

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE ROPA MEDIANTE UNA PÁGINA WEB DE AUTO  
DISEÑO PARA EL CLIENTE EN EL MUNICIPIO DE CERETÉ- CÓRDOBA  
COLOMBIA**

**AUTORES**

**YULY YULIANA BURGOS RESTREPO**

**LIZETH CÁRDENAS DORIA**

**ELVER ENRIQUE MAUSSA FABRA**

**TUTOR**

**LUIS MANUEL ZUÑIGA PÈREZ**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

**ESCUELA DE CIENCIA ADMINISTRATIVA**

**MONTERÍA**

**2018**

## **TABLA DE CONTENIDO**

### **CONTENIDO**

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>3</b>
<b>1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>4</b>
<b>1.2. PREGUNTA PROBLEMA .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 OBJETIVOS.....</b>	<b>7</b>
<b>1.4.1 OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4.2 OBJETIVO ESPECIFICOS.....</b>	<b>7</b>
<b>2.MARCO REFERENCIAS.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>8</b>
<b>2.5ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>13</b>
<b>3.0 ANALISIS DE LA INFORMACION.....</b>	<b>15</b>
<b>4.BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>20</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

A pesar del avance cada vez mayor de los medios electrónicos de información y comunicación, los medios impresos continúan teniendo una gran relevancia para la transmisión no masiva de datos. En el ámbito empresarial los materiales impresos desempeñan aún un papel fundamental en muchos procesos como la comunicación interna y externa, la difusión de información y la publicidad, entre otros.

Siguiendo este mismo orden de ideas, el desarrollo del estudio de una empresa de confección y comercialización de ropa en la ciudad de Cerete, no solo se realizará únicamente con la finalidad de proveer ropa de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes, sino también con el fin de incentivar a la comercialización en Cerete Córdoba, para contribuirles en el proceso de empleo y satisfacer todo tipo de necesidad a la comunidad Cereteana.

Continuamente la implementación de esta nueva empresa crea nuevas alternativas de trabajo mismas que contribuirán a disminuir la tasa de migración existente en el país y proporcionar la generación de nuevos filones de riqueza, en busca de un mejor nivel de vida de sus trabajadores” (Anaguana, 2012, p.23).

Lo que motiva a la realización de este estudio son los problemas que surgen debido a la ausencia de una empresa que se dedique a la importación y comercialización de prendas de vestir en nuestro medio, por lo tanto, se propone realizar esta idea de negocio ante la necesidad de crear una empresa importadora de Prendas de Vestir que permita el desarrollo económico y motive una tendencia de calidad y buen gusto en el consumo de prendas de vestir en el mercado.

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el contexto productivo actual del país, debido a la desaceleración del crecimiento económico y a la dificultad y el costo de conseguir recursos financieros, la implementación de proyectos empresariales de tamaño micro y pequeña; con bajos requerimientos de inversión, encuentran un buen nivel de viabilidad por la reorientación de la política económica estatal hacia el fortalecimiento de las Pymes y las microempresas de tipo familiar y cooperativo (Mateus, 2006, p.23).

Siguiendo este mismo lineamiento en la ciudad de Cerete, por sus contribuciones sociales, se ve la necesidad de colocar una tienda de ropa, que le contribuya a la comunidad de la ciudad en su prenda y asesores para la vista personal, esto con el fin de brindarle un buen servicio a la comunidad ceretana, además es de importancia y de gran magnitud considerar que este proyecto de investigación, busca además permitir una buena planificación y estrategia laboral a la comunidad, donde será ubicada la tienda de ropa.

Teniendo en cuenta lo estipulado en el presente trabajo, se diseñará una página web, donde los clientes puedan ingresar a la tienda de ropa, pedir su servicio y poder comprar sus prendas de vestir por medio de esta página web, además se buscará seguir creciendo a nivel local, regional e internacional, donde dará gran impacto a corto, mediano y largo plazo. Esto con el objetivo de diseñar estrategias de intervención de marketing y promover en el mercado las prendas de vestir, y así poder tener mejor distribución comercial de las prendas.

