

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA QUE
CONFECCIONE PRENDAS TEJIDAS A MANO PARA LA MUJER, EN LA CIUDAD
DE BARRANQUILLA.

Carlos Galindo Paternina

Johanna Manga Arjona

Milena Urueta Guete

proyecto Presentado al Licenciado Ricardo Sandoval,
En su cátedra Proyecto de Investigación II

Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar

Facultad de Ingeniería Comercial

X Semestre Nocturno

Barranquilla

2003

CONTENIDO

pág.

INTRODUCCIÓN	5
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	7
2. JUSTIFICACIÓN	8
3. OBJETIVOS	9
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	9
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
4. MARCO DE REFERENCIA.....	10
4.1 ANTECEDENTES	10
4.2 MARCO TEÓRICO	13
4.3 MARCO GEOGRÁFICO	15
4.4 MARCO CONCEPTUAL.....	15
4.5 MARCO LEGAL.....	16
5. DISEÑO METODOLÓGICO	19
5.1 TIPO DE ESTUDIO	19

5.2	MÉTODO.....	19
5.3	UNIVERSO, POBLACIÓN, MUESTRA	19
5.4	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN	20
6.	CRONOGRAMA.....	21
7.	PRESUPUESTO	22
8.	CAPÍTULOS.....	23
8.1	ESTUDIO DEL MERCADO Y PLANEAMIENTO DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS PARA LA CONFECCIÓN DE PRENDAS TEJIDAS A MANO	23
8.1.1	<i>Investigación de mercados.</i>	23
8.1.2	<i>Plan de mercadeo.</i>	29
8.1.3	<i>Procesos administrativos.</i>	48
8.2	CONCEPTOS DE TEJIDOS, ESTRUCTURAS TÉCNICAS Y LEGALES PARA LA CONFECCIÓN DE PRENDAS TEJIDAS A MANO.	53
8.2.1.	<i>Conceptos de tejidos.</i>	53
8.2.2	<i>Importancia de las prendas tejidas a mano.</i>	59
8.2.3	<i>Aparición de las tejedoras</i>	60
8.2.4	<i>Plan de operaciones.</i>	60
8.2.5	<i>Determinación de los factores de producción.</i>	69
8.2.6	<i>Organización de la producción.</i>	71
8.2.7	<i>Estructuras legales para la confección de prendas tejidas a mano.</i>	73

INTRODUCCIÓN

Las prendas tejidos a mano en la ciudad en Barranquilla son muy apreciadas por las mujeres debido a la elegancia, distinción, arte y el trabajo que esto representa. Según Información encontrada en las empresas agremiadas artesanales de Colombia sección Costa Atlántica, Se puede decir que no existe una empresa que se dedique complemente a la confección y comercialización de esos productos con llevando esto a una gran demanda por parte del sexo femenino que gustan por este estilo.

El estudio de factibilidad, nos presenta variables que influyen en la constitución de una empresa de este tipo, este trabajo se divide en dos partes: la primera es el anteproyecto y trata acerca de el planteamiento del problema, describiéndolo y formulándolo, Los marcos de referencias, el diseño metodológico, y la técnica de recolección de datos contribuyen a indagar en el tema.

La segunda parte esta conformada por tres capítulos en la que el primer capítulo se refiere a un sondeo utilizando segmentos del mercado, en base a ello se presentan resultados y opiniones acerca de la factibilidad, del tema en estudio. Los procesos administrativos, estratégicos, de producción y financiero también complementan esta segunda parte.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Según información encontrada en las empresas agremiadas artesanales de Colombia, seccional costa atlántica. Se puede comprobar que actualmente no existe una empresa que elabore prendas tejidos a mano, en la ciudad de Barranquilla, es por ello que las mujeres no encuentran un lugar (almacén, boutique, tienda de vestir) en el que puedan hallar productos tejidos, es decir que hay una demanda por parte de las mujeres que desean vestirse con prendas tejidas y no encuentran una plena satisfacción.

De allí parte el hecho de que ellas deben buscar a alguien (en su mayoría señoras) que les tejan prendas. Es mas, algunas mujeres no cuentan con la suerte de encontrar una. Las posibles causas relacionadas con esa problemática se deben a los siguientes hechos:

- a. El clima: en la región Atlántica del país se da el clima tropical y por ende no se acostumbra a vestir con prendas tejidas porque se cree aumenta el calor corporal
- b. La motivación: estas personas que tejen se agrupan y elaboran las prendas que le soliciten sus clientes, “pero no nace de ellas una iniciativa empresarial, y lo toman como un ingreso informal, esto se debe al poco conocimiento que tienen para constituir un negocio ya que implica costo y tiempo” ¹ Es decir, falta crear una cultura de iniciativas empresariales en este gremio para que estos grupos informales se dediquen a progresar en actividades artesanales.
- c. Situación actual del país: “son pocas las personas que se atreven a

¹ Resultados entrevistas personales entre mujeres de 18 a 35 años julio 2002

incursionar en el proceso de creación de empresas, por la situación que esta atravesando el país tales como inseguridad, corrupción, inflación entre otros conllevando esto a que las personas cada vez pierdan tiempo y dinero”² A pesar que el mercado nacional se encuentra en una situación desfavorable, cada vez se esta siendo mas difícil constituir o mantener una empresa en medio de tantas variables externas que inciden en el proceso de crecimiento y oportunidades sin embargo las prendas de confección tejidas a mano se convierten en una posibilidad viable de consumo que busca elevar el nivel de actividad comercial en este gremio.

Actualmente en las ciudades del interior del país se están realizando fashion (desfiles) en los que se exhiben las prendas tejidas a mano despertando así la iniciativa por parte de la mujer en querer obtener este producto es decir hay una demanda latente y gracias a los medios de comunicación va en aumento, generando esto más oportunidades y ánimos para crear en la ciudad de Barranquilla una microempresa que se dedique a esta labor para satisfacer este mercado objetivo. Con base a la tendencia que han tomado los tejidos en el extranjero creemos que es una oportunidad existente en el mercado. Por lo tanto en un futuro se puede convertir en un potencial producto exportador.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El estudio de factibilidad da a conocer todas las variables que muestra la constitución de una empresa que confeccione prendas tejidas a mano, pero ¿será la constitución de una empresa de este tipo que cubra la demanda existente en un mercado latente como una alternativa a la hora de vestir?

² ROMERO, Carlos, IBID, Gerente y propietario de la casa del tejido. Junio 2002.

2. JUSTIFICACIÓN

La importancia de esta investigación se basa en la creación de una empresa dedicada a la confección de prendas tejidas a mano para la mujer y esto es algo nuevo e innovador para la ciudad de Barranquilla. Para ello se busca que las mujeres encuentren un lugar en el que puedan realizar las compras de prendas tejidas a mano.

Con este estudio se contribuye al desarrollo del sector de tejidos en lana hechos a mano de tal manera que se pueda contar con mas información sobre este oficio y sirva como base para investigaciones futuras, ya sea en nuevas creaciones de empresas o para ampliar el conocimiento de las prendas tejidas a mano; así la universidad tendrá un aporte, mas para hacerle a los estudiantes de cualquier facultad que se interesen en el estudio.

Este proyecto se considera importante porque con la realización y culminación de este, se generaría más empleo y mayores ingresos a la ciudad de Barranquilla. Con la creación de esta empresa se aprovechara al máximo el talento de las mujeres tejedoras, se pondría en práctica los conocimientos aprendidos, se entraría al mundo del comercio con una organización propia y se tendría siempre la visión de ampliar este mercado a nivel nacional.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la constitución de una empresa que confeccione prendas tejidas a mano para la mujer en la ciudad de Barranquilla.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar un plan de estudio de mercado que plantee la situación actual del sector.
- Estructurar un estudio financiero que muestre la viabilidad económica del negocio.
- Presentar un plan administrativo, que busque una posición competitiva en el mercado Barranquillero.
- Definir un estudio técnico que muestre los procedimientos adecuados para la confección de las prendas tejidas.
- Identificar el procedimiento legal que conlleven a la formalidad del estudio

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 ANTECEDENTES

Historia del tejido: en los museos de arqueología se encuentran entre otras piezas de gran valor y evidente importancia unos pedacitos de huesos casi insignificantes, son agujas de huesos previstas de un orificio cuyo proceso de fabricación puede reconstruirse comparándolos con los otros restos de huesos, encontrados simultáneamente. Esas agujas se remontan al periodo glacial, tienen una antigüedad de más de 10.000 años.

El desconocimiento que se posee de aquellos remotos tiempos impide saber exactamente lo que debía coserse, entonces con esas agujas de huesos. Es probable que principalmente fuesen pieles. Se sabe que en la edad de piedra, o por lo menos en sus últimos tiempos, existían tejidos hechos de fibras naturales. Con la aparición de los primeros hilos y telas de dichas fibras empieza realmente la historia del uso de la aguja.

En Egipto se llevaban vestidos y delantales de lino, que tejían en sus casas. Un trozo de lino real, con una antigüedad que se remonta a los siglos IV al II a.C. tiene tal finura y perfección que pone en evidencia el dominio de la técnica de estos primitivos tejedores.

El antiquísimo arte del tejido se pierde en la oscuridad de los tiempos primitivos los manuscritos, de imágenes de aquella época son muy incompletas, no dando idea clara de las condiciones que reunía el telar, los órganos del mismo para tejer y sus elementos auxiliares.

En las ruinas del antiguo Egipto se ha encontrado agujas fabricadas de piedras. Posteriormente los romanos las hacían de hierro, bronce y ejemplares de ellas bien elaborados en las ruinas de Pompeya. Del siglo IX a.c. proceden los estrechos tapices hechos en telares de Oslo. Y en la edad media los tapices fueron los mas preciados adornos de los salones en toda Europa central.

Las primeras agujas de acero fueron fabricadas en Nuremberg, Alemania en el siglo XIV, se dice que un español las fabrico en Inglaterra, durante el reinado de las primeras de las marías, pero murió sin revelar su secreto. Se atribuye a los chinos el haber inventado la aguja en la forma en que hoy se conoce y a los moros el haberlo introducido en Europa.

Bajo el nombre de tejido tela, en el más amplio sentido de esta palabra se entienden unos productos planos formados por el entrelazamiento regular de hilos o cuerpos filamentosos. Punto de partida de este arte es el trenzado, el cual se remonta a los tiempos más primitivos, con el experto manejo de juncos y ramas.

Durante los siglos XIV y XV alcanzaron gran celebridad los tapices de arras y Bruselas, algo mas tarde este arte alcanzaría en Flandes y Francia un florecimiento extraordinario hasta el punto que hoy seguimos denominando la técnica del tapiz, con el nombre del primer fabricante de tapices del país del siglo XVII, Gobelin. Las primeras telas se hicieron entrelazando y prensando los pelos largos arrancados de pieles cuando el hombre aprendió el arte de hilar y tejer, se hicieron los primeros tejidos.

En la historia del viejo oriente se encuentran muchos ejemplos de la existencia del tejido. Los sumerios, el primer pueblo histórico de mesopotámia, conocían ya alrededor de 3.000 años a.C. el hueso y el hilo; lo mismo puede decirse de los asirios y babilonios. Así mismo el tejido de seda chino se remonta a más de 1.000

a.C. En Europa el arte del tejido se conocía desde hacia unos cuantos miles de años los restos de tela tejida, halladas en algunas tumbas escandinavas, tienen una antigüedad de mas de 2.500 años. Los tapices que parecen ser original de la india pasaran a los asirios y a los egipcios la industria de la tapicería se cultivo así mismo en Constantinopla y Alejandría de donde paso a Italia extendiéndose en Europa especialmente en Francia.

Referencias Actuales:

Aunque existe pocas investigaciones acerca de este tema, hay algunos escritos en referencia tales como:

“El proyecto de la UPC y normas textiles en el que se constituye un centro pionero en Cataluña España, para el control de los defectos en los tejidos.”³ Este proyecto lleva como objetivo verificar las importaciones y exportaciones en todo lo que se refiere a tejidos, a través de maquinaria especializada. Ellos decretaron que los artículos y prendas tejidas a mano y a maquina no son 100% de calidad, y en su efecto se creo este proyecto, realizado en el mes de julio del 2002.

Otro proyecto llamado TEJE MUJERES, también se llevo a cabo en la provincia de Azuay en Ecuador donde: “su objetivo principal, que es ayudar a las mujeres pobres, jefes de familia a exportar y a participar en las EXPOFERIAS del mundo. Para que así ellas puedan demostrar que en ese país se realizan tejidos de calidad tipo exportación. Para ello utilizan la lana natural (de cultivo) y la lana de oveja, llevando acabo blusas, hamacas, bolsos, etc.”⁴ Aquí se puede apreciar que el gobierno de esa región muestra un mayor interés en este tipo de actividades debido a que estas madres muestran conocimientos y un excelente desempeño en ese oficio.

³ Extraído de la pagina www.upc.es/opc/castellana/noticies/acininvestigacion/2000/wiscontex.htm-13k-4k

Existe otro proyecto llamado FIDAMERICA MUJERES, en Chile, cuyo objetivo es “generar empleo y demostrar que las mujeres pueden sustentar a su familia, el estudio de esta problemática trata de ser una solución que permita un mejoramiento en la calidad de vida en ese país, ya que una persona por familia es la que trabaja y no cubre totalmente los gastos de un hogar, por tal motivo esta investigación propone la constitución de una empresa que realice productos tejidos en lana, entre otros proyectos, tales como: vestidos, blusas, pañoletas, bufandas, etc.”⁵ Circunstancia que presenta este proyecto nos muestra, que el oficio de tejer es una alternativa significativa en la realización de personas que buscan identificarse en el arte y ayudar a sus familias.

