientes potenciales e informe de promociones, descuentos y demás eventualidades que se puedan presentar.

4.8 Producto

El producto estará orientado a las exigencias de la población objeto de estudio y los posibles clientes futuros, estos artículos tiene que contar con características innovadoras, que lo haga atractivo al cliente y sobre todo lo distinga en gran medida de la competencia.

En base a los datos arrojados en el análisis del cuestionario, se sabe que los confeccionistas esperan productos notoriamente mejorados a los que siempre ofrecen en el mercado la competencia, estos productos tendrían que ser como se evidencia en la tabla 11 diseños ergonómicos, degradados, variedad, diferentes tamaños, requerimientos que se adapten a las necesidades y avances de la tecnología, pero sobre todo que la empresa se asegure de brindarle al cliente un producto de calidad, donde la el precio no importe tanto, sino la confianza de tener un insumo de excelente condición.

Capítulo 5. Conclusiones

Con base en los resultados obtenidos se logró determinar que el mercado del municipio de San Alberto Cesar señala la necesidad de la creación de una fábrica comercializadora y productora de cuellos y puños tejidos para ropa informal, enfatizando su importancia en la facilidad para la adquisición de los insumos para la confección en el lugar de residencia y la reducción de gastos incurridos en el transporte de la misma al traerla de otras ciudades.

De acuerdo con el comportamiento del mercado, la calidad y el precio son los principales determinantes incidentes en la demanda potencial del producto. La empresa logrará un acaparamiento del mercado, compitiendo en calidad y precios, pues el posicionamiento de la imagen depende de las necesidades y expectativas del cliente.

A nivel local la competencia no refleja barreras para incursionar en el mercado, pues aun no existen empresas dedicadas a la misma actividad que interfieran y/o impidan la entrada de la fábrica. Sin embargo, a nivel nacional, están las grandes fábricas y comercializadoras que actualmente son los proveedores de la población estudiada, que, a su vez, pueden convertirse en una oportunidad para hacer alianzas estratégicas que permitan ser una empresa altamente competitiva.

En cuanto a las variables del marketing mix enfocándolas a precio, plaza, promoción y publicidad, se determinó que el precio se ubica en un rango entre \$2000 a \$4000, esto se relaciona con la capacidad adquisitiva de los confeccionistas que, aunque prefieren economía

están dispuestos a pagar más por una mayor calidad. En esta misma línea se pudo determinar que el canal de distribución más viable es el canal corto, es decir, en el que intervienen el productor, un intermediario y por último el consumidor final.

Finalmente, se plantearon estrategias de mercadotecnia orientadas a la satisfacción del cliente. Para el precio, se lanzarán promociones y descuentos a los clientes fidelizados. Los catálogos, los anuncios radiales, televisivos y las redes sociales serán los medios estratégicos para la promoción de la empresa. Los clientes internos serán capacitados y motivados con incentivos por mejor empleado del mes, cumplimiento de las metas, planteamiento de ideas innovadoras, entre otras actividades que ameriten ser reconocido.

Cabe destacar la gran importancia que la población objeto alude a la creación de una empresa productora y comercializadora de cuellos y puños en San Alberto Cesar, debido a que con esto se impulsara la economía local y regional, así como también el fomento del empleo local. Por todo lo anterior se deduce que el grado de aceptación respecto a dicha creación es satisfactoriamente positivo.

Capítulo 6. Recomendaciones

Conociendo los resultados de la presente investigación y que la población acepta la empresa productora y comercializadora de cuellos y puños tejidos para ropa informal se recomienda que las materias primas utilizadas sean de calidad al igual que la maquinaria para que así el producto final compita con calidad y precios.

Tomando como base las preferencias de la población de estudio se recomienda producir cuellos y puños en alto relieve, personalizados, degradados y adecuados a cada talla para así hacerlos más llamativos.

En cuanto a la fijación de precios, se recomienda que sean asequibles y rentables para el productor y así permita generar beneficios, es necesario disminuir los costos de producción para establecer un precio razonable para el consumidor, así como también para el productor lo cual le permita suplir todos los gastos en el que se ha incurrido para producir el artículo.

Para el desarrollo de una campaña publicitaria que permita dar a conocer de forma efectiva el producto y la empresa, se recomienda utilizar medios como las redes sociales, la televisión y la muestra de catálogos de los productos los cuales se muestran como la opción más efectiva a la hora de desarrollar alguna actividad de este tipo.

Referencias

- Acosta, F. (s.f.). Teoría del valor - trabajo (Adam Smith). *Economía y finanzas internacionales* .
- Arrieta Posada, J. G., Botero Herrera, V. E., & Romano Martínez , M. J. (2010). Benchmarking sobre manufactura esbelta (lean manufacturing) en el sector de confección en la ciudad de Medellín, Colombia . *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 141-170.
- Cadena Chavarro , J. (2016). *Código sustantivo y procesal del trabajo (3a. ed)*. Bogotá: Grupo editorial nueva legislación SAS.
- Colombia, P. d. (1972). *Código de comercio* . Bogotá : Centauros SAS.
- De Larrañaga, J. P. (2010). *Hilatura: Primera parte* . México: Instituto Politécnico Nacional.
- Esparza Lara , S. (1998). *Teoría de los hilados* . México: Limusa S.A. .
- González González, M. J., Pérez Zabaleta, A., Castejón Montijano, R., Méndez Pérez , E., Martínez Merino, J. L., Gómez Barroso, J. L., & Monchón Sáez, A. (2009). *Introducción a la economía* . Madrid: Pearson Educación S.A.
- Ivester , A., & Neefus , J. D. (s.f.). Industrias textiles y de la confección . *Enciclopedia de salud y seguridad en el trabajo* , 89.
- Kotler, P. (2007). *Dirección de mercadotecnia*. México: Pearson Educación .
- López Parra , M. E., Aceves López , J. N., Pellat, A., & Puerta , C. (2012). Estudio administrativo, un apoyo en la estructura organizacional . 9.
- Lozano Ramírez, J. (2008). Decreto número 1299. *Ministerio de ambiente, vivienda y desarrollo territorial* , (pág. 3). Bogotá .
- Malhotra , N. K. (2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. México: Pearson Educación .

