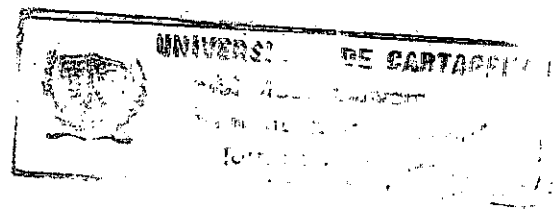


RY  
658-84  
879  
EJ.1

CARACTERIZACION DEL SECTOR DE LAS EMPRESAS DE DISEÑO Y  
CONFECCION EN LA CIUDAD DE CARTAGENA



ELVIRA ESTHER ENSUNCHO FERRER  
SUSANA VERONICA MUNOZ ESPITIA

S C I A

58773

CONSEJO DE ADMINISTRACION

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
UNIVERSIDAD DE CARTAGENA  
CARTAGENA - 1990

Cartagena, 21 de septiembre de 1990

Señores  
MIEMBROS DEL COMITE DE TESIS  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad de Cartagena  
E. S. D.

Apreciados señores:

Por medio de la presente hacemos entrega formal de nuestra tesis de grado titulada "CARACTERIZACION DEL SECTOR DE LAS EMPRESAS DE DISEÑO Y CONFECCION EN LA CIUDAD DE CARTAGENA", con el propósito de que sea sometida a estudio, requisito previo para obtener el título de Administrador de Empresas que nos otorga la Universidad de Cartagena.

De ustedes cordialmente,

Elvira Ensuncho  
ELVIRA ENSUNCHO FERRER

Susana Muñoz E  
SUSANA MUÑOZ ESPITIA

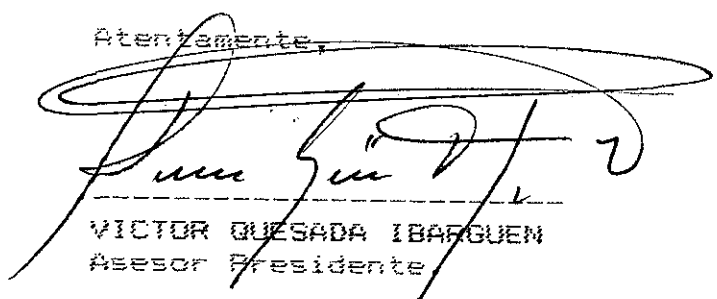
Cartagena, 21 de septiembre de 1990

Señores  
MIEMBROS DEL COMITE DE GRADUACION  
Universidad de Cartagena  
E. S. D.

Apreciados señores:

Me permito informarles que he asesorado la tesis de grado titulada "CARACTERIZACION DEL SECTOR DE LAS EMPRESAS DEL DISEÑO Y CONFECCION EN LA CIUDAD DE CARTAGENA", elaborada por las egresadas del programa de Administración de Empresas, SUSANA MUÑOZ ESPITIA Y ELVIRA ENSUNCHO FERRER, quienes cumplieron con los requisitos exigidos por la facultad en esta clase de trabajos, y a la vez me designaron como su presidente de tesis.

Atentamente,



VICTOR QUESADA IBARQUEN  
Asesor Presidente

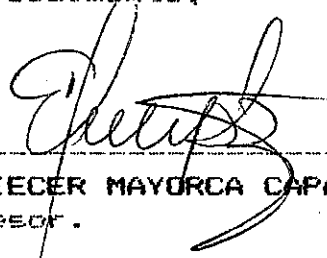
Cartagena, 21 de septiembre de 1990

Señores  
MIEMBROS DEL COMITE DE GRADUACION  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad de Cartagena  
E. S. D.

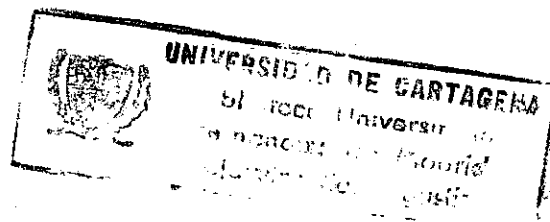
Apreciados Señores:

Atentamente me permito comunicarles que he asesorado el trabajo de grado titulado "CARACTERIZACION DE LA EMPRESAS DEL SECTOR DEL DISEÑO Y CONFECCION EN LA CIUDAD DE CARTAGENA", elaborada por las egresadas SUSANA MUÑOZ ESPITIA y ELVIRA ENSUNCHO FERRER, como requisito parcial para obtener el título de Administradoras de Empresa.

Cordialmente,



ELIECER MAYORCA CAPATAZ  
Asesor.



Cartagena, 6 de febrero 1990

Señores  
MIEMBROS COMITE DE GRADUACION  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
E. S. D.