Aquí en Colombia se creó un programa llamado CENDAR (centro de investigación y documentación artesanal) su objetivo principal es “asesorar y capacitar a los artesanos colombianos que se dediquen al tejido en lanas de plantas y ovejas en estos momentos se realizan investigaciones en los municipios de Usiacuri (Atlántico), Sibundoy (Putumayo), Iza (Boyacá), Timbio (Cauca), Topaga (Boyacá), entre otros, con el fin de formalizar los grupos que se dedican a esta actividad para así lograr comercializar los productos tejidos”⁶

4.2 MARCO TEÓRICO

Existen varios temas acerca de cómo realizar tejidos de calidad, pero lo que en realidad no existe son teorías científicas o estándares de prendas tejidas a mano, debido a que esto es categorizado como un **hobby** desde la antigüedad pero que siempre se ha necesitado ya sea para vestirse, adornar u otras utilidades que le ha dado el hombre a través de la historia. Es por ello que aclaramos que no

⁴ Extraído de la página www.member.tipod.com/webesendas/tejemuje.htm.

⁵ Extraído de la página www.FIDAMERICA/fidalde/mujeres.htm

⁶ Extraído de la página www.artesantiasdecolombia.com.co/cendar/tejidos.htm

existen tales teorías en referencia a estudios de prendas tejidas. Pero si existen temas relacionados como conceptos de tejidos, procedimiento y tipos de tejidos.

Concepto de tejidos: son todos los productos elaborados con fibras hiladas que se cruzan haciendo un telar. La serie de hilos que constituyen el largo de los mismos toman el nombre de “urdimbre” y la serie que la cruza transversalmente formando el ancho de la pieza se denomina “trama”.

Tipos de tejidos a mano:

- tejido crochet
- tejido punto ganchillo
- tejido con dos agujas.

Procedimientos: en cada elaboración de prendas tejidas se tienen puntadas y técnicas diferentes, pero existen procedimientos generales como:

1. Seleccionar la lana y la aguja correcta en cada producto, ya que no todas las prendas se utilizan los mismos insumos.
2. comenzar con un trenzado que luego será la base de la prenda y de ahí parte a hacerse las puntadas.
3. realizar cada una de las partes por separados para luego unirlos, debido a que es mejor la unión de varias piezas, que hacerlo de un solo molde ya que se corre el riesgo de no amoldar la prenda a lo que se desea.⁷

⁷J. Rivera y otros. Manual de técnicas artísticas. Ed historia 16. Madrid 1997 Pág. 243 - 250

4.3 MARCO GEOGRÁFICO

Este estudio se realiza en el casco urbano de la ciudad de Barranquilla, Costa Norte del país para mujeres de la clase social media, estratos tres y cuatro.

4.4 MARCO CONCEPTUAL

Los términos claves en este estudio son los siguientes:

- Confección: Acción y efecto de confeccionar especialmente prendas de vestir, conjunto de trajes realizados en gran número y según medidas establecidas.
- Lana de oveja: pelo modificado por lo general suave y rizado que cubre el cuerpo de la oveja formando su pelambre y que por su característica se usa como material textil, formando un hilo.
- Huso: Instrumento para torcer y arrollar en hilado a mano. El hilo que se va formar.
- Lana de Planta: Sustancia Fibrosa, Blanca y suave que recibe la semilla, una planta llamada algodón. De la cual se hace hilo para realizar tejidos.
- Prendas: Ropa y accesorios utilizados por las personas.
- Tejidos: textil que se obtiene por entrecruzamiento de muchos hilos de forma ordenada que presenta una estructura de hoja flexible, resistente y elástica. Textura de una tela.
- Tejer: Hacer labores de tejido como: trencillas, ganchillos, entrelazar hilos etc.

4.5 MARCO LEGAL

Para formalizar la constitución de una empresa de este tipo en cuanto a calidad las normas técnicas de Colombia ICONTEC, (ministerios de desarrollo y artesanía de Colombia S.A.) proyectan un nuevo sello de calidad para las artesanías de este país, mediante un convenio de cooperación interinstitucional, lanzaron el 10 de abril, el nuevo “ Sello de Calidad Hecho A Mano ICONTEC”. Este nuevo sello, creado para el sector artesanal, tiene como objetivo favorecer la circulación en mercados internacionales y lograr posiciones arancelarias especiales de los productos elaborados a mano y asociados a una tradición. Este sello garantizará al mercado nacional e internacional que las artesanías son elaboradas a mano y que cumplen con los parámetros mínimos de calidad. Así mismo, cabe resaltar que la iniciativa para el desarrollo de este proyecto surgió de una idea presentada a la UNCTAD/OMC, (Centro de Comercio Internacional de Naciones Unidas para países en desarrollo) para identificar la naturaleza artesanal mediante un esquema de certificación, que permitiera distinguir los productos artesanales de otros bienes similares hechos por máquinas.

Requisitos Generales según ICONTEC en prendas tejidas; los diseños de la prenda tejida deben ser:

- Según técnica de tejidos: bordadas y lisas.
- Según efectos de color: a rayas de color unido.
- Según técnica y efecto de color: lampazos.

Las prendas tejidas se debe caracterizar por: Un tejido homogéneo en cada una de sus partes, Cuando la prenda es de una sola pieza, no debe tener costuras ni cortes, sólo un remate manual, Las medidas de la pieza central deben ir para lo

ancho, de orillo a orillo y para lo largo, de cadeneta a cadeneta (o comienzo de la cabeza), abarcando solamente la parte tejida del telar. El color debe ser uniforme en toda su longitud, la prenda no debe presentar manchas o áreas que evidencien pérdida de color. Su diseño es en bordadas o lisas, según técnica de tejido. La diferencia entre estas dos, está en que las bordadas Forman figuras geométricas con diferentes motivos y las lisas presentan un tejido plano, sin ningún diseño de motivos. A rayas o de color unido, según efecto de color. A rayas cuando se combinan dos o más colores en el sentido de la urdimbre y de color unido cuando se utiliza en su diseño un solo color. Lampazos, según técnica y efecto de color. Pueden ser rayadas dando efectos de color a lo largo del tejido.

Según las clasificaciones de diseño de la prenda, se deben tener en cuenta las siguientes condiciones:

- Toma de muestras y Criterio de aceptación o rechazo,
- Cada lote se inspeccionará en su totalidad para verificar si cada una de las unidades de producto cumple con los requisitos indicados en esta norma. Si la unidad de producto inspeccionada no cumple uno o más de los requisitos establecidos en esta norma, será rechazada.
- Aparatos: Un metro, Una aguja de mano y una maquina tejedora para complementar la confección.
- Procedimiento: se escoge la lana suficiente, y la aguja adecuada al tipo de producto, se procede a tejer, cuidando de cumplir con todas las puntadas y el numero de veces en repetirlas.
- El largo del tejido se determina midiendo de cadeneta a cadeneta y el ancho se determina midiendo de orillo a orillo.

- Determinación de la densidad del tejido: Este parámetro determina la fortaleza del tejido. Mediante una plantilla de 10 Mm. x 10 Mm., se determina el número de fibras tanto en la trama como en la urdimbre.
- Determinar la densidad se deben seleccionar cuatro puntos distribuidos a lo ancho y a lo largo de la prenda tejida, teniendo la precaución de colocar la plantilla de manera que uno de los lados quede paralelo a una de las fibras, con el propósito de contar el número de hilos de la urdimbre y de trama.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 TIPO DE ESTUDIO

Este anteproyecto se soporta con un estudio de tipo descriptivo porque muestra las características y aspectos de la inexistencia de una empresa que confeccione prendas tejidas a mano para la mujer, en la ciudad de Barranquilla. Además, en este estudio se detectaron las características, comportamiento y formas de conductas de un mercado.

5.2 MÉTODO

En este trabajo se utilizó el método inductivo, es decir la investigación se ha basado en la observación de factores que inciden en la necesidad que actualmente esta proyectando la demanda por parte de las mujeres en utilizar prenda tejidas a mano.

5.3 UNIVERSO, POBLACIÓN, MUESTRA

Actualmente el sector de tejidos a mano, cuenta con proyectos respaldados por la fundación Mario Santo Domingo denominado PROYECTO ARHUACO en la sierra nevada de Santa Marta. En el Atlántico se cuenta con las siguientes referencias de centros de artesanos:

- Centro Artesanal Usiacuri, Administrado por América Urueta en Usiacuri
- Asociación de Artesanos de Usiacuri, Administrado por Lesbia Zarate
- Taller Artesanal, administrado por el señor Manuel Pertuz en Galapa

- Taller San Martín, Administrado por Marcos Martínez, y COARTECO administrado por Guillermo Arrieta en Tubará.

En la ciudad de Barranquilla encontramos los siguientes almacenes que se dedican a enseñar oficio y comercializar estos productos.

- La casa del tejido calle 35 # 40 - 07
- La casa rosada, ubicada en la Cra 41 # 37 - 17
- La modista, Cra 44 # 70 – 102

5.4 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN

Entre las técnicas de recolección de datos mas comunes se encuentran:

- Observación: Se visitaran estratos medios de la ciudad para analizar el posible lugar de la fabricación y comercialización de las prendas tejidas a mano.
- Interrogativos: Entrevistas realizadas a personas en el gremio como Carlos Romero gerente de la casa del tejido y la exportadora de tejido de lana de oveja Aída Hernández.
- Base de datos: información de empresas que ayudaron a obtener conocimientos sobre las prendas tejidas a mano, tales como:
Fundación Mario Santo Domingo, DIAN, FENALCO, Cámara de Comercio de Barranquilla, SENA, DANE, MINCOMEX, PROEXPORT.
- Internet: Direcciones en las que habían proyectos de prendas tejidas a mano (A nivel internacional) los cuales sirvieron de ayuda para la investigación.

Tabla 1 Estudio de factibilidad para la constitución de una empresa que confeccione prendas tejidas a mano para la mujer en la ciudad de Barranquilla

[illegible]

7. PRESUPUESTO

Tabla 2 Análisis presupuestal del anteproyecto

ÍTEM	RUBRO	Q, EN MILES	FINANCIAMIENTO
GASTOS GENERALES	Transporte	\$ 60.000	Recursos propios
	Papelería	\$ 20.000	
	Impresión	\$ 42.000	
	Trascripción	\$ 42.000	
	Otros	\$ 15.000	
	Subtotal	\$ 179.000	
SERVICIOS GENERALES	Auxiliares	\$ 10.000	Universidad Simón Bolívar
	Investigadores	\$ 50.000	
	asesores	\$ 280.000	
	Otros	\$ 25.000	
	Subtotal	\$ 365.000	
LOGÍSTICOS	Equipos	\$ 100.000	Recursos Propios
	Materiales		
	Herramientas		
	Otros		
	Subtotal	\$ 100.000	
GRAN TOTAL			\$ 544.000

Fuentes: datos obtenidos por medio de asesoría (Ricardo Sandoval).

8. CAPÍTULOS

8.1 ESTUDIO DEL MERCADO Y PLANEAMIENTO DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS PARA LA CONFECCIÓN DE PRENDAS TEJIDAS A MANO

8.1.1 Investigación de mercados.

Para un estudio de factibilidad es clave la investigación de mercado debido a que el objetivo en este caso es constituir una empresa. Es por ello que la investigación nos muestra una panorámica de la situación en la hora de tomar decisiones.

A. Segmentación de Mercado:

- Geográfica:

El estudio se realizó en la costa norte en la ciudad de Barranquilla.

- Demográfica:

Sexo: Femenino

Edad: 15 – 45 años

Estado civil: Solteras o casadas con un núcleo familiar pequeño, no más de tres personas en su sitio de convivencia.

- Socio - económica:

Mujeres que trabajen con ocupación de oficina o lugar fijo de trabajo, con una educación mínima tecnológica y sus ingresos sean mayores a \$ 400.000 y que no sobrepasen el \$ 1'000.000 y de clase social media.

- Psicografica:

Mujeres con un estilo de vida semi-dinámico que gusten ser comunicativas, iniciar nuevas amistades, amantes del cambio y que les guste tener varias alternativas a la hora de vestir.

B. Hallar muestra: según investigaciones pasadas de este mismo tipo se obtienen los siguientes datos, siendo:

$$Z = 95\% - 1.95$$

$$p = 3\% - (0.3)^2$$

$$t = 5\% - 0.5$$

Reemplazar

$$N = \frac{(1.96)^2 * (0.3)^2}{(0.5)^2}$$

$$N = \frac{3.8416 * 0.09}{0.25}$$

$$N = \frac{0.345744}{0.25}$$

$$N = 1.38$$

C. Técnica recolección de datos

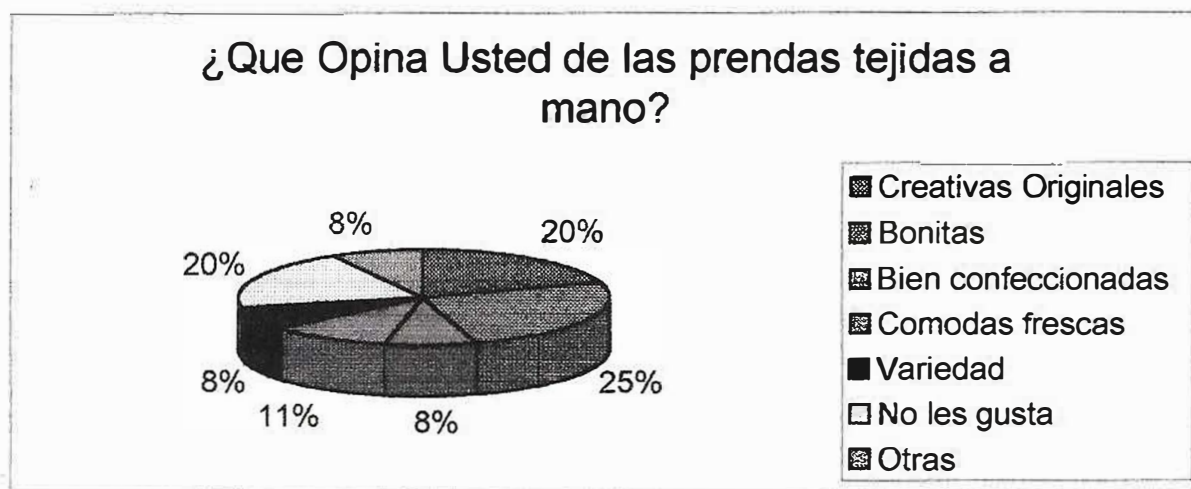
- Fuentes de información: Para la gran pregunta problema presentada anteriormente se utilizan, Fuentes primarias por medio de encuestas personales.