Ahora bien, basados en el panorama, éste proyecto busca investigar la viabilidad y aceptación que tendría en el mercado colombiano y entre los Ciudadanos, una tienda de ropa con una página web, para la contribución del proceso de ventas y ser reconocida en la ciudad y en diferente contexto de la comunidad ceretana.

## **1.2. PREGUNTA PROBLEMA**

¿Es viable hacer un estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de ropa mediante una página web de auto diseño para el cliente en el Municipio de Cerete- Córdoba?

### **1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

En la actualidad el mercado y su estructura son factores predominantes para el desarrollo del proyecto, es por ello, que el presente estudio tiene por objetivo determinar la cantidad de bienes y servicios que estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa en el Municipio de Cerete- Córdoba, las empresas están en posibilidad de producir para atender las necesidades de la población a un nivel de precio fijado por la competencia.

La presente investigación se realizará con el fin de conocer el estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de ropa mediante una página web de auto diseño para el cliente en la ciudad de Cerete- Córdoba, donde es vital interés conocer este tipo de factibilidad y estudio la empresa de ropa, con el fin de satisfacer a la comunidad del Municipio de Cerete.

Debido a que es de gran relevancia conocer esta empresa de ropa, el cual va hacer muy accesible su llegado y su conocimiento, debido a la búsqueda en el sitio o página web, para la factibilidad de los clientes y así poder ver las diferentes prendas de vestir que ofrece la tienda de ropa.

El presente proyecto se hará en el municipio de Cerete Córdoba, con el objetivo de satisfacer a la comunidad con las prendas de vestir y una innovación por la parte tecnológica en este caso el sitio web, para poder tener vialidad a las marcas, prenda de vestir de la tienda de ropa.

Con este proyecto se busca profundizar y dar más claridad en el contexto de investigación formativa y además contribuir en el proceso de formación académica y humanística a los estudiantes de la universidad CUN.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de ropa mediante una página web de auto diseño para el cliente en el Municipio de Cerete-Córdoba Colombia.

### **1.4.2 OBJETIVO ESPECIFICOS**

- ❖ Realizar un estudio de mercados para determinar la oferta y demanda de cada una de las prendas de vestir.
- ❖ Realizar un estudio de mercado que permita identificar posibles clientes potenciales.
- ❖ Desarrollar un análisis de viabilidad financiera para la idea de negocio, a la par de una planeación financiera que asegure el sostenimiento a futuro de la empresa.
- ❖ Diseñar un modelo de negocio innovador para la empresa de confección, que facilite el proceso de posicionamiento de la marca.
- ❖ Crear una página web para la muestra y auto diseño de cada una de las prendas de vestir a comercializar.

## 2.MARCO REFERENCIAS

### 2.1 MARCO TEÓRICO

En primer lugar, se tiene que, en septiembre de 2015 fue presentado en la Universidad tecnológica de Pereira, el trabajo especial de grado, titulado **estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa femenina en la ciudad de Pereira**. Programa de tecnología industrial, por Muñoz, Lucero. (Hernandez,2015, p.104). Actualmente en el país, el sector textil, confección, diseño y moda ocupa un lugar demasiado importante en la economía industrial dado que representa aproximadamente más del 5% del total de las exportaciones nacionales y ocupa a más de 130.000 personas en su actividad, convirtiéndola en un sector con alto potencial de mejora.

El Departamento de Risaralda posee una oportunidad interesante de potenciar el desempeño del sector confección puesto que ocupa el quinto lugar a nivel nacional respecto al aporte en producción, representado en un 3,14% del total nacional. A pesar de ser un porcentaje bajo, sigue ubicándose dentro de los cinco primeros departamentos del país, obteniendo la oportunidad de mejorarla productividad y participación.