Estimados señores:

La presente tiene como propósito someter a su estudio y aprobación nuestro anteproyecto de tesis titulado: "CARACTERIZACION DEL SECTOR DE LAS EMPRESAS DE DISEÑO Y CONFECCION EN LA CIUDAD DE CARTAGENA", el cual realizamos con el fin de dar cumplimiento a uno de los requisitos exigidos para optar el título de Administrador de Empresas otorgado por la Universidad de Cartagena por intermedio de la Facultad de Ciencias Económicas.

Agradeciendo su atención.

Atentamente,

Elvira Ensuncho.  
ELVIRA E. ENSUNCHO F.

Susana V. Muñoz E  
SUSANA V. MUNOZ ESPITIA

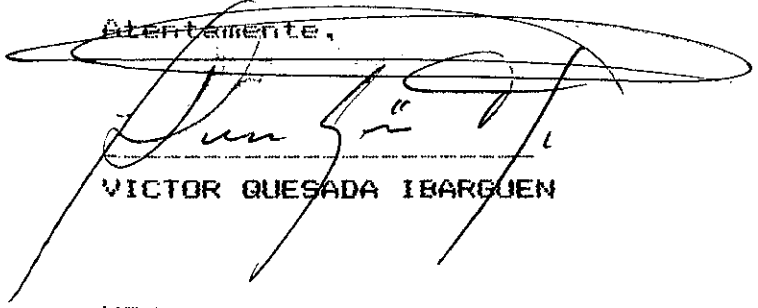
Cartagena, 6 de febrero de 1990

Señores  
MIEMBROS COMITE DE GRADUACION  
Facultad de Ciencias Económicas  
E. S. D.

Estimados señores:

Por medio de la presente quiero comunicarle que a solicitud de las estudiantes ELVIRA ESTHER ENSUNCHO FERRER y SUSANA VERONICA ESPITIA, he aceptado prestarles asesoria en su proyecto de trabajo de grado titulado "CARACTERIZACION DEL SECTOR DE LAS EMPRESAS DE DISEÑO Y CONFECCION EN LA CIUDAD DE CARTAGENA".

Atentamente,



VICTOR QUESADA IBARQUEN

VB/am

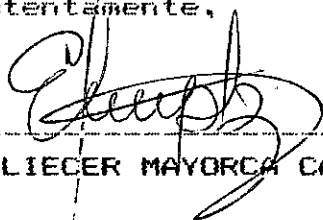
Cartagena, 6 de febrero de 1990

Señores  
MIEMBROS COMITE DE GRADUACION  
Facultad de Ciencias Económicas  
E. S. D.

Estimados señores:

Por medio de la presente quiero comunicarle que a solicitud de las estudiantes ELVIRA ESTHER ENSUNCHO FERRER y SUSANA VERONICA ESPITIA, he aceptado prestarles asesoria en su proyecto de trabajo de grado titulado "CARACTERIZACION DEL SECTOR DE LAS EMPRESAS DE DISEÑO Y CONFECCION EN LA CIUDAD DE CARTAGENA".

Atentamente,



ELIECER MAYORCA CAPATAZ

EM/am

### AGRADECIMIENTOS

A los doctores VICTOR QUESADA IBARGEN, ELIECER MAYORCA CAPATAZ, como nuestros asesores, lo mismo que a todas aquellas personas que con su valiosa colaboración hicieron posible la elaboración de este trabajo.



DEDICATORIA

A mis padres, mis hermanos, mi esposo y mi hija ANGELICA quienes con sacrificio y esfuerzo me ayudaron a salir adelante.

ELVIRA.

Dedico este trabajo a mis padres por el incentivo dado en el transcurso de la carrera para lograr mi objetivo.

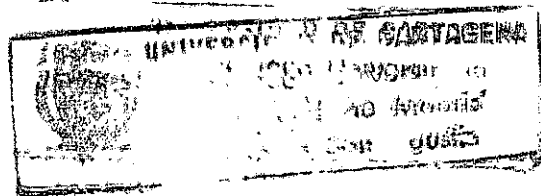
SUSANA

## TABLA DE CONTENIDO

	Pág
0. INTRODUCCION	1
0.1. DEFINICION DEL PROBLEMA	2
0.2. JUSTIFICACION E IMPORTANCIA	3
0.3. OBJETIVO GENERAL	3
0.4. DELIMITACION DEL DIAGNOSTICO	4
0.4.1. Delimitación Formal	4
0.4.1.1. De Espacio	4
0.4.1.2. De Tiempo	4
0.4.2. Delimitación Material	4
0.4.2.1. Variable Dependiente	4
0.4.2.2. Variables Independientes	4
0.5. OPERACIONES DE LAS VARIABLES	5
0.6. MARCO TEORICO	6
0.7. DEFINICIONES CONCEPTUALES	7
0.8. METODOLOGIA	9
1. ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR DE LAS EMPRESAS DE DISEÑO Y CONFECCION EN LA CIUDAD DE CARTAGENA	11
1.1. SITUACION ACTUAL DEL SECTOR	12
1.2. PRODUCCION DEL SECTOR EN LA CIUDAD	15