Las encuestas son de tipo estructurado – no disfrazado, porque tienen estructuras definidas y cuyos objetivos son claros para el encuestado. Los pasos propiamente en la recolección fueron:

- a. Distribución de material: Las encuestas fueron repartidas entre los integrantes del proyecto para un total de 140 encuestas personales.
 - b. La recolección: En la labor de campo; se obtuvo la información en dos lugares y fueron carrera 45 con calle 59 y calle 72 con 54, los días 28 y 29 de abril del 2003.
- Tabulación de datos: Encuesta de aceptación de una empresa que confeccione y comercialice prendas tejidas a mano en Barranquilla. **N = 140 encuestas.** Para tabular se debe tener en cuenta el número de preguntas (seis en este caso) y clasificar cada respuesta en cada pregunta, con la ayuda de una hoja de calculo (Excel) y se presenta gráficamente esa tabulación a continuación.

D. Resultados del sondeo de prendas tejidas a mano

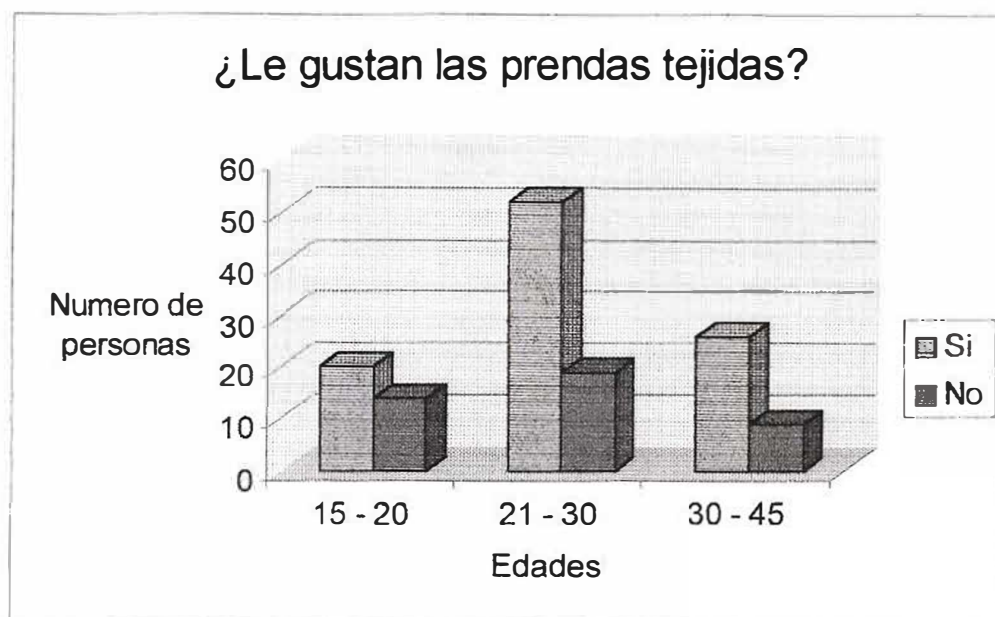
Gráfica 1



Otras: Da calor, se dañan con el roce.

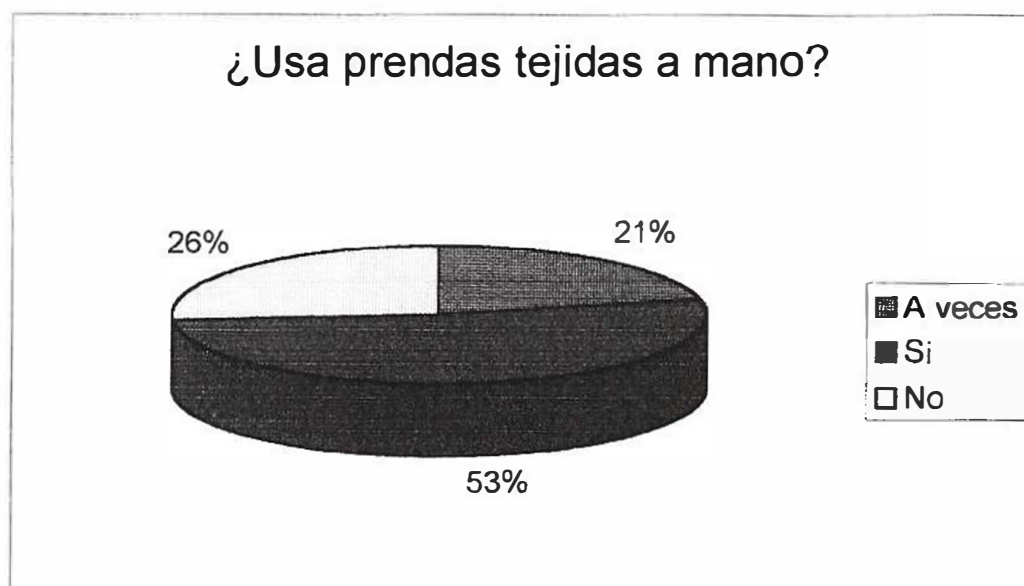
Fuente: encuestas personales - mujeres entre 15 - 45 años. Año 2003

Gráfica 2



Fuentes: encuestas personales - mujeres entre 15 - 45 años. Año 2003

Gráfica 3



Fuentes: encuestas personales, mujeres de 15 a 45 años – año 2003

Gráfica 4



Fuentes: entrevista

Gráfica 5 Opinión de las mujeres en relación a las prendas tejidas a mano.



Fuentes: entrevista.

Gráfica 6 Opinión de las mujeres en relación a las prendas tejidas a mano.



Fuentes: Entrevista

Según las encuestas realizadas muestra que a la pregunta ¿Qué opina usted de las prendas tejidas a mano? La gran cantidad de encuestadas perciben que son creativas, originales y muy bonitas. Hay que notar que existe un 20% que no les gusta. Eso se interpretaría como una parte del mercado al cual no se puede dirigir, pese a la segmentación que se hizo de mercado. A la otra pregunta de ¿le gusta las prendas tejidas? connota que las mujeres entre 21 a 30 tienen más aceptación de parte de este tipo de ropa, siendo las de 15 a 20 las que menos le llaman la atención. La pregunta que se refiere a el grado de conocimiento que poseen, en cuanto a lugares o empresas que vendan estas artesanías, arroja que; el 92% no conoce ningún lugar o empresa en Barranquilla. La cual nos permite entender que una empresa de este tipo puede ser muy acertada en Barranquilla. El otro restante nos dio nombres como; Taller artesanal en Baranoa, Almacenes de artesanías, Almacén donde venden mercaderías como la casa Rosada. Las encuestadas (Figura 5) expresaron que si existiera una empresa que vendiera prendas tejidas a mano, comprarían; en gran porcentaje blusas, y accesorios como, cintillos, correas y

cualquier accesorio para el cabello. Otro restante bolsos, faldas y vestidos de baño. Estas prendas ellas la comprarían en su gran mayoría a (85%) un almacén de confección por calidad, garantía, cumplimiento y exclusividad. Mientras que otras encuestadas se inclinaron por las tejedoras informales por costumbre, economía, confianza y la elaboración al gusto propio.

8.1.2 Plan de mercadeo.

El objetivo es constituir una imagen de marca, contrastada y particular como una manera de respaldar las ventas y posicionamiento, proyectada hacia la calidad creatividad y a gusto con las necesidades del mercado.

Tamaño de mercado: Actualmente grandes diseñadores están optando por esta alternativa de vestir, aumentando así este arte. En Barranquilla la estimación en número de usuarios es de 5000 mujeres aproximadamente.

Competencia: Las prendas tejidas a mano tienen poco o nulas competencias directamente, debido a que no existe una empresa que confeccione en esta localidad. Pero indirectamente sería la ropa a base de telas, ya que el consumidor deberá decidir entre comprar una prenda común o una tejida a mano.

Tendencia: A pesar que el tejido a mano a existido desde comienzos de la humanidad, a tenido a lo largo de la historia sus declives, pero nunca a dejado de utilizarse. La moda de hoy lleva como tendencia lo natural lo ecológico como fibras naturales. El uso de la lana de planta y de oveja es lo que muestra un panorama donde el común denominador será la utilización de estos materiales con mucha creatividad originalidad y calidad.

- Mercado Objetivo:

- a. Potenciales compradores según segmentos de mercado: resultado de las encuestas personales identifica mujeres de 22 a 35 años que trabajen independiente en la toma de decisiones y les gusta ser diferente a la hora de vestir, gustan del arte originalidad en artesanías
- b. Tipología de clientes: Los Clientes para las prendas tejidas a mano serán vistas desde cuatro puntos; físico, económico, psicológico y mercadológico.
 1. Físico: según analistas que han estudiado la relación entre el aspecto físico y la personalidad se encuentra que entre la “adecuada” a este mercado es el mesomorfo que tiene como características físicas; altas, fuerte, muy vital, dinámica les gusta vestir a la moda y gusta e cosas diferentes cada día, es social lo que mas le importa es el conocimiento y poder. Sus motivos de compra son; estatus, imitación placer sentimientos.
 2. Económico: según el modelo económico de Pablo, desarrollados en grupos sociales, como estilos de vida tienen los mismos gustos.
 3. Psicológico: se ubica dentro del cliente emocional, porque responde a los factores innovadores.
 4. Mercadológico: son aquellos que buscan variedad y emoción, probar lo nuevo, lo extraño no se sienten bien con la conformidad los experimentadores son consumidores avisados que gastan una proporción comparativamente alta de sus ingresos en ropa, música, películas y comidas rápidas.
- C. Ubicación de los posibles clientes: geográficamente el mercado objetivo se ubica entre la carrera 38ª a la carrera 60 y la calle 53 a la calle 76 en la ciudad de Barranquilla y en general otros sectores, de estos estratos 3 y 4 en el resto de la ciudad.

Para obtener un plan de mercadeo se debe tratar la estrategia de producto, de precios, de distribución y de promoción.

- **ESTRATEGIA DE PRODUCTO**

Las prendas tejidas son fuentes de arte, originalidad, y destrezas manuales que se juntan para confeccionar todo tipo de artículos, como blusas, vestidos, accesorios en los que se utiliza la lana o hilos mercerizados con la ayuda de una o varias agujas

Características del producto:

- a. Insumos: las prendas tejidas se encuentran estructuradas por los siguientes materiales:

Hilos 100% mercerizados de algodón el cual pueden ser calibre 8, 20 y 40

Hilo tipo Poliéster

Hilo seda tipo shogun

Hilo algodón crudo

Hilo algodón

Lana acrílica delgada

Agujas de tejer, calibre 0, 2, 3, 6, y 10

Agujas para croché o ganchillo # 5 y 20

Agujas de 3.50

Agujas Tricortar (especiales para hacer punto peruano).

- b. Diseños: como el estudio de factibilidad se está haciendo para la ciudad de Barranquilla donde el promedio de temperatura oscila entre los 26° y 30° C que da

como resultado la costumbre de usar ropa fresca, con diseños tropicales para no sufrir del calor del medio, es por ello que las prendas tejidas a mano se deben combinar los insumos y los diseños perfectamente, de tal manera que los materiales que los materiales sean frescos para dejar pasar el aire, y los diseños deben ser confeccionados de tal manera que las mujeres sientan que tienen cualquier otro tipo de prenda, estas pueden ser, escotes , manga sisa, sin manga sin cuellos altos y es ahí donde se ve el ingenio y la creatividad de los tejedores.

- c. Calidad: si hay algo que caracteriza las prendas tejidas a mano es la calidad, resto se debe al sumo cuidado en las técnicas que colocan las tejedoras, desde el principio de la confección dando prioridad a la calidad al igual que los insumos u diseños, de esta manera se convierten en la características relevantes en este producto.

- **MODELO DE PORTAFOLIO DE PRODUCTO**

En la industria de la moda los productos se agrupan por colecciones ya sea por el estado del tiempo (otoño, invierno, verano, primavera) o también por la utilización (hogar, noche, oficina etc.) Un marco general como este mostrara mas detalles:

Tabla 3 Modelo de portafolio de producto

LÍNEAS		
VESTUARIOS		ACCESORIOS
COLECCIÓN VERANO	COLECCIÓN PRIMAVERA	BOLSOS MORALES
Vestidos de baño	Vestidos de noche	Pañoletas
Pares	Vestido de día	Cintillos
Short	Slack y faldas	Zapatillas
Camisillas	Blusas	Otros

Tabla 4 Variable en la línea vestuarios

COLECCIÓN VERANO	FORTALEZAS	DEBILIDADES	POSIBLES SOLUCIONES
Vestidos de baño	Ultra moderna gran originalidad se puede usar como ropa exterior	Con el tiempo pierden elasticidad	· Puntadas súper ajustadas para proteger el ajuste
Pareo	Elegancia y muy femenino	Pierde elasticidad con la humedad	Sugerencias en la etiqueta no mojar con agua de piscina o mar
Short y camisilla	Cómodos flexibles descomplicados y muy sexy	Desgaste rápido	Instrucciones de uso y lavado

Fuente: datos obtenidos entrevista docente del Sena.