El sector confección en Risaralda, actualmente es susceptible de mejoras profundas y de raíz desde diversos aspectos que profesionales de la región a la luz de nuevos conceptos están en la capacidad de optimizar. Aspectos desde lo administrativo, técnico, comercial y tecnológico que permitirían hacer a este sector mucho más competitivo bajo las dinámicas económicas actuales.

Al analizar el mercado objetivo en la ciudad, se encuentra que las mujeres a la hora de tomar la decisión de comprar una prenda de vestir, se fijan principalmente en las características de diseño, verificando que sea el estéticamente adecuado para ellas.



Así mismo, aseguran realizarla mayoría de las compras en puntos de venta ubicados en centros comerciales; información que permite definir que el aspecto estratégico de los productos ofrecidos, será ofrecer un diseño exclusivo además de ser distribuidos al mercado a través de almacenes propios ubicados en los principales centros comerciales de la ciudad.

Al realizar la evaluación financiera del proyecto, los indicadores de VPN y TIR arrojan unos valores que indican desde el punto de vista financiero, la viabilidad de la puesta en marcha del negocio. El resultado arroja una TIR con número negativo demostrando que el proyecto es muy poco atractivo desde la perspectiva de la inversión, lo que quiere decir que en realidad el plan de negocio no resulta viable.

Siguiendo este mismo orden de ideas de este estudio estipulado, se nota el impacto de las diferentes prendas de vestir, para una mejor calidad empresarial y de innovación, el cual permita la distribución de grandes marcas de ropa deportiva en el país.

Gutiérrez, (2017) en su estudio denominado **Creación de empresa para comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Bogotá**, concluye que la empresa Rage Spots Teams tendrá una gran oportunidad de penetrar el mercado de las prendas deportivas, y con el análisis aplicado durante el capítulo se tiene la información necesaria para determinar la forma en la que la organización puede ser exitosa en sus inicios y junto con el continuo esfuerzo por mejorar se logrará un posicionamiento cada vez mejor.

A partir del estudio técnico se obtiene que según Gutiérrez, (2017) la empresa cuenta con una serie de procesos que no son complejos en su inicio, por lo que se espera un número mínimo de inconvenientes que puedan perjudicar su funcionamiento, Sin embargo, el constante monitoreo de las actividades y el registro de información pertinente facilitará la toma de decisiones estratégicas, que permitan un crecimiento estable de la organización y asegurar un puesto llamativo en el mercado.

El estudio organizacional permitió darle una estructura a la empresa de manera formal, lo que permite establecer una estrategia de acuerdo a las características principales de Rage Spots Teams que la diferencian de otras empresas dedicadas a la comercialización de ropa deportiva a nivel distrital. Se determinaron las diferentes ventajas y desventajas que posee la empresa al ser nueva en el mercado y se definieron los cargos relevantes junto con sus funciones que generaran rentabilidad a la empresa y ayudaran a su crecimiento continuo.

El estudio financiero define las pautas para la toma de decisiones con respecto al funcionamiento de la empresa, la información analizada revela resultados muy positivos y márgenes de rentabilidad altos para el primer año de la puesta en marcha de Rage Spots Teams, y a medida que transcurra el tiempo, las utilidades serán cada vez más altas, por lo que se obtendrán más ganancias.

A partir de los estudios realizados en el presente trabajo se concluye que si “es posible crear empresa a partir de la comercialización de la ropa deportiva en la ciudad de Bogotá” (Gutiérrez, 2017). Siempre y cuando se tengan en cuenta los factores que permitirán su desarrollo continuo como el análisis de la demanda, los diferentes pronósticos, el cumplimiento con los tiempos de entrega y las especificaciones de los productos, la definición de políticas adecuadas bajo las cuales se va a dirigir la organización y el monitoreo y análisis de todas las entradas y salidas financieras que presente la empresa.