- Melo, J. C. (2012). *Introducción a la tecnología textil*. Montevideo, Uruguay: D - Universidad de la República .
- Montenegro, S. (1982). La industria textil en Colombia: 1900 - 1945. *Desarrollo y sociedad - CEDE, Unidades*, 62.
- Pelayo, C. M. (2009). *Las principales teorías administrativas y sus principales enfoques*. El Cid Editor .
- Pesok Melo, J. C. (2012). *Introducción a la tecnología textil*. Montevideo: D - Universidad de la Republica .
- Pineda de Cuadros, N. E. (2014). Primera industria textil de algodón en Colombia, 1884-1905. Compañía Industrial de Samacá "Fábrica de hilados y tejidos de algodón". *Historelo. Revista de Historia Regional y Local* , 38.
- Reyes Arévalo , H. D. (2016). *Constitución Política de Colombia 1991*. Bogota: Ecoe Ediciones .
- Spencer, M. H. (1993). *Economía contemporánea*. Barcelona : Reverté, S.A.
- Vigaray , M. D. (2006). Evolución y tendencias en producción y distribución comercial . *Sector Textil - Confección (I)*, 110.

Apéndice

Apéndice A. Cuestionario

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONFECCIONISTAS DEL MUNICIPIO DE SAN ALBERTO CESAR.

OBJETIVO: Realizar una investigación de mercado para conocer la aceptación de una fábrica productora y comercializadora de cuellos y puños para ropa informal en el área urbana del municipio de San Alberto Cesar.

1. ¿Cuántos años tiene de ser confeccionista?

2. ¿Normalmente qué tipo de ropa confecciona usted?

- A. Ropa formal.
- B. Ropa informal.
- C. Todas las anteriores.
- D. Otra ¿Cuál? _____

Si su respuesta es informal o todas las anteriores por favor continúe con la encuesta.

3. ¿Confecciona ropa informal con cuellos y puños tejidos?

- A. Si.
- B. No.

4. ¿Cuál es la cantidad aproximada de juegos de cuellos y puños para ropa informal adquiridos en cada compra?
- A. De 100 a 300 juegos.
 - B. De 200 a 300 juegos.
 - C. De 300 a 400 juegos.
 - D. De 400 a 500 juegos.
 - E. Más de 500 juegos.
5. ¿Cuál es la frecuencia con la que adquiere juegos de cuellos y puños para ropa informal?
- A. Diario.
 - B. Semanal.
 - C. Quincenal.
 - D. Mensual.
6. ¿Dónde adquiere los juegos de cuellos y puños para ropa informal?
- A. Cacharrerías o almacenes de San Alberto, Cesar.
 - B. Internet.
 - C. Otras ciudades ¿Cuáles? _____
7. ¿Qué tipo de material tiene en cuenta para elegir los juegos de cuellos y puños para ropa informal?
- A. Algodón.

- B. Poliéster.
 - C. Orlón.
 - D. Acrílico.
8. ¿Qué factores influyen al momento de comprar juegos de cuellos y puños para ropa informal?
- A. Precio.
 - B. Calidad.
 - C. Textura.
 - D. Diseño.
 - E. Color.
 - F. Talla.
 - G. Todas las anteriores.
9. ¿Cuál es el precio que actualmente paga por un juego de cuello y puños para ropa informal?
- A. De \$1000 a \$2000.
 - B. De \$2000 a \$3000.
 - C. De \$3000 a \$4000.
10. Si se presenta una empresa nueva, que brinde el producto de calidad ¿Por qué razón estaría dispuesto(a) comprar?
- A. Servicio prestado.

- B. Precio de los productos.
 - C. Calidad de los productos.
 - D. Puntualidad en la entrega.
 - E. Todas las anteriores.
11. ¿Qué características les gustaría encontrar en los cuellos y puños para ropa informal?
- A. Variedad de diseño.
 - B. Tamaño adecuado para cada talla.
 - C. Diseño en alto relieve.
 - D. Ergonómico.
 - E. Degradado.
12. ¿Le gustaría que en San Alberto Cesar se fabricaran y distribuyeran juegos de cuello y puños para ropa informal?
- A. Si.
 - B. No.
13. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un juego de cuello y puños para ropa informal fabricado en San Alberto Cesar?
- A. Menos de \$2000.
 - B. De \$2000 a \$3000.
 - C. De \$3000 a \$4000.
 - D. Más de \$4000.

14. ¿En qué medios de comunicación preferiría recibir información sobre los diseños de los juegos de cuello y puños para ropa informal?

- A. Televisión.
- B. Facebook.
- C. WhatsApp.
- D. Instagram.
- E. Catalogo.
- F. Página web.
- G. Todas las anteriores.

Gracias por su colaboración.