Tabla 5 Variable en la línea vestuarios

COLECCIÓN PRIMAVERA	FORTALEZAS	DEBILIDADES	POSIBLES SOLUCIONES
vestidos de día y de noche	Gozan de originalidad arte y distinción	Se rompen las hebras con el roce de objetos filosos	Sugerencias en la etiqueta y servicio de arreglo con la garantía de la compra
Blusas	Destella arte y exclusividad	Se rompen las hebras con el roce de objetos filosos	Sugerencias en la etiqueta y servicio de arreglo con la garantía de la compra
Faldas y Slack	Originalidad, exclusividad, variedad de diseño	Se rompen las hebras con el roce de objetos filosos	Sugerencias en la etiqueta y servicio de arreglo con la garantía de la compra

Fuente: Datos obtenidos entrevista docente del Sena Villareal Luisa.

Tabla 6 Variable en la línea de accesorios

ACCESORIOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES	POSIBLES SOLUCIONES
Bolsos morrales	Resistente siempre a la vanguardia, novedosos diseños y originalidad	Su durabilidad es poca en comparación al bolso o plástico	Recomendaciones en la etiqueta
Accesorios para el cabello	Gozan de arte y novedad	Pierden elasticidad con el tiempo	Recomendaciones en la etiqueta
Sandalias	Complementos con el vestuario tejido originalidad y arte	Pierden elasticidad con el tiempo	Recomendaciones en la caja de los zapatos

Fuente: Datos obtenidos entrevista docente del Sena Villareal Luisa

Empaque y etiqueta: las prendas tejidas a mano; por ser hecha de hilos, se deben empacar con sumo cuidado para ello el empaque también debe cumplir las funciones de contenedor, protección y promoción:

De Contenedor: para que puedan apilarse en almacenaje y transporte.

De protección: para que la prenda no se deteriore con el polvo la mugre, o líquidos derramados.

De Promoción: Diseños llamativos, bien elaborados ideal para regalar.

En cada prenda hay una etiqueta diferente.

- Empaques

Tabla 7

PRENDAS	CAJA	BOLSAS DE CARTÓN	BOLSAS PLÁSTICAS
Vestidos de día o de noche	Rellena con papel cometa		
Vestidos de baño y pareo		Con orificio de agarre	
Bolsos morrales			Resistente transparente
Sandalias	Rellena con tiritas de papel		
Blusas, slacks faldas, Short		Con orificios de agarre y motivos llamativos	
Accesorios para el cabello			Resistente transparente

Fuente: Datos obtenidos entrevista docente del Sena Villareal Luísa

- Etiqueta: Serán de tipo “hilo” debido a que debe estar sujeta con un hilo a la prenda y sujeta y por el otro extremo la etiqueta, con recomendaciones y sugerencias de cuidado de uso, además de precio y referencia

Ejemplos de etiquetas:

Cuidado en el lavado:

- Lavar en agua tibia
- No lavar en seco
- No utilizar lavadora
- No utilizar detergentes ni blanqueadores.
- Planchar en baja temperatura.

- No retorcer.

Recomendaciones de uso:

- Cuidar de no rozar las superficies filosas, puede romper una hebra del tejido.
- **Garantía:** Este servicio va ligado a la prenda desde el momento de la compra. El cliente deberá conservar su factura que viene adjunta a la garantía el cual tendrá una duración de 6 (seis) meses y tendrán derecho a que se tejan las hebras averiadas, ya sea en la manga cuello o borde de la prenda, si esta viene totalmente destrozada por quemaduras o manchas deberá cancelar por el arreglo de la prenda averiada.
- **Ciclo de vida del producto:** Como todos los productos las prendas tejidas a mano también cumplen su ciclo de vida estos son:

1. **INTRODUCCIÓN:** cada colección semestral será una nueva introducción de productos, con ella trae las estrategias de marketing para ello, se hará una publicidad de expectativa, como el objetivo general es la aceptación de las prendas tejidas, que mejor manera que realizar un fashion. Aunque inicialmente no se verán grandes utilidades normales, debido a los costos de producción y mercadeo, en esta etapa los precios al consumidor son altos para recuperar algunos costos de lanzamiento, mientras que al distribuidor el precio es un poco bajo para que ellos se hagan en un gran volumen de venta.

Las relaciones públicas: En esta etapa es cuando mas se trabajan, ya que las personalidades y medios influyen en la imagen que se desea proyectar sus esfuerzos van hacia las invitaciones especiales (periodistas de radio, prensa y televisión), invitaciones a empresarios de la moda logrando que ellos asistan.

La Publicidad: esta se encarga de comunicar el evento al público consumidor por medio de radio y comunicado de prensa, estos dos medios son los mas adecuados a este tipo de evento.

La venta personal: La estrategia promocional de esta actividad se da por agentes de venta que se deben entrenar previamente al lanzamiento de la campaña promocional, para enfrentar dificultades de clientes empresariales. En esta capacitación deberán saber:

- Organización de la empresa
- Insumo de las prendas tejidas
- Procedimiento de cada prenda, sus ventajas y desventajas.
- Garantía y servicio de la prenda tejida a mano.

La forma mas adecuada en que los agentes de venta se deben organizar para este tipo de producto e a través de una base de datos y dividiéndose la labor de agente comunicador, así:

Gráfica 7 Modelo del actual asesor comercial



Fuente: datos recopilados libro "mercadotecnia" Ed. CECSA, México, 1999Segunda Edición.

2. **CRECIMIENTO:** aquí se reforzaran la estrategias para que las prendas tejidas a mano comiencen a penetrar en el mercado, esto trae consigo la inquietud de posibles competencias, las utilidades se elevan con resultados pico, por el

aumento de la demanda y la publicidad, esta ira encaminada a mostrar los beneficios de manera moderada para que las ventas suban con el impulso del momento sobre todo para el consumidor final ya que a través de el distribuido querrá nuestra colección.

3. **MADUREZ:** aquí las estrategias van encaminadas al posicionamiento de marca de las prendas tejidas a mano, los precios se mantienen a fin de salir de la producción ya que solo habrá 6 (seis) meses para que cumpla todo su ciclo y es en esta etapa es cuando mas se debe aprovechar.

4. **DECLIVE:** aún para cuando la colección halla terminado su ciclo, las estrategias se reordenan para obtener todos los posibles beneficios y mantener el posicionamiento de la marca para la próxima colección. En esta automáticamente bajan los volúmenes de venta, entonces se debe bajar los precios tanto al consumidor como a los distribuidores, y la publicidad ira encaminada hacia descuentos y promociones.

- **PERSPECTIVA DE NUEVOS PRODUCTOS**

Las prendas tejidas a mano tendrán una colección cada 6 (seis) meses ajustándose a las tendencias y estilos de la moda para ello existen 2 modalidades. El primero es la asesoría de una diseñadora , y el segundo es la solicitud de mujeres que deseen ordenar su propio diseño exclusivo, por supuesto que este diseño no entra en la colección si no que es "servicio uno a uno". Para suprimir necesidades de el mercado.

- **ESTRATEGIA DE PRECIOS**

- **Objetivo:** establecer un precio justo y accesible al mercado objetivo y que contribuya a suplir costos y márgenes de utilidad
- **políticas de precio:** al colocar precios a la prenda tejida a mano debemos tener en cuenta:

- Sin la ayuda de la maquina tejedora, aumenta el precio de la mano de obra.
- los diseños: Influyen los acabados, y tiempo de elaboración
- la clientela a quien va dirigida: Si es a distribuidores o directamente al consumidor final.
- Si son productos nuevos; Tendrá precio de introducción por ser de lanzamiento.
- De acuerdo a las variedades del mercado: Si llegase a existir la competencia directa sobre estos productos, y la demanda del mercado.
- De acuerdo a la distribución: Almacenaje y transporte.
- De acuerdo a las formas de pago: Contado, crédito o por pronto pago.
- Productos en declive: Descuentos, promociones y ofertas.

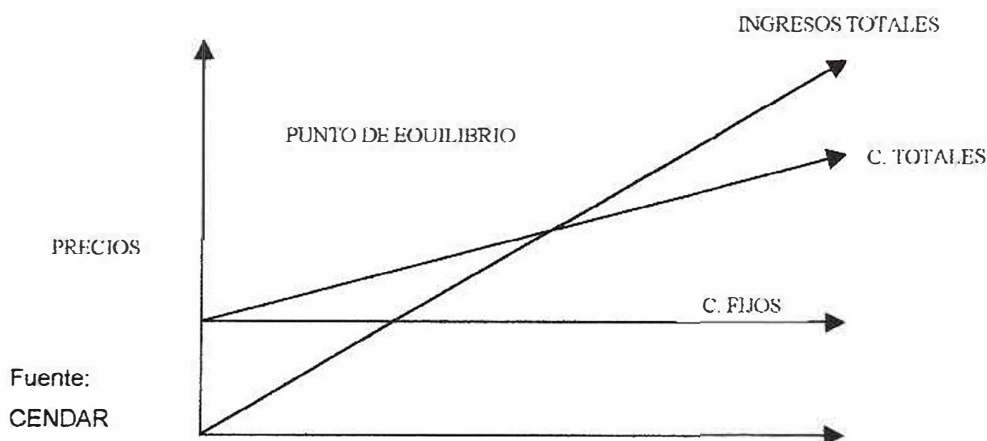
- **ESTRATEGIAS PARA FIJAR PRECIOS:**

la participación de prendas tejidas a mano en el mercado, a penas comenzará a introducirse en Barranquilla, es por ello que inicialmente se debe utilizar la táctica de precios de Penetración” Que consiste en un precio bajo, al comienzo del ciclo de vida del producto para romper y entrar al mercado. Ya que el objetivo es permitir que las prendas tejidas a mano, se establezca y sobreviva. Y por supuesto logre un posicionamiento confiable en el mercado. La fijación de esta táctica esta dada porque:

- El volumen de ventas de las prendas tejidas a mano es muy sensible al precio. (demanda elástica).
- Pueden existir fuertes amenazas de imitación poco después de la introducción, debido a que no hay protección de patentes, ni una elevada reserva de capital para producción.

Para aplicar esta estrategia, se debe conocer los costos, ingresos y la demanda que inciden, el precio de las prendas tejidas a mano.

Gráfica 8 Gráfica para determinar el precio de acuerdo a sus variables



- **ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN:**

la estrategia de lanzamiento en productos tejidos se realiza un fashion al aire libre ya sea en un parqueadero, centro comercial o en un parque, con el fin de que de esta manera el público note la presencia de la empresa .

Su objetivo promocional es comunicar al mercado objetivo la existencia de una empresa que confecciona prendas tejidas a mano para la mujer. Donde la venta

personal, la publicidad, las relaciones públicas y la promoción de ventas conlleven a la creación de imagen, mostrando la diferenciación de los productos tejidos para lograr un posicionamiento en el mercado. Entonces, se deben tener tácticas diferentes para cada ciclo. A continuación se darán desde la etapa de introducción hasta la etapa de declive en cada uno de sus elementos.

- ETAPA DE INTRODUCCIÓN:

- Las relaciones públicas: como apenas es de lanzamiento, estas personas deben buscar la forma mas estratégica de conseguir difusión del mensaje. Por lo general, realizando ruedas de prensa, asistiendo a programas televisivos de moda para dar a conocer estos productos, dando invitaciones a periodistas, empresarios de la moda y realizando presentaciones personales a clientes potenciales ayudándose de una base de datos secundaria y a la vez realizando otra base de datos primaria. En general ellos son los encargados de preparar todos los contactos posibles a los desfiles.

- la publicidad: en esta etapa se utiliza la publicidad de expectativa. Por los medios escritos (prensa) por los medios de audio (la radio), apoyándose en materiales P.O.P (volantes pendones y carteles). El objetivo publicitario en esta etapa no es solo expectativa si no invitar al consumidor final a que asista gratuitamente al fashion.

- La venta personal: para este momento ya deben estar previamente informados y preparados acerca de lo que es cada pieza tejida. El hecho de saber los insumos, los procesos y la forma de distribución y tener claro los objetivos de marketing , se proyectan hacia la persuasión del mensaje, y en la capacidad en que puedan

reflejar el mensaje promocional de la organización de un desfile de prendas tejidas a mano.

- Promoción de venta: existen muchas empresas de confección que en la etapa de introducción no utilizan esta actividad sino hasta la etapa de declive de la colección. Pero en el caso de las prendas tejidas a mano, es necesario hacerlo en esta etapa de introducción y en la de declive. Ya que se necesitan lograr ventas en el menor tiempo posible y que estimule el interés y se utilice para ventas futuras fuera de esta etapa. Además respaldar las otras actividades de la promoción. Por lo tanto, las técnicas mas adecuadas son:

- Puntos de ventas: se realizan actividades que inviten al consumidor a usarlo por primera vez
- Artículos Publicitarios: bolígrafos y llaveros impregnados con el logotipo de la marca.
- Cupones de Descuento: estos los puede adquirir el consumidor por medio de asistencia al fashion, por Internet o por correo a través de una base de datos identificada.
- Agentes de venta externos: las actividades que aquí se realizan van encaminados a incentivar la fuerza de las ventas que sirve como progreso al canal mayorista, las actividades de esta etapa son:
 - Descuentos directos: como el objetivo es realizar ventas lo más pronto en las prendas tejidas, hacer un descuento sobre las listas de precio o por las cantidades que compren en esta etapa de iniciación.

- ETAPA DE CRECIMIENTO

Las estrategias promocionales se aceleran en esta etapa y el objetivo es crear aceptación de las prendas tejidas y que prefieran la marca, aun cuando la campaña de lanzamiento ya este en su fase final.

- Las Relaciones Públicas: sus esfuerzos estarán en mostrar lo que fue del fashion, la aceptación y todo lo positivo del evento, tratando en que se publiquen la imagen a través de los medios invitados.

- La Publicidad: se siguen usando los mismos medios pero el mensaje deberá ser cambiado por ventajas del producto y ya no anunciado el desfile. Se debe crear afines; tanto para los públicos de ventas como para el canal mayorista. (Boutiques, tienda de vestir), Esto implica que ya debe establecerse un logotipo y slogan y el modelo de diseños en afiches, pendones y letreros de los puntos de ventas. En términos generales se refiere de una fuerte y agresiva publicidad para que ya sea menos en las 2 siguientes etapas.