Atendiendo o lo estipulado es este estudio, se puede notar la gran viabilidad de hacer este tipo de estudios, para la buena parte de crecimiento de empresas comercializadoras de ropa, con el objetivo de innovar y brindar gran calidad a los clientes.

En esta misma labor de investigación y consulta se encontró el trabajo de (Huertera, 2016) titulado **Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección y comercialización de uniformes médicos en la ciudad de Bogotá** el cual se realizó mediante un diagnóstico del sector donde se identifica factores relevantes del ámbito externo a la empresa, un estudio de mercados que permitió conocer la situación actual y futura de la demanda y la oferta. Además el

autor citado, desarrolla un estudio técnico donde se analiza el proceso de producción para el funcionamiento y operatividad de la empresa junto con el administrativo en el cual se establece la planeación estratégica y la estructura organizacional. Se aborda la parte legal que identifica los requisitos para la constitución legal y su funcionamiento, teniendo en cuenta el ámbito ambiental que da a conocer los aspectos e impactos ambientales que conlleva el proyecto el cual muestra que se debe tener una inversión de \$93.322.797, dando como resultado un VPN de \$14.307.886 y una TIR del 40%, con lo cual se puede concluir:

Que el proyecto para la creación de la empresa de confección es viable y brinda además, los aspectos e impactos ambientales que conlleva el proyecto. Finalmente, se realizó el estudio financiero que determina la viabilidad del proyecto, el cual muestra que se debe tener una inversión de \$93.322.797, dando como resultado un VPN de \$14.307.886 y una TIR del 40%, con lo cual se puede concluir que el proyecto para la creación de la empresa de confección es viable. (Huertera, 2016, p. 24)

Ahora bien, analizado el estudio anterior, es posible determinar que la gran magnitud de la importancia de montar este tipo de tiendas de ropa, para la buena creación empresarial y comercial. Debido al gran impacto que promueve estas ventas en la social y en todo el país.

## **2.2 MARCO CONCEPTUAL**

El marco conceptual es el conjunto de conceptos que expone un investigador cuando hace el sustento teórico de su problema y tema de investigación. La expresión marco conceptual, tiene connotación metafórica, traída del empirismo humano porque los retratos se inscriben en un marco, así también el problema y el tema de investigación se inscribe, están incluidos en el contexto de un conjunto de conceptos induciendo a enfocarlos y apreciarlos(Tafur, Raúl. 2008).

### **Cliente**

Persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios” (Kotler, Philip, 2011).

### **Comercializadora**

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales” (Zúñiga, Mónica, 2011).

### **Empresa**

Se entiende por empresa Una entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros, proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de recursos y la consecución de determinados objetivos (García, Cristobal,2010).

### **Factibilidad**

“se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso (Varela,2010).

### **Página web**

Considera una página web a un documento disponible en Internet, o Word Wide Web (www), codificado según sus estándares y con un lenguaje específico conocido como HTML. (Begoña, Oliver,2018).

### **Sociedad**

Es un sistema o conjunto de relaciones que se establecen entre los individuos y grupos con la finalidad de construir cierto tipo de colectividad estructurada en

campos definidos de actuación en los que se regulan los procesos de pertenencia adaptación, participación, comportamiento, autoridad, burocracia, conflicto y otros (Iragorry,2011).

### **2.3 MARCO TEMPORAL**

La investigación se realiza en el período correspondiente al primer y segundo semestre del año 2018, comprendiendo entre los meses de febrero y a finales de octubre del (2018). Este tiempo se considera pertinente la realización de las actividades investigativas y la obtención de resultados significativos.

### **2.4 MARCO ESPACIAL**

Esta investigación se realizará en la zona urbana del municipio de Cereté-Córdoba, fundamentalmente en los barrios cercanos a la zona comercial del municipio (La Esperanza, Venus primera etapa, Corinto, Santa Clara, San Diego)

## **2.5ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.5.1 Diseño metodológico**

La metodología de acuerdo con Tamayo (2007), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio.