- 1.3. EVOLUCION 17
- 1.4. ORGANIZACION DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR 19
- 2. PRODUCCION Y CALIDAD 22
  - 2.1. SISTEMAS DE CLASIFICACION DE LOS PRODUCTOS 23
  - 2.2. PROCESOS DE PRODUCCION 26
    - 2.2.1. Diagrama del Proceso de Producción 28
  - 2.3. CAPACIDAD DE PRODUCCION 29
  - 2.4. TECNOLOGIA 30
  - 2.5. MATERIA PRIMA 34
    - 2.5.1. Sistema de Compra 35
  - 2.6. LA FUNCION CALIDAD 36
- 3. COMERCIALIZACION Y MERCADEO DEL SECTOR DEL DISEÑO Y CONFECCION 39
  - 3.1. LA OFERTA 40
  - 3.2. LA DEMANDA 42
  - 3.3. CANALES DE DISTRIBUCION 44
  - 3.4. PUBLICIDAD 45
  - 3.5. PRECIOS 49
  - 3.6. SISTEMAS DE VENTAS 51
- 4. RECURSOS HUMANOS 53
  - 4.1. MANO DE OBRA EMPLEADA 54
    - 4.1.1. Distribución de la mano de obra 55
    - 4.1.2. Clasificación de la Mano de Obra 57
  - 4.2. INCENTIVOS 58
  - 4.3. CAPACITACION 60
  - 4.4. PRESTACIONES SOCIALES 61

4.5. SALARIO	67
5. ASPECTO FINANCIERO	69
5.1. FUENTES DE FINANCIAMIENTO	70
5.2. POLITICAS DE FINANCIAMIENTO	73
5.3. RUBROS FINANCIABLES	73
5.3.1. Caja Agraria	73
5.3.2. Corporación Financiera Popular	75
5.3.3. Compañías de Financiamiento	77
5.3.4. Banco Cafetero	79
6. ASPECTO LEGAL	81
6.1. TIPOS DE SOCIEDAD	81
6.2. REQUISITOS DE ORDEN MUNICIPAL	85
6.3. REQUISITOS DE SEGURIDAD SOCIAL	87
CONCLUSION	90
RECOMENDACIONES	94
BIBLIOGRAFIA	96
ANEXO	98



## 0. INTRODUCCION

Desde que apareció el hombre en la tierra, ha tenido la necesidad de proteger su cuerpo de la interperie con el fin de evitar que las inclemencias del clima y los animales pudieran afectarlo fácilmente. Así a través de los siglos esta manera de protegerse evolucionó logrando prendas más suaves y menos pesadas al cuerpo.

El desarrollo de estas prendas es reciente, aunque en la antigüedad la gente pudiente se vestía exóticamente, más por el poder económico que por el interés hacia la moda como es atendida en nuestros días.

El hombre a través de su vida ha tenido que enfrentarse al trabajo, como también a otras actividades que le han permitido desarrollar un tipo de prendas especiales y diferentes a las de la moda.

La prenda de moda y la prenda de trabajo tienen un común denominador que las afecta por igual; aunque en esencia sean diferentes, se condicionan según la región y el

clima predominante.

Uno de los elementos básicos en la producción de prendas de vestir, es la máquina de coser, que permite el aligeramiento de la costura doméstica, poniéndola al alcance de todos a través de pequeños talleres dedicados a la confección.

En los últimos tiempos el sector del diseño y confección ha venido tomando auge gracias a las promociones y apoyo que se le ha brindado al sector, lo que le ha permitido alcanzar su mayor grado de desarrollo.

### 0.1 DEFINICION DEL PROBLEMA

A través de una investigación exploratoria realizada con anterioridad hemos encontrado una serie de factores que obstaculizan el crecimiento y el buen funcionamiento de las empresas dedicadas al diseño y la confección en la ciudad. Esto nos ha movido a realizar un diagnóstico que nos permite adentrarnos en sus problemas, conocer sus causas y analizar ampliamente el comportamiento del sector, ya que es punto de desarrollo muy importante para la ciudad y que a través de él muchas personas han logrado escalar posiciones mejores en la sociedad.

El sector del diseño y la confección es una de las bases

fundamentales en la creación de microempresas ya que es accesible a todas las personas que ven en él un medio para obtener sus ingresos y crear su propia empresa.