- La venta Personal: para este momento los Agentes de Ventas, ya tienen mas experiencia y han "derivado" la mayoría de dificultades en el Mercado de prendas tejidas, por lo tanto las ventas fluyen con mayor facilidad, aparte del respaldo de la campaña de lanzamiento, la publicidad masiva, y las relaciones publicas. La promoción de ventas ya no debe ser necesaria; sus esfuerzos promocionales van mas encaminados en las capacidades y destrezas que posea como comunicador apoyándose de noticias del fashion, catálogos; y de la acogida que han tomado los tejidos a mano en el mercado.

- ETAPA DE MADUREZ

En esta etapa de la colección, los objetivos son; mantener e incrementar la lealtad hacia la marca de las prendas tejidas a mano. Las actividades se comportan así:

- Las Relaciones Públicas: comienzan hacer sondeos de opinión acerca de la eficacia, haciendo mediciones en ventas. Recolectando publicaciones favorables y no favorables, para mostrar resultados a las estrategias y así poder tomar decisiones que favorezcan la imagen.

- La publicidad: el objetivo publicitario es realizar publicidad de recordación y publicidad de promociones para fomentar compras repetitivas, por lo tanto la publicidad deja de ser agresiva y baja de intensidad. Solo se debe anunciar por radio y no por prensa; para este tiempo ya se han cumplido por lo menos 60% de los objetivos promocionales.

- La Venta Personal: en esta etapa es ideal incentivar a la fuerza de ventas con un concurso donde por un tope de ventas, reciban una bonificación en efectivo. Esto con el objetivo de incrementar las compras, esto con motivo que cuando llegue a la fase de declive, no existan cantidades abundantes de la colección.

El papel promocional que cumple agente comunicador es enfocarse sobre los mejores prospectos; los que tengan más probabilidades de adquirir las prendas tejidas a mano.

- ETAPA DE DECLIVE

En esta fase las estrategias promocionales se reducen para darle salidas a la colección. Cada actividad se comporta así:

- Las Relaciones Públicas: cumplen la función de organizar un evento para los clientes obtenidos en el transcurso de la campaña de lanzamiento. Este evento es para crear lazos comerciales e ir preparando "Terreno" para la próxima colección.
- La publicidad: son mas bien anunciando las promociones de ventas en los puntos de ventas. Ya no a través de radio ni prensa sino con volantes y material impreso en los puntos de ventas.
- La Venta Personal: se encarga de transmitir un mensaje de Rotundo éxito en la colección, apoyándose en esto como fortalezas para cerrar ventas.
- actividad de ventas: en esta etapa se centra en realizar actividades de "Salir de la Mercancía". Estas actividades pueden ser:
- Los paquetes precios especiales: ejemplo compre una blusa tejida y lleve otra a mitad de precio o compra el vestido de baño y lleve el pareo a mitad de precio.
 - Descuento directo sobre el producto: descuentos sobre la prenda tejida, mínimo el 10% sobre el precio de venta y máximo 30% de descuento.

- **ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN:**

El objetivo es minimizar costos y maximizar el servicio al cliente; esto implica contar con pocas bodegas, bajos inventarios y medios económicos de transporte, con el fin de realizar entregas de mercancías en el día y lugar que el cliente desea.

Las distribución física de las prendas tejidas cumplen con las siguientes actividades:

1. Administración de inventario: los puntos de ventas y el cliente minorista determinan cual es el número adecuado de productos tejidos, de cierto modelo y cuando ordenar.

2. Procedimiento de pedidos: los pedidos de los clientes son recibidos por el personal de ventas quien hace los arreglos para que la mercancía solicitada pueda embarcarse y facturarse.
3. Bodega y almacenamiento: los productos y artículos de temporada; como vestidos de baño y short, mantienen prendas en almacenamiento, para distribuir las desde la mejor ubicación y según sea conveniente, durante las temporadas.
4. Manejo de materiales: montacargas y carritos manuales se usan para mover la mercancía hacia dentro de las bodegas y puntos de venta.
5. Empaque protector y embalaje:
 - Vestidos de día o de noche: empacado en caja de cartón, rellena con papel en tiritas y se colocan en cajas de cartón de 12 unidades y se ponen en arrume máximo de 5 cajas.
 - Vestidos de baño y pareos: empacados en bolsa de cartón y se colocan en cajas de cartón de 25 unidades con un arrume máximo de 5 unidades.
 - Bolsos y morrales: empacados en bolsa plástica, y se colocan en cajas de cartón de 5 unidades y se hace arrume de 5 cajas máximo.
 - Sandalias: empacado en cajas, rellena con tiritas de papel, su arrume es en estantes.
 - Blusas, Slack, faldas, short: empacados en bolsas de cartón, y se colocan en cajas de cartón de 20 unidades . Su arrume es de 10 cajas.
 - Accesorios para el cabello: empacados en bolsa transparente, y se colocan en cajas de cartón, por 100 unidades, el arrume es de 3 cajas.

- **CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Por lo general en una empresa de confecciones se manejan 2 canales o solo uno de ellos, estos pueden ser:

1. Canal directo: puntos de venta de la empresa o concesionarios en grandes almacenes, es lo que mas se utiliza para tener el contacto directo con el consumidor, y evitar actividades de intermediación como transporte, precio final al publico y mayor conocimiento del producto.
2. Canal fabricante-detallista consumidor: con la ayuda de asesores comerciales, se llegan a las tiendas de vestir, almacenes y Boutiques para ofrecer las prendas tejidas. Con este canal la distribución se diversifica masivamente los productos una forma de distribuirse a los clientes es por zonas y con la ayuda de una base de datos actualizada se distribuyen por sectores, y llevando un control por sector de cada asesor, de esta manera se mide la eficacia de la distribución. El grado de distribución en cada canal es diferente, por ejemplo en el canal directo la distribución debe hacerse intensiva, es decir se realiza previa publicidad y se busca la máxima exposición de las prendas, mientras que en el canal fabricante - detallista - consumidor; la distribución se muestra selectivamente porque se debe seleccionar en que almacén, boutique y tienda de vestir se debe exhibir el producto, ya que la prenda tejida va dirigida hacia un mercado específico.

- **ELEMENTOS EN LOS PUNTOS DE VENTAS**

En los almacenes propios de una empresa de tejidos, lo mas importante es la imagen que proyectar para ello se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Variedad de mercancía: se realizan actividades de separación, es decir combinar las prendas con las blusas, y Slack con blusas, para ir ofreciendo alternativas al consumidor. La cantidad de mercancía de cada prenda, depende del conocimiento que tenga el administrador del punto de venta del

mercado objetivo y debe acoplarse a la selección de mercancía con esos deseos y también en base a ventas pasadas o pronosticadas de planificación.

2. La disposición: el espacio, el diseño interior y la atmósfera general del establecimiento, alumbrado, música, colores y evitar una percepción de aglomeración, se emplean para fomentar actividades favorables en los clientes.
3. Ubicación: las prendas tejidas, deben ubicarse en la parte mas adecuada del sector y en la población correcta. Se deben vigilar con cuidado los cambios que puedan afectar lo adecuado de una ubicación existente o trasladarse a un sitio mas atractivo. Otro aspecto son los establecimientos que están alrededor y el flujo de personas.

8.1.3 Procesos administrativos.

En una empresa que comercialice prendas tejidas a mano, es fundamental la organización en el recurso humano que da como resultado eficiencia y eficacia en producción de optima calidad. Este tipo de empresa se estructura así:

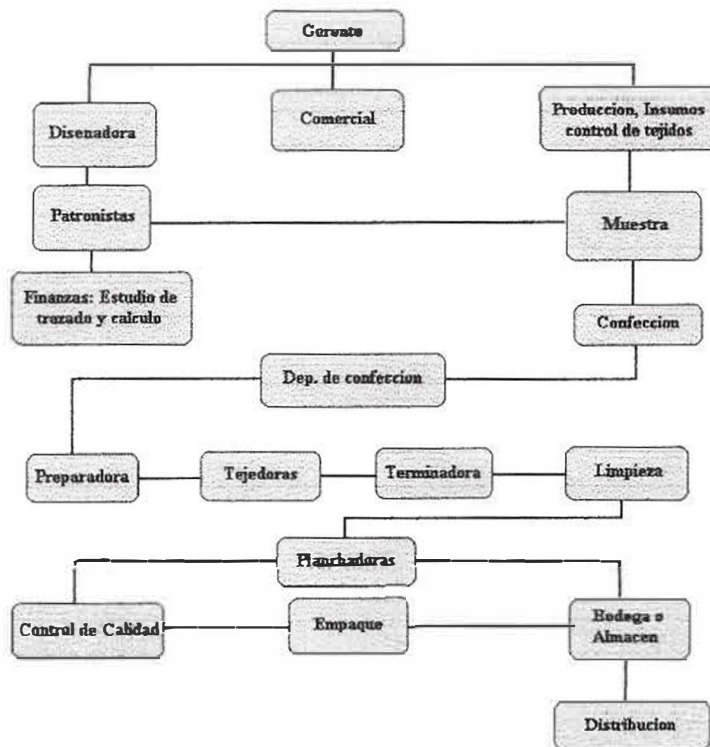
- **DEPARTA MENTALIZACIÓN**

- Departamento Financiero: que comprende lo que es; contabilidad, costos, crédito, cartera, presupuesto y nomina.
- Departamento Comercial: que se encarga de ventas, promoción, distribución, investigación de mercados y estudios de productos.
- Departamento de Producción: comprende, confección, control de producción, control de calidad, planchado, empaque, compras y transporte de mercancía.

- JERARQUIZACION:

En la organización de una empresa de confecciones se mantienen una secuencia de procesos tanto en la parte de producción, como en la parte administrativa, pero siempre están interactuando entre si para óptimos resultados, y abolir la incomunicación entre estas dos divisiones para lograr objetivos corporativos. A continuación se muestra un modulo de jerarquizacion.

Gráfica 9 Niveles de Jerarquizacion.



Fuente: Programa de diseño patronista, Villareal Luisa docente del Sena

- DEFINICIÓN DE CARGOS:

Para la constitución de una empresa de tejidos a mano, se necesita no solo de tejedoras si no también de un grupo integral de trabajo y estos se pueden dividir en tres grandes grupos:

1. OPERACIONAL:

- Diseñadora: Su creatividad es lo que da innovación y diferenciación en cada colección,
- Jefe de Producción: Se encarga de la elección de insumos para cada prenda de acuerdo a lo planeado por la diseñadora, además, vigilar el total proceso de cada prenda.
- Contaduría, Finanzas, Compras, Ventas, Distribución y Sistemas son las personas encargadas de conformar este grupo operativo.

2. TÉCNICO:

- Patronista: Este se encarga de hallar las tallas adecuadas y moldes de prenda.
- Preparadora: Es la persona encargada de organizar y entregar a cada tejedora los insumos y herramientas necesarias en el momento de cada inicio de las prendas.
- Tejedoras: Son las encargadas de tejer casi la totalidad de un producto. Esta confección puede ser a mano o también complementar con maquina tejedora.
- Terminadora: Es aquella que realiza funciones de acabado, como colocar botones, broches, cierres, hebillas (en el caso de sandalias), cordones y demás accesorios.

- Limpiadora: Esta se asegura de eliminar toda clase de residuos de insumos como hilo y pelusas.
- planchadora: trata de amoldar la prenda al modelo que se desea.
- Supervisor de control de calidad: Verifica el trabajo realizado durante y después de confeccionado cada prenda.
- Empacadora: Ubicar la prenda en forma adecuada para que llegue en optimas condiciones al almacén o clientes.
- Auxiliar de almacén de ventas y vendedores externos: Estas personas reciben la mercancía, cumpliendo con una serie de merchandising, y / o servicio al cliente para lograr la venta de la colección.
- Existen otros cargos al igual que en otras empresas son indispensables. Ejemplo: Aseo, Recepción y Portería.

3. ESTRATÉGICO:

- Gerente: Por lo general en este tipo de empresa es el propietario.
- Mercadotecnista: Se encarga de la investigación de mercados, coordinación de servicio al cliente, entrega a tiempo en la distribución, vigilar las actividades de los puntos de ventas.
- Administrador de Recursos Humanos: Seleccionar el personal adecuado al cargo, velar por el bienestar de los trabajadores y sus familias.
- Relaciones Públicas: Se encarga de Mantener la Mejor Imagen ante los clientes y consumidores y realizar eventos para la prospección.

SELECCIÓN DE PERSONAL EN PRENDAS TEJIDAS:

Al escoger personas que trabajen en este tipo de actividades artesanales, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos para cualquier cargo:

Perfil adecuado al cargo: conocimientos, capacidades y técnicas. No todas las personas poseen conocimientos y destrezas en este tipo de negocio.

- 1 Personalidad: para este tipo de empresa es preferible que los gustos, emociones, percepciones y actitudes vayan encaminadas al arte, a las manualidades. No es lo mismo una persona que halla trabajado en una empresa industrial que al llegar a una empresa donde deba tener mas delicadeza y destrezas en detalles a mano.
- 2 Capacidad de adaptación: que este listo a cualquier cambio que se presente en un momento, lugar o personas ya que en el mundo de las modas las cosas evolucionan muy rápidamente y se debe tener preparado a todo el equipo de trabajo.
- 3 La Familia: por lo general en empresas de confección de tejidos se encuentran familias de estratos medios y bajos, es por ello que se debe ser muy enfático en la educación, convivencia, costumbre y comportamiento, para crear un ambiente organizacional agradable en la empresa y que eso se proyecte en la imagen, en la producción y en las ventas.

8.2 CONCEPTOS DE TEJIDOS, ESTRUCTURAS TÉCNICAS Y LEGALES PARA LA CONFECCIÓN DE PRENDAS TEJIDAS A MANO.

8.2.1. Conceptos de tejidos.

- Estudio técnico de tejidos:

Al realizar un estudio técnico de tejidos se tiene en cuenta todos los insumos y sus costos en cada proveedor, y por supuesto una guía para trabajar con patrones en el tejido.