Esta investigación está orientada bajo el enfoque cuantitativo y se apoya en una investigación de tipo descriptivo, al respecto, la metodología cuantitativa de acuerdo con Tamayo (2007), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio.

Por otra parte, Rodríguez Peñuelas (2010, p.32), señala que el método cuantitativo se centra en los hechos o causas del fenómeno social, con escaso interés

por los estados subjetivos del individuo. Este método utiliza el cuestionario, inventarios y análisis demográficos que producen números, los cuales pueden ser analizados estadísticamente para verificar, aprobar o rechazar las relaciones entre las variables definidas operacionalmente, además regularmente la presentación de resultados de estudios cuantitativos viene sustentada con tablas estadísticas, gráficas y un análisis numérico.

Por su parte, el alcance de este estudio es de tipo descriptivo en vista de que se busca caracterizar y proyectar la variable de estudio de “estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de ropa mediante una página web de auto diseño para el cliente en el municipio de Cerete-Córdoba.

La investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, este estudio mide, o evalúa diferentes aspectos, tamaños o elementos del fenómeno a investigar, aquí se elige una serie de conceptos de variables y se mide cada uno de ellos de manera independiente para así poder describir lo que se está investigando. El principal objetivo de este estudio es medir con la mayor precisión posible. (Hernández, Fernández y Batista, 2003, p.119).

En cuanto al diseño implementado, es de tipo no-experimental transversal, debido a que no habrá manipulación deliberadamente de las variables de estudio y las mediciones se harán una sola vez.

### **2.5.3 MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

Los métodos de recolección de datos según (Hernández, Fernández y baptista) son las distintas formas y maneras de obtener información, para efectos de esta investigación se utilizará como técnica la entrevista mediante un instrumento tipo cuestionario.

### **2.5.4 FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIAS**

Para la presente investigación el proceso de recolección de información utilizada como técnica, la entrevista mediante un instrumento tipo cuestionario.

### **2.5.5 FUENTE DE INFORMACIÓN SECUNDARIA**

Para este proyecto de investigación, el manejo de la información sería a través de revista indexada, artículos científicos actualizados.

### **2.5.6 POBLACIÓN, UNIVERSO & MUESTRA**

Según Tamayo (2012) señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación.

En este sentido la población, objeto de estudio son aproximadamente 87.681 personas según la proyección de crecimiento de la población dada por el DANE en el boletín de censo general del 2005 de la Ciudad de Cereté – Córdoba, donde se tomará una muestra no probabilística (intervención del Autor), para el presente proyecto

### **2.6 Muestra**

La muestra según Hernández, Fernández y Baptista (2003) puede definirse como: “Una unidad de análisis o un grupo de personas, contexto, eventos, sucesos, comunidades entre otros, sobre la cual se habrán de recolectar datos”.

El muestreo para este estudio será por conveniencia, dando como resultado para la presente investigación 15 habitantes por cada uno de los barrios contemplados en el marco espacial (La Esperanza, Venus primera etapa, Corinto, Santa Clara, San Diego) dando como resultado una N total de 75 habitantes.

## **3.0 ANALISIS DE LA INFORMACION**

### **3.1 Estudio Naturaleza Del Proyecto**

**Proceso creativo:** Es el laboratorio de la creatividad. Donde nacen, crecen y se desarrollan las ideas.

**Lluvias de ideas:** Es una herramienta aplicada al trabajo en equipo, cuyo objetivo es facilitar la obtención de ideas originales en función de un tema determinado, mediante la exposición libre de cada persona. Teniendo claro lo anterior, durante el proceso se obtuvieron 3 posibles opciones, la primera de ellas era la creación de tienda online de ropa casual, la segunda opción fue la creación de una empresa comercializadora de ropa mediante una página web de auto diseño y la última opción fue la creación de una tienda de ropa deportiva de tejido inteligente con página web de comercialización nacional e internacional.