Por todas estas razones expuestas aquí creemos que nuestro diagnóstico es de gran utilidad para aquellas personas que están interesados en hacer parte del sector del diseño y la confección al igual que a entidades y organizaciones afin de tener una caracterización del sector en los aspectos de finanzas producción, tecnología, mercado, aspecto legal, etc.

#### 0.2 JUSTIFICACION E IMPORTANCIA

La importancia de este diagnóstico radica en conocer el estado actual del sector del diseño y la Confección de manera que nos permita tener una visión amplia de todo aquello que lo afecta.

Este sector requiere de mucha atención por parte de las entidades gubernamentales, así como de los particulares, ya que constituye uno de los elementos impulsores del proceso de desarrollo industrial.

#### 0.3 OBJETIVO GENERAL DEL DIAGNOSTICO

Conocer el estado general que presenta el sector del

Diseño y la Confección en la ciudad de Cartagena.

0.4 DELIMITACION DEL DIAGNOSTICO

0.4.1 Delimitación Formal

0.4.1.1 De Tiempo. Para nuestro diagnóstico hemos tomado como base el periodo comprendido entre Agosto de 1.989 a Junio de 1.990.

0.4.1.2. De espacio. El espacio se limita únicamente a la ciudad de Cartagena.

0.4.2 Delimitación Material

0.4.2.1 Variable dependiente. Comportamiento del sector del Diseño y la Confección en la ciudad de Cartagena.

0.4.2.2 Variables Independientes

- Dificultad para la consecución de personal calificado.
- Falta de una estructura organizativa coherente y permanente.
- La no existencia de centros de capacitación bien dotados.



- Falta de apoyo para el sector en cuanto a financiación y asesorías.
- Inexistencia en la ciudad de distribuidos de accesorios necesarios para la confección de prendas vestir especiales.

0.5 OPERACIONES DE LAS VARIABLES

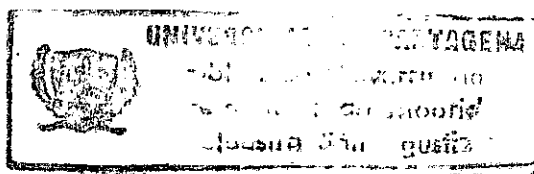
VARIABLES	INDICADORES	FUENTES
- Dificultad para la consecución de personal capacitado.	. Baja calidad del producto	. Observación directa.
	. No de centros de capacitación especializados.	. Cámara de Comercio
	. Nivel de aprendizaje.	. Encuestas
- Falta de una estructura organizativa coherente y permanente.	. Rotación de personal.	. Encuestas
	. Nivel de educación de las directivas.	. Observación directa
	. Empleo generado por el sector.	. Encuestas
- La no existencia de centros de capacitación bien dotados.	. No de cursos realizados por el trabajador.	. Encuestas
	. Grado de obsolescencia tecnológica	. Encuestas
- Falta de apoyo para el sector	. No de entidades financieras.	. Cámara de Comercio

VARIABLES	INDICADORES	FUENTES
en cuanto a financiación y asesoría.	. No de préstamos otorgados.	. Entidades financieras.
- La inexistencia de distribuidores de accesorios necesarios para la confección de prendas de vestir especiales.	. No de líneas de fomento al sector. . . No de establecimientos dedicados a la distribución de accesorios para prendas de vestir.	. Cámara de Comercio.

#### 0.6 MARCO TEORICO

El desarrollo industrial depende en gran parte del establecimiento de una serie de servicios técnicos que van desde la motivación para la creación de grandes unidades productivas hasta la asistencia técnica que se presta a industrias ya establecidas, a fin de mejorar su productividad, capacitación del personal, organización en la producción, etc.

A través del tiempo los talleres domésticos de confecciones han ido desapareciendo para dar paso a pequeñas industrias un poco más organizadas, esto debido a que anteriormente se utilizaban sistemas poco prácticos y obsoletos, por lo general se encontraba que el administrador era el mismo propietario formado a través de la experiencia más que por estudios administrativos. Esto lo llevaba a suponerse como indispensable acumulando



multitud de funciones desde la producción y la comercialización de sus productos hasta las labores puramente administrativas, descuidando necesariamente aspectos fundamentales del funcionamiento.

Pero el mismo crecimiento de la ciudad y su desarrollo económico y social han permitido al sector de las confecciones alcanzar un nivel de progreso.

La industria de la confección esta relacionada con la economía de muchas maneras; pues es una actividad intensiva en mano de obra y en la que se puede alcanzar un grado de desarrollo y diversificación apreciable.

#### 0.7 DEFINICIONES CONCEPTUALES

##### - Sector del Diseño y las Confecciones

El sector de la economía nacional compuesto por empresas encargadas