Tabla 8 Comparación de precios y proveedores por productos.

MATERIA PRIMA	PROVEEDORES		
	WILLIAMS CHAMS	FRANCO HNOS.	LA MODISTA
HILO CROCHET INDUSTRIAL	5300X50Grs	BLANCO COLOR #20- 33.600 33.650 #40- 30.000 27.850 #60- 22.950 25.950 EN CONO	No disponible
HILO SEDA SHOGUN	1050	NO DISPONIBLE	900
HILO ALGODÓN CALIBRE 8-20-40	BLANCO 3.800 COLOR 4.800	4.800 C/U	BLANCO 3.500 COLOR 4.400
HILO TRIDALIA	BLANCO 6.500 COLOR 9.900	BLANCO 27.700 COLOR 36.000 EN CONO	NO DISPONIBLE
HILO MACRAME	2.800	NO DISPONIBLE	2.800
LANA ORLON 2 HEBRAS	2.200	2.200	NO DISPONIBLE
HILO MATIZADO	4.500	NO DISPONIBLE	4.500

HILO CUERDA #9	3.300	3.000	3.300
MADEJA SEDA	1.900	1.350	1.500
MADEJA METALIZADA	3.000	2.500	2.700
HILO NYLON	NO DISPONIBLE	2.800	3.700
HILO CUERDA	3.300	NO DISPONIBLE	NO DISPONIBLE
LANA CAPRICHOSA	3.000	2.500	2.800
MANECILLAS DE MADERAS	3.950	3.200	3.500
AGUJA PARA TEJER O DE CROCHET # 0,1,2,3,5,6,10	1.000	800	1.000
AGUJA 3.50 PARA 2 AGUJAS	NO DISPONIBLE	NO DISPONIBLE	3.000
AGUJA #14 PARA TAPICERÍA	NO DISPONIBLE	NO DISPONIBLE	4.000
AGUJA TRICORTAR	NO DISPONIBLE	NO DISPONIBLE	2.500
BOTONES X12	#30 1.700 - #24 1.300	#30 1.500 - #24 1.100	#30 1.600 - #24 1.150
CHAQUIRAS Y PERLAS X DEDAL	CHAQUIRAS 400 PIEDRAS 1.100	CHAQUIRAS 250 PIEDRAS 1.000	CHAQUIRAS 300 PIEDRAS 1.000
CIERRES DE 15- 20	1.500	1.250 C/U	1.300
TIJERAS GRANDES	10.000	17.000 / 23.000	4.800 PLÁSTICAS
TELA FORRO DACRON	4.500	NO DISPONIBLE	NO DISPONIBLE
TELA FORRO SEDA AGUA.	4.200 / 3.800	NO DISPONIBLE	NO DISPONIBLE

Fuente: Cotizaciones de costos de insumos en tres distribuidoras junio / 03

Según el análisis de proveedores que se realizó en los tres diferentes distribuidores, se denota que Franco Hermanos, es la que posee costos bajos con las mismas condiciones de calidad de almacenes William Chams y la modista, aunque en el momento de la cotización no disponían de algunos insumos, venden todas las materias primas necesarias para la producción de tejidos. Además es el

único que suministra los hilos por conos grandes, es decir que al comprar el volumen de hilos y lanas cuesta menos, a diferencia de los otros distribuidores que solo venden por 100 gramos. La atención y el conocimiento profundo de todos los insumos, hace que sea la mejor alternativa en la elección de proveedores.

Para que las tejedoras confeccionen una prenda tejida deben saber el siguiente glosario para interpretar la guía de patrones de cada producto:

P.D = Punto Deslizado

P.R = Punto Raso

P.Bjs = Punto Bajísimo

P.E = Punto Enano

P.B = Punto Bajo

M.P = Medio Pilar

M.M = Medio Mono

P.M = Punto Medio

P.A = Punto Alto

M. = Mono o palote, varilla pilar, vareta

-Las puntadas mas utilizadas:

-En maquina tejedora:

- Nido de abeja
- Puntada espina

-A mano con aguja:

- Punto fantasía
- Puntos altos
- Puntos medios
- Puntos bajos
- Puntos bajísimos
- Cadenetas

- Punto mandarina
- Puntos altos reforzados / Puntos altos centrados
- Puntada piña
- Punto de aguja o peruano
- Punto filet
- Panelitas encontradas
- Punto red
- Abanicos, margaritas, flor

- A mano con dos agujas:

- Punto derecho
- Punto revés
- Cadeneta
- Montaje tejido
- Montajes puntos dobles

- Guía para trabajar con patrones en tejidos:

Una vez la diseñadora con la ayuda de la patronista toman las medidas de moldes, ya saben cuantas puntadas, gramos y accesorios llevara cada prenda; se pasa a dar la guía para trabajar con patrones, las instrucciones para las labores de crochet son un poco complejas y largas para ahorrar espacio y hacerlas fáciles de entender, se explica mediante un sistema de símbolos y abreviaturas. Todos ellos son fáciles de interpretar y cada patrón adjunta una clave para descifrarlo. Las abreviaturas que aparecen normalmente y que se emplean en el tejido de crochet aparecen a continuación.

- Símbolos de las instrucciones:

A continuación se dan los símbolos mas comunes en las instrucciones para elaborar tejidos:

COMAS: sirven para separar dos tipos de puntos tejidos en la misma labor; por ejemplo, si las instrucciones indican 2P.b. , 1P.bjs , habrá que tejer dos puntos bajos en 2 puntos de la vuelta anterior y un punto raso bajísimo en el siguiente punto.

GUIONES: estos hacen referencia a puntos ya tejidos que se utilizan como base para elaborar el punto siguiente, por ejemplo, si las instrucciones indican 2P.a en esp. De 2 cad. , hay que tejer dos puntos altos en el espacio formado por dos cadenetas en la vuelta anterior. El empleo de guiones es mas optativo que generalizado, ya que no aparecen en buena parte de la producción.

PARÉNTESIS: se utilizan en varios casos; al final de una vuelta, por ejemplo, (5P.b), indican el número de puntos realizados al final de la vuelta; en este caso se han tejido 5 puntos bajos. Si los paréntesis encierran una cierta combinación de puntos y van seguidos inmediatamente por una cifra acompañada, o si no de una X, la combinación de puntos deberá repetirse el número de veces que indica la cifra; por ejemplo, (1 Cad., 2P.b., 1 P.a.)3X significa que es preciso tejer tres veces 1 Cad., 2 P.b y 1 P.a., en este orden. Los paréntesis indican también variaciones de tallaje y el número de puntos que hay que tejer; por ejemplo, 5(7,9)P.v. quiere decir que habrá que hacer 5 puntos rasos o bajísimos para obtener la talla inferior y 7 y 9 para las superiores.

AUM.(MEN.)UNIF: esta indicación quiere decir que los aumentos (mengrados) pueden realizarse en el lugar que resulten mas conveniente, siempre que queden uniformemente espaciados. Así se obtiene el tamaño necesario al elaborar la prenda.

ASTERISCOS: en el contexto de las instrucciones indican que estas deberán repetirse desde el asterisco (*) hasta el final de la vuelta, o hasta donde especifique el patrón.

A continuación un ejemplo de una guía con patrones

TOP BLANCO

Talla: 10

Aguja: #3

Material: 600 grs. de hilo crochet industrial

Puntadas empleadas: puntos bajos, altos y cadeneta

Puntada a maquina: puntada espina

REALIZACIÓN:

Sobre 150 P. Teja a maquina 20 Cms. De puntada espina.

Para el borde, teja de la siguiente manera:

Primera canetera: 3 cad., 1 P.b., salte 2P. del tejido, 3 cad., 1P.b. y así sucesivamente hasta dar la vuelta al TOP.

Segunda canetera: téjala igual a la primera canetera apuntando el P.b en el centro del arco de las cad.

Tercera canetera: en un arco teja *3 grupos de cad., 3 P.a.d. juntos, 3 cad., 1 P.b. en el arco siguiente *.

Elabore 8 arcos de 10 cad. En cada uno de los extremos del TOP, para trenzar el cordón.

Para confeccionar el cordón teja 2 m. De cad. En 3 hebras.

Elaborado por: (nombre patronista)

Responsable: (nombre tejedora)

8.2.2 Importancia de las prendas tejidas a mano.

Es un factor esencial en la producción de artículos textiles, así como también el comportamiento de los procesos implicados en esta labor, como son:

La materia prima, los acabados y la comercialización del producto final.

El tema de la hilatura (arte de hilar la lana o industria y comercialización del hilado) es eminentemente técnico para desenvolverse con soltura profesional dentro de la industria textil y para ellos se necesita cierta familiarización con algo tan elemental que va desde la manufactura del hilo hasta el proceso final. Al poseer conceptos claros acerca del concepto de los hilos se facilita la comprensión de la tejedura y es indispensable para obrar correctamente en las confecciones.

Según las encuestas realizadas en la ciudad de Barranquilla entre mujeres de 15 a 45 años durante el mes de abril del año en curso se descubrió que las prendas tejidas gozan de gran aceptación con las mujeres ya que la tendencia a la moda se esta inclinando hacia los tejidos elaborados a mano. Aunque en la costa atlántica no se acostumbre a usar prendas tejidas diariamente debido a que se cree que aumentara el calor corporal, las mujeres costeñas han creado técnicas en las puntadas con hilos frescos seleccionados de tal manera que han permitido realizar prendas que no eleven la temperatura del cuerpo.

Además, los grandes diseñadores incluyen en sus colecciones cualquier atuendo tejido, mostrando creatividad y trayendo consigo la tendencia a las prendas tejidas.

Según investigaciones realizadas en INCUBAR DEL CARIBE, ACTUAR, PRO BARRANQUILLA, FUNDAEMPRESA, PROEXPORT, DANE, MINCOMEX y las encuestas realizadas se descubrió que en la ciudad de Barranquilla no hay un

sector estructurado, a excepción de la fundación Mario Santo domingo donde existe el proyecto de los indígenas Aruhaco, aunque sus tejidos no son iguales porque solo elaboran mochilas y hamacas con lana de oveja, pero hasta ahora es el único estudio similar que se puede tomar como base para el actual proyecto.

8.2.3 Aparición de las tejedoras

Desde la edad de piedra o por lo menos desde sus últimos tiempos se crearon los primeros tejidos hechos de fibras naturales, con la aparición de estos hilos y telas empieza realmente la historia del uso de la aguja.

Según hallazgos en las ruinas del antiguo Egipto este objeto (aguja) se fabrica a base de piedras, posteriormente los romanos las hicieron de hierro y bronce; se atribuye a los chinos el haber inventado la aguja en la forma que hoy se conoce y en lo moros haberla introducido en Europa. Las Primeras agujas de acero fueron fabricados en Alemania.

Entendiéndose este bajo el nombre de tejido de tela, los productos planos formados por el entrelazamiento regular de hilos, realizados por mujeres que tenían como punto de partida el trenzado. Este arte se remonta a los tiempos más primitivos con el experto manejo de juncos y ramas. Para concluir las primeras telas se hicieron entrelazando y trenzando los pelos largos de las pieles de los animales y mas tarde cuando la mujer aprendió el arte de hilar y tejer se hicieron los tejidos.

8.2.4 Plan de operaciones.

Este punto tratara lo relacionado con el área de producción, siendo esta parte fundamental del sistema de mercadeo, la financiación y los procesos de producción ya que todas estas funciones están interrelacionadas y por

consiguiente deben estar coordinadas, pues lo que se haga en una de estas áreas tendrán efecto en las otras.

El objetivo principal del proyecto en el área de producción es confeccionar grandes cantidades de prendas tejidas a mano de excelente calidad en los plazos previstos y con un mínimo costo par satisfacer plenamente las necesidades, exigencias y expectativas de las mujeres de la ciudad de Barranquilla.

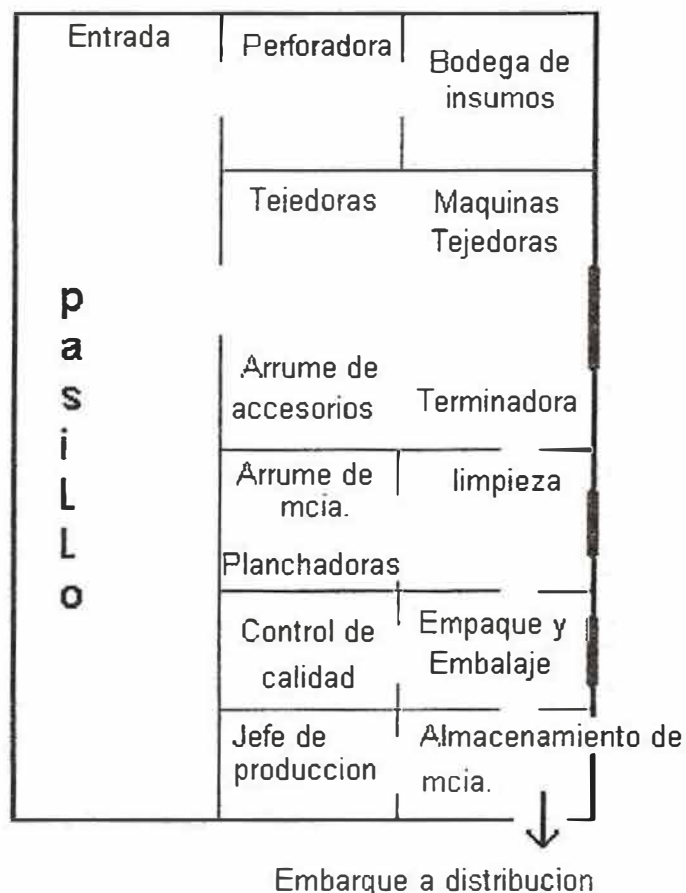
- Recursos de producción.