**Idea seleccionada:** Contempladas la viabilidad de cada una de las anteriores, se escogió la opción denominada: creación de una empresa comercializadora de ropa mediante una página web de auto diseño

**Innovación de producto o servicio:** Lo que se pretende con el proyecto, es buscar mejor calidad de ventas de ropa, con gran calidad de material. Además, ser pioneros en la creación de una página web para el auto diseño de cada prenda ofrecida al consumidor.

**Justificación de la empresa:** Para esta fase se lleva a cabo ropa de mayor impacto que se considere muy satisfactoria dentro de la comunidad y fuera, sea reconocida a nivel nacional, regional etc. Siguiendo este mismo orden la idea es montar una empresa de ropa, que tenga gran impacto en la sociedad y que sea muy reconocida por medio los diferentes sitios web, donde se estará estipulando las diferentes prendas de vestir.

**Nombre de la Empresa:** Producto de una lluvia de ideas se decide llamar a la empresa: **Smart Clothes B&D**

**Ubicación y tamaño de la empresa:** estará ubicada en el Municipio de Cerete-Córdoba directamente el Barrio X, Cl. 17a #987, Cerete, el tamaño es de una micro empresa.



## **3.2 ESTUDIO DE MERCADO**

### **A. Investigación de mercados**

#### **Definición de los objetivos.**

Vender ropa de excelente calidad y establecer un excelente ámbito Proporcionar tanto a los compradores, como a los propios trabajadores de la empresa. Estar a la vanguardia de la industria de ventas, asegurando la variedad, calidad e innovación de la tienda de ropa.

Mantener buenas relaciones con proveedores, empleados y compradores, participación en el mercado laboral debido a las grandes ventajas de las ventas de la tienda deportiva. Esto con la idea de satisfacer a todos los clientes con las diferentes prendas de vestir

#### **Justificación y antecedentes.**

La importancia de la creación de una empresa comercializadora de ropa, es vender los mejores productos con la más alta calidad, aquí se les proporcionara productos que están a la moda y al mejor precio. Encontraras desde un simple bóxer hasta una blusa, ropa, trajes de baño, deportiva, formal, de gala y una gran extensa variedad de productos.

Seguidamente es de gran importancia a considerar los aspectos históricos de algunas de las prendas de vestir, esto le dará más claridad y producción a la empresa.

#### **La ropa, su historia**

La vestimenta sufrió numerosas transformaciones debido al descubrimiento de nuevos tejidos y materiales, a las tendencias que dictan los diseñadores y a la moda en general (Sánchez, 2009, p.18).

Bolso. Usado por los romanos, que lo llamaban bursa, en el siglo I a.C., era una simple bolsa. Con el tiempo, se convirtió en un accesorio exclusivamente femenino. Tras la Segunda Guerra Mundial, cuando la mujer comenzó a incorporarse al mundo laboral, se pusieron de moda las bandoleras para tener libres las manos.

Blusa En el siglo XV a.C., las mujeres ya utilizaban blusas ceñidas con un cinturón. Durante varios siglos fue la prenda de las campesinas, se la cambió por otra más ligera para acompañar a los trajes femeninos. En 1913, aparecieron las blusas escotadas, a las que llamaron camisas de neumonía. Bragueta, Inventada en Francia en el siglo XV, originalmente no llevaba botones; se trataba de un triángulo de tela que se ataba con un lazo y que servía para guardar las monedas (Chavarion, 2012, p.2).

Calzoncillo hasta 1920, los hombres los llevaban largos. En el año 1939 nació el slip en Estados Unidos. Curiosamente, el 70% son comprados por mujeres. Camisa Creada por los griegos en el siglo V a.C. Desde entonces, sus formas, tejidos y colores han ido cambiando constantemente (Sánchez, 2009, p.18).