Para la confección de prendas tejidas a mano se dispone de los siguientes recursos:

1. El personal : en el capitulo anterior de la pagina 52 describe al personal técnico que corresponde a producción.
2. La materia prima: se seleccionan por calidad, costo y garantías que ofrezcan los proveedores estos pueden ser:
 - Coats cadera: que proveen hilos para coser, bordar y tejer.
 - Fabrica de hilos sedal Ltda.: provee hilo para tejer en crochet.
 - Tatis hermanos: proveen toda clase de lana mercerizada.
 - La casa rosada: ofrecen lanas, hilos y accesorios para el acabado de las prendas.
3. Las maquinarias o equipos: la utilización de una maquina tejedora complementa los productos tejidos, además se hace necesario las agujas de tejer, la plancha, mesas, un computador, que es utilizado por la diseñadora para su plan de producción.

4. La energía: se deben realizar estimaciones de costos y ubicar la empresa en un sector donde no existan cortes de energía, ya que debilita e interrumpe la producción diaria.
5. las instalaciones físicas: se debe estructurar un espacio suficientemente ventilado iluminado y cómodo para cada proceso de producción. A continuación se muestra un modelo de planta física en la elaboración de prendas tejidas.

Gráfica 10



Fuente: Villareal Luisa, Docente del Sena Programa de Diseño Patronista

Estos recursos se evaluarán según los criterios de cantidad, calidad, plazo y costo

Tabla 9 Recursos de producción

Recursos de Productividad	Criterios de Evaluación			
	Cantidad	Calidad	Plazo	Costo
Personal	13	Alta	Semestre	4316000
Energía	203 Kwh.	Media	Mensual	41.432
Maquinas Equipos	5	Alta	Semestral	11.000.000
Instalaciones físicas	1	Media	Anual	50.000.000

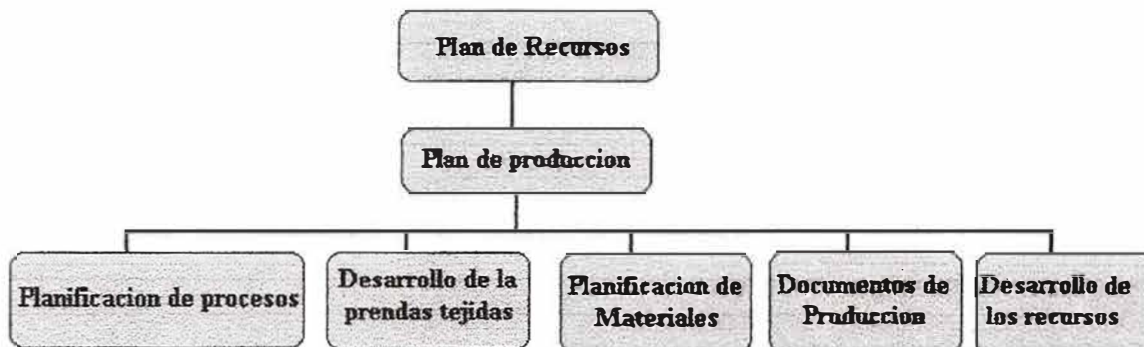
Fuente: modas tomado de seminario # 9 Fundación Mario Santo Domingo

Lo anterior es para medir el éxito e la utilización de los recursos y la orientaron de todos los esfuerzos hacia el objetivo de la producción.

- **PLANIFICACIÓN.**

Al planificar se garantiza la rentabilidad de la confección de las prendas tejidas a mano para la mujer en la ciudad de Barranquilla, interrelacionando los siguientes factores:

Gráfica 11 Niveles de Producción



Fuente: Fuente: Seminario # 9 Funda - empresa para el fomento empresarial

- INVENTARIO.

La mayoría de quienes fabrican artículos en línea, tienen que mantener suficiente mercancía disponible en todo momento ya que los clientes esperan recibir exactamente lo que desean en el momento en que lo desean.⁸

El inventario esta compuesto por:

Materia prima.

- Productos en procesos
- Artículos terminados.

Un inventario manejado debidamente tiene un efecto positivo en el flujo de fondos del programa de producción y utilidades. Es necesario contar con un sistema de control o de registro en la que este todo lo que entra o sale del inventario de esta forma se puede saber cual de los artículos tienen buena rotación, cuando renovar la materia prima y cuando producir la cantidad suficiente para los pedidos; esta información se puede llevar en tarjetas ordenadas alfabéticamente, en una libreta de hojas intercambiables o en un libro columnario (como el que se vera a continuación)

⁸ SEMINARIO taller de producción, fundaempresa, Pág. 5-6

LIBRO DE PEDIDOS E INVENTARIO DE EXISTENCIA DE LAS PRENDAS TEJIDAS A MANO PARA LA MUJER
EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA

Tabla 10

Articulo	Faldas (P.R=40)				Blusas (P.R=90)				Accesorios (P.R=50)				Bolsos (P.R=40)			
Fecha	Ped	Des	Prod.	Exis	Ped	Des	Prod.	Exis	Ped	Des	Prod.	Exis	Ped	Des	Prod.	Exis
JUN 9	20			50	35		40	90	30			29				45
JUN 10	5	5		45	20	15		75	20	10	20	79				
JUN 11	25				40		50	125			60	79	8	8		37
JUN 12	20	5		40	10	30		95	25	55	35	59	10			27

Ejemplo de un libro de pedidos e inventarios. Fuente: Seminario # 9 fundaempresa, para el fomento empresarial

P.R = punto de reposición (se deben pedir mas unidades del articulo)

Ped. (pedidos) = que se han recibido para este articulo

Des. (despachados) = salida de inventarios

Prod. (producidos) = las entradas del inventario

Exis (existencia) = el número de artículos que hay en el momento

- **VENTAJAS PARA EL MANEJO ADECUADO DEL INVENTARIO.**

- Reducción de los costos materiales comprados (Eliminación de la compra excesiva).
- Aumento e la eficiencia del personal (El control de las existencias ahorra tiempo, corrige interrupciones de producción y da solución a los problemas de reclamo de pedidos).
- Reducción de los costos de Confección.
- Reducción del capital invertido en existencias y de pérdidas ocasionadas en ella por deterioro, obsoletas, etc.
- Mejora la relación con los clientes (consiguiendo entregas mas rápidas y seguras)
- Crecimiento de la posición financiera (Consiguiendo mejor utilización del capital total invertido en almacenamiento de inventarios).

- **Criterios de Compras:**

Existe una forma muy sencilla de planificar las compras necesarias mediante la siguiente formula:

Consumo (Proyecciones de venta / periodo) + inventario final (El stock deseado) - inventario inicial (cuando se inicia un negocio es de cero) = las compras del periodo.

- Sistema de máximos y mínimos:

El inventario mínimo que se desea tener disponible, el monto de nuevos pedidos (unidades adicionales) la cantidad de nuevos pedidos.

- Inventario promedio: ejemplo, una fabrica consume 1.200 unidades al año de materia prima, es decir, al mes en promedio consume 100 unidades. Para poder satisfacer este consumo mensual, se puede comprar el primero de enero las 1.200 unidades de una vez, para todo el año, de tal manera que el 31 de diciembre del mismo año se agote la existencia de dicha materia prima:

Tabla 11 Ejemplo del inventario promedio de una Fabrica

Mes	Existencias
1 ENERO	1200
31 ENERO	1100
28 FEBRERO	1000
31 MARZO	900
30 ABRIL	800
31 MAYO	700
30 JUNIO	600
31 JULIO	500
31 AGOSTO	400
30 SEPTIEMBRE	300
31 OCTUBRE	200
30 NOVIEMBRE	100
31 DICIEMBRE	Q
TOTAL	$7.800 / 13 = 600$ unidades

Fuente: Seminario # 9 Funda - empresa para el fomento empresarial

Inventario promedio = inventario inicial + inventario final / 2 = 1.200 + 0/2 = 600 unidades

Por pequeña que sea la empresa es necesario planear la producción a fin de concentrar todo el esfuerzo en los productos que mejor se vendan.

- **NECESIDAD DE MATERIA PRIMA:**

A. Identificación:

se debe hacer la descripción detallada de los insumos necesarios para la confección de prendas tejidas es fundamental para la planificación de las compras y a su vez de los inventarios, teniendo en cuenta:

- la calidad
- sustitutos (con similares características)
- transporte
- plazo de entrega

B. Estándares de consumo:

se realiza la proyección de las necesidades de materia prima a continuación un ejemplo.

Tabla 12

PRODUCTO			REFERENCIA	
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	C. UNIT (\$)	COST. TOTAL
Hilo Algodón Calibre # 20 grm	Gramos	1.000	\$2.200	\$2.200.000
Lana Acrílica Delgada	Gramos	550	\$ 2.200	\$ 1.210.000
Aguja # 0	Gramos	10	\$ 1.000	\$ 10.000

Fuente: seminario # 9 funda empresa para el fomento empresarial

En las cuantificaciones de cantidades debe llevar el control de las compras de insumo;
 $Consumo + inventario\ final - inventario\ inicial = compras / periodo$

C. Análisis de materia prima:

Se debe conocer los proveedores de materia prima como equipos, garantías, calidad, y transporte: a continuación un ejemplo para controlar la disponibilidad de la materia prima

Tabla 13 Modelo de control de materia prima por proveedor

PROVEEDOR	PRODUCTO	FORMA PAGO	ENTREGA
COATS	Hilos de algodón de todos los calibres	Crédito 30 días	Cada 25 días
CEDAL limitada	Hilos para tejer, crochet	Crédito 30 días	Cada 30 días
TATIS HERMANOS	Lana mercerizada todos los calibres	De contado	Inmediata
CASA ROSADA	Accesorios para acabados	DE contado	Inmediata

Fuente: Seminario # 9 Funda empresa para el fomento empresarial.

8.2.5 Determinación de los factores de producción.

A. Estándar de productividad: son los valores de referencia utilizados para la planeación, programación y control de producción, presupuesto de mano de obra, determinación de capacidad, requerimiento, equipos y planeación de materias primas. Entre los estándares mas usuales están:

- Estándar de tiempo: este permite potenciar el trabajo y obtener incrementos significativos en los costos de producción. En una empresa de tejidos a mano, el tiempo es factor fundamental y podemos citar un ejemplo:

Para determinar el nivel normal de ejecución de 100% de una frecuencia para producir una unidad se le agrega una tolerancia de 10%.

Tiempo Normal por Unidad = 1 Hra 50 Min.

Tolerancia 10%=0.15 Min.

Tiempo Estándar = 1Hra 65 Min.

Minuto Estándar Sobre Unidad = 1Hra 50 Min. $(1.50 \times 100\% = 1.65)$

Minuto Estándar Sobre 100 Unidades = 1 Hra 65 Min. $\times 100 = 1.65$

Horas Estándar Sobre 100 Unidades = 1Hra 65 Min. $\times 100 = 1.65$ Min.

Horas Estándar Sobre 100 Unidades = $1.65 \times 1 \text{ Hra} = 60 \text{ Minutos} = 2.75$ (Este es el tiempo que se emplea para producir una unidad).

- Estándares de producción:

Unidades / hora = 1.65 min. / unida y 1hra / 60 min. $0.0275 = 1$

Unidad / 0.0275 Hra = 36 unida / Hra

Unidades / turno = 36 y 8 = 288 unida / turno de 8 horas

- Estándares de mano de obra:

Jornada por turno / día = \$11500

Costo / hora = $\$1500 \times 1 / 8 = \187.5

Costo / 100 unida = $\$187.5 \times 2.75 \text{ hrs.} / 100 \text{ unida} = \515.63 , a este valor se le debe adicionar un porcentaje de 30% como beneficio social (impuestos prestaciones legales y extralegales) entonces, las 100 unidades cuestan \$670.32

- Estándares de materia prima:

No solo implica los insumos, si no el material de empaque, para que las prendas se fabriquen en optimas condiciones.

Tabla 14

COMPONENTES	COMPOSICIÓN Kg. (100%)	PERDIDAS EN PROCESO	PERDIDAS EN EMPAQUE (%)	ESTÁNDARES DE MATERIA PRIMA
POR 100 Kg. LANA ALGODÓN	96.0	10.5		106.5 Kgs
ACCESORIOS	2.0	1.0		3000 unida
TELA FORRO	3.0	0.5		3.50 Kg.
ETIQUETA	0.5		0.1	6000 unida
CAJA DE CARTÓN	1.0		0.2	3000 unida

B. NECESIDAD DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Es de suma importancia conocer los proveedores, requerimientos especiales de instalación y montaje, herramientas, repuestos, garantías, mantenimientos preventivos.

C. NECESIDAD DE MANO DE OBRA

Es igual de importante conocer las funciones que se han de realizar en cada proceso, con esto se lleva a distribuir para cada persona y además conseguir el personal calificado

8.2.6 Organización de la producción.

La forma en que se realizan las operaciones de producción en tejidos a mano es de la siguiente manera:

1. La diseñadora con la ayuda de la patronista deben sacar la muestra de cada prenda a producir.
2. La muestra pasa a las tejedoras, estas se dirigen hacia la preparadora, para que le suministren el insumo correspondiente.

3. Las tejedoras pasan a tejer en la maquina si la prenda lo amerita o comenzar a hacer las puntadas del tejido. Si el artículo amerita maquina tejedora, los bordes y remates se adecuadamente con la puntada adecuada.
4. Una vez la prenda predeterminada pasa a la terminada que se encarga de colocarle los accesorios como hebilla, cordones, botones, cierres y forros de tela.
5. Una vez terminada la prenda pasa a la limpiadora que se encarga de pulir toda la superficie, eliminando, pelusas e hilos.
6. Luego este arrume pasa a la planchadora quien se encarga de darle forma a la prenda para que quede acomodada en su empaque.
7. El supervisor de calidad, no solo vigila el producto total terminado, si no que además, vela que en cada uno de los anteriores procesos, no se corra el riesgo de perdidas del producto.
8. Pasa a su empaque correspondiente, el embalaje y arrume debe hacerse en un lugar seco, limpio y ventilado.

- **DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE UNA PLANTA DE TEJIDOS A MANO:**

La distribución se realiza de tres modos:

1. Por procesos: en total son ocho procesos, cada uno de ellos tiene su espacio en la planta física como lo muestra la Grafica 10 de la pagina 64.
2. Por producto: en las bodegas se distribuyen por arrume de un mismo producto y en ese arrume se clasifican por talla.
3. Por la planta física: inciden muchos factores a la hora de hacer la distribución de la planta física como son:
 - F. Material: implica la materia prima, materiales en procesos, productos terminados, productos rechazados.

- F. Hombre: tiene que ver con mano de obra directa, mano de obra indirecta, condiciones e trabajo y seguridad.
- F. Movimiento: el desplazamiento de materia prima, de las prendas en procesos, prendas terminadas.
- F. Maquinaria: en la gráfica 10 de la pagina 64 puede verse que el espacio de maquinas tejedoras debe estar ventilado, espacioso y separado del resto de procesos de producción.

8.2.7 Estructuras legales para la confección de prendas tejidas a mano.

Existen ciertos requerimientos para construir una empresa, en este caso no es solo lo que la economía estipula como requisito si no además se debe prever la ubicación de la empresa y si tiene condiciones favorables como vías de comunicación, costo de transporte, y si existe alguna competencia cercana para que el ruido y los residuos no afecten al sector en que se ubica. El ruido de las maquinas tejedora y las pelusas corren un riesgo, que debe ser rechazado por los transeúntes del sector conllevando esto a demandas de desalojo , Los requerimientos legales por lo general son los siguientes:

- Normas y reglamentos:

El gobierno a decretado que todo empresario es automáticamente recaudador de impuestos el órgano legislativo también a creado numerosas leyes de las cuales a consignado aquellas que se deben y no se deben hacer como empresario, estas normas son aplicables únicamente si se tienen mas de 15 trabajadores (pyme), menos trabajadores son microempresas, si las instalaciones funcionan en un local independiente.

1. Impuesto a las ventas: se cobra sobre todas las ventas efectuadas directamente al consumidor ante el gobierno, el empresario tiene la responsabilidad de cobrar un impuesto y remitirlo cada cierto tiempo. La DIAN proporciona los formularios necesarios, con las instrucciones pertenece y las fechas de entrega del impuesto.
2. Retención en la fuente: una es las razones de que el trabajo se duplica cuando se contrata personal.
3. Licencia de funcionamiento: esta licencia tiene un costo y se debe renovar anualmente, las instalaciones y punto de venta de las prendas tejidas a mano pueden funcionar en un domicilio, si no hay que someterse a los requisitos de sanidad,. Funcionamiento, zonificación, construcción etc. También debe pagarse impuestos prediales de industria y comercio. Aunque estos es mejor hacerlos antes de abrir el negocio al publico y consultar con los organismo competentes.
4. Contratos de ventas: la forma que adopta un contrato desde un simple acuerdo verbal hasta un documento legal de 20 paginas. Las siguientes son algunos de los puntos que deben incluirse:
 - 1) Si se trata de la venta de una confección exclusiva:
 - a. Fecha de la venta, nombre del comprador, descripción de la prenda tejida, precio. Y fecha de entrega.
 - b. Condiciones de pago: crédito, credicontado, contado.

Si el Trabajo exige una inversión sustancial e tiempo y materiales se pueden establecer los siguientes pagos:

- A la firma del contrato, como honorarios por concepto de diseño.
- Al concluir determinada fase del trabajo
- Al entregar la prenda tejida
- Derecho reservado de producción de la prenda tejida los requisitos se hacen un poco pesados; se hacen necesarios debido a que en un sector residencial no permitían grandes avisos, flujo de vehículos y en general la contaminación del ambiente (ruido de las maquinas tejedoras, pelusas).

2) Si se dejan las prendas tejidas a mano en consignación , en un almacén galería hay que establecer:

- El precio de venta y la manera de fijarlo
- El porcentaje que se debe recibir(suele ser entre 70 y 75%, cuando el negocio se hace con tiendas de artesanías algunas galerías exigen un porcentaje mayor)
- Si se conceden derecho exclusivo de la tienda o almacén especificar la zona
- Si la tienda o almacén recibe alguna comisión sobre la venta efectuada
- Quien se hace cargo de asegurar el trabajo mientras se exhibe
- La duración del convenio

Aunque si la empresa se inicia en una incubadora de apoyo estos requerimientos se omiten, ya que el gobierno actualmente tiene planes para el fomento empresarial, de tal manera que no obligan al empresario a cumplirlas durante un periodo de 5 años o también si el proyecto es amparado por plan sencillo recibirá financiamiento sin desembolso y no pagara por 4 años algunas implicaciones para que la empresa prospere sin tantos contratiempos.

8.3 PRESUPUESTO FINANCIERO

Tabla 15 PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

	BLUS A	FALD A	BOLS O	VESTIDO DE BAÑO	ACCESORIO S
VENTA PRESUPUESTADA	36	16	16	20	20
INV. FINAL DESEADO	6	7	7	8	8
NECESIDADES DE PRODUCCIÓN	34	24	24	28	28
INV. INICIAL	0	0	0	0	0
PRODUCCIÓN REQUERIDA	34	24	24	28	28

Tabla 16 PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

	BLUSA	FALDA	BOLSO	VESTIDO DE BAÑO	ACCESORIOS	TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA 1.852.000
PRODUCCIÓN REQUERIDA	34	24	24	28	28	
VALOR MANO DE OBRA DIR.	14.000	16.000	18.000	15.000	5.000	
TOTAL COSTO MANO DE OBRA DIR.	476.000	384.000	432.000	420.000	140.000	

Tabla 17 PRESUPUESTO DE COMPRA PARA MATERIALES

	FALDA		BLUSA		BOLSO				
	HILO DE ALGODÓN	AGUJA	HILO MATIZADO	AGUJA	HILO MERCERIZADO	FORROS DE SEDA	PIEDRA	AGUJA	CHAKIRAS
REQUERIMIENTO DE PRODUCCIÓN	9600	24	6800	17	7200	19	20	24	24
INVENTARIO FINAL DESEADO	1440	4	1020	3	1080	43	54	4	4
NECESIDADES A COMPRAR	11040	28	7820	20	8280	1963	414	28	28
INVENTARIO INICIAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL A COMPRAR	11040	28	7820	20	8280	1963	414	28	28
COSTO PARCIAL MATERIA PRIMA	48	100	45	800	44	38	83	800	800
COSTO DE COMPRA	52992	22400	351900	16000	364320	74594	34362	22400	22400

	VESTIDO DE BAÑO			ACCESORIOS (CINTILLO)		TOTAL
	HILO DE CUERDA	FORRO DE SEDA	AGUJA	LANA DILON	AGUJA	
REQUERIMIENTO DE PRODUCCIÓN	5600	560	28	840	28	1712030
INVENTARIO FINAL DESEADO	126	13	4	126	4	
NECESIDADES A COMPRAR	5726	573	32	966	32	
INVENTARIO INICIAL	0	0	0	0	0	
TOTAL A COMPRAR	5726	573	32	966	32	
COSTO PARCIAL MATERIA PRIMA	30	38	800	30	800	
COSTO DE COMPRA	171780	21774	25600	28980	25600	

Tabla 18 PRESUPUESTO DE REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA

	FALDAS			BLUSAS		
	VALOR MATERIA PRIMA	MATERIA PRIMA A UTILIZAR	COSTO PARCIAL	V.M.P	MPU	CP
HILO CROCHET IND.				4500	200	9000
HILO DE CUERDA						
HILO DE ALGODÓN	4800	400	19200			
LANA ORLON						
HILO MERCERIZADO						
FORRO SEDA DE AGUA						
AGUJA # 0,1,2,3,4,5,6,7,8	800	1	800	800	1	800
PIEDRAS # 12						
CHAKIRAS						
COSTO PARCIAL			20000			9800

	VESTIDO DE BAÑO			BOLSOS			ACCESORIOS (CINTILLOS)			TOTAL VALOR
	VMP	MPAU	CP	VMP	MPU	CP	VMP	MPU	CP	
HILO CROCHET IND.										57360
HILO DE CUERDA	3000	200	6000							
HILO DE ALGODÓN										
LANA ORLON							2200	30	660	
HILO MERCERIZADO				4400	30	13200				
FORRO SEDA DE AGUA	3800	20	760	3800	80	3040				
AGUJA # 0,1,2,3,4,5,6,7,8	800	1	800	800	1	800	800	1	800	
PIEDRAS # 12				1000	15	1250				
CHAKIRAS				250	1	250				
COSTO PARCIAL			7560			18540				

Tabla 19 PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

SUELDO	COMISIONES	PUBLICIDAD	DEPRECIACIÓN	PRESTACIONES SOCIALES	ARRIENDO	SERVICIOS PÚBLICOS	TOTAL
6.300.000	185.200	370.400	180.000	3.150.000	200.000	180.000	4.265.000

PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTA

Materia prima requerida	\$10.118.580
Mano de obra	\$11.112.000
Gastos indirectos	\$ 1.210.000
Costo de producción	\$22.440.580
(Más) Inventario Inicial Disponible	- 0 -
(Menos) Inventario final	- 0 -
Costo de venta presupuestado	<u>\$22.440.580</u>

ESTADO DE RESULTADO PRESUPUESTADO

Ventas	\$36.824.461
(-) costo de ventas	\$22.440.580
Utilidad bruta	<u>\$14.383.880</u>
Gastos de operación	<\$4.165.600>
Utilidad de operación	<u>\$10.218.281</u>

ANÁLISIS DE RESULTADO

El estudio arroja como resultado que en Barranquilla, existe una gran atracción hacia el arte que representa esta prenda, pero que también existe cierto escepticismo para usarlo por las altas temperaturas de esta ciudad, aun así las utilizarían si el diseño y la lana fueran frescas. Aunque existe otro gran número que no les atrae y en su gran mayoría son adolescentes, esto tal vez a la gran aceptación que gozan las telas con fibras plásticas y que gustan por el estilo universal que representan.

Por otro lado en caso que llegase a constituirse una empresa de este tipo Barranquilla cuenta con mano de obra capacitada, variedad de insumos a bajo costo, instalación apta para la instalación y cumplimiento con todas las implicaciones legales, planes estratégicos como precio, distribución, publicidad e innovación de productos, soportado con un presupuesto estimado, que indica, que la constitución de la empresa es viable, y que puede ser acogida por una incubadora de empresa, teniendo como prioridad satisfacer las necesidades y alternativas de una nueva forma de vestir.

RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES

En Barranquilla, si es factible constituir una empresa que confeccione prendas tejidas a mano para la mujer, por las siguientes razones:

- La gran popularidad y satisfacción de quienes usan y admiran esta ropa por su originalidad. Esto basado en las encuestas realizadas y expresadas en el primer capítulo, por lo tanto si puede ser una alternativa a la hora de vestir.
- Por el talento, la experiencia, capacidades y destrezas que poseen las tejedoras en estas artesanías y que actualmente se presenta como un *hobby* o una informalidad por obtener algunos ingresos ya sea dictando clases o realizando prendas por encargo. Pero que se puede convertir en una fuente de empleo personal y ayudar a consolidar el gremio contrarrestando el progresivo desempleo en la ciudad.
- Las inversiones en producción; como mano de obra, insumos equipos y distribución, son a muy bajos costos y se consiguen fácilmente en la ciudad, es decir no representa gastos de importaciones ni traslados desde otras ciudades del país. Esto esta basado en el capítulo II y pronosticado en el plan financiero del capítulo III.
- Por las estrategias aplicadas por el mercadeo como: precios competitivos y accesibles que dan precios justos sin alterar las ventas ni las compras en los consumidores. Por la publicidad que se den a los desfiles y la forma en que las relaciones publicas y las fuerzas de ventas muestran la imagen de la empresa, y contribuye a que esta prospere.

Las recomendaciones van dirigidas hacia todas aquellas personas interesadas en el tema de las artesanías, que pretendan constituir, una empresa de este tipo. Lo recomendable para cubrir la demande existente en Barranquilla, seria empezar como una microempresa, para que poco a poco puedan ir escalando hacia la mediana empresa, ya que estas están libres de algunos gastos y pueden entrar a "jugarse" con mas desenvolvimiento de deudas y dedicarse a cumplir sus objetivos de mercados.

Otra recomendación va dirigida a crear un sistema de vendedor-investigador; donde este desarrolle el olfato hacia los gustos y comportamientos de los consumidores ya que de ellos depende como se enfocan todos los planes corporativos. Este sistema organizándolo adecuadamente reduce gastos de contratar investigadores, de tiempo y además crea un sentido de pertenencia hacia la empresa.

Otra es contratar personal que se ajuste al cargo y no eligiéndola por ser familiar o amigo ya que se corre un gran margen de error de que esa actividad asignada no se cumpla a cabalidad.

BIBLIOGRAFÍA.

DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO. Editorial Planeta. Madrid 1984. Tomo 10

GALINDO Claudia Revista Crochet editora cinco, edición numero 5, año 2002.

WILCHES B Wilson. seminario – taller para el fomento de la iniciativa empresarial

Cuadernos # 1, 2, 4, 5, 6, 7, 9, 10. Ed. Enero de 1991, Cali

G. HYNES William Como iniciar y administrar un negocio de artesanía. Ed. Norma.

Año 1993. Canadá

ZIKMUND William y D'AMICO Michael. Mercadotecnia, Ed. CECSA, México, 1999
Segunda Edición.

CHANDRAN Rajan y Fisk George. Como Desarrollar Estrategias Eficaces De Mercadotecnia. Ed. EDUCAR, Págs.; 140 – 145. México, Año 1997.

WWW.GOOGLE.COM.