Fue la prenda de los proletarios durante tiempo; los burgueses la ocultaban, pero actualmente su uso está asociado a la respetabilidad y la elegancia. La IBM obligó a sus empleados llevar camisa blanca como símbolo de la honestidad de la compañía. Chaleco también surgió bajo el reinado de Luis XIV. En sus comienzos llevaba encajes con escenas inspiradas en la actualidad política y social del momento (Rodríguez, 2011, p. 9).

### **Análisis del Sector**

Actualmente este sector se ha dinamizado hasta el punto en que en la oferta se presentan gran marca de ropa, el cual es de gran impacto en la sociedad actual. En las industrias especializadas de comercio de ventas de ropas las grandes

superficies comerciales hasta pequeños, han establecido el estado del comercio y el gran impacto de la ropa en el mercado.

Así mismo, un incremento en la venta de ropa, por las razones anteriormente mencionadas, populariza día a día más las ventas de estas prendas de vestir, debido a la alta calidad del material del que está hecho, hablando directamente del tipo de negocio que se plantea en el presente trabajo de grado, cabe resaltar que éste es un concepto que se ha venido desarrollando en diferentes sectores de la ciudad.

### **3.3 Análisis del Mercado.**

#### **Análisis de la competencia.**

Al ser éste un negocio que no presenta antecedentes, tiene un impacto positivo dentro de la misma, ya que la gama de productos que se ofrece es novedosa ante los ojos de la comunidad Cereteana.

Así mismo, la única competencia directa para la tienda de ropa deportiva, son las empresas o tienda distribuidora de ropa deportiva que tengan reconocimiento a nivel internacional, pero estas no tienen una gran gama de ventas o proceso del cual se puedan vender las diferentes prenda de vestir. Siguiendo este mismo orden de ideas, en este apartado detallaremos las características del mercado análisis de mercados

El análisis de mercado es una parte importante del Plan de Marketing de una empresa, porque en él se radica: la identificación de oportunidades del negocio, identificación del tamaño y composición del mercado, las perspectivas de crecimiento del mercado, detectar nichos no explorados, las características del mercado objetivo.

#### 4.BIBLIOGRAFIA

Anaguano, L. F. (2012). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa deportiva en la ciudad de sangolquí. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/5277/4/T-ESPE-033197.pdf>

Bernardo S. (2009). La ropa y su historia. Obtenido de <http://www.abc.com.py/articulos/la-ropa-su-historia-22044.html>.

Begoña, O. (2018). Qué es una página web? Obtenido de <https://www.aboutspanol.com/que-es-una-pagina-web-3202308>

Chavarin, C. (2012). De la Vestimenta y los Hombres: Una perspectiva histórica de la indumentaria indígena en México. Obtenido de <https://journals.openedition.org/trace/1098>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2010). Censo General 2005. Bogotá. Recuperado el 02 de 11 de 2018, de [http://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL\\_PDF\\_CG2005/23162T7T000.PDF](http://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/23162T7T000.PDF)

Garces,J.D.(2012).Autodiseños, obtenido de <http://www.cca.org.mx/profesores/cursos/lideres/html/escenario/talleres/taller4/auto-diseno.htm>

García, J. (2010). conceptos clave de ‘empresa. Obtenido de <https://mipropiojefe.com/6-conceptos-clave-empresa-segun-expertos/>

hernández, I. N. (2015). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa femenina en la ciudad de Pereira. Obtenido de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/5674/6581186132M971e.pdf;sequence=1>

Kotler. (2011). Definición de Cliente, Para Fines de Mercadotecnia. Obtenido de <http://vilmaalvarado.blogspot.com/2011/05/definicion-de-cliente-para-fines-de.html>

Martínez, A. C. (2016). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección y comercialización de uniformes médicos en la ciudad de Bogotá. Obtenido de <http://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/104/1/3102322-2016-2-II.pdf>

Rodríguez, M. Z. (2011). Antología Comercialización. Obtenido de <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>

Varela. (2010). Estudio de factibilidad y proyectos. Obtenido de <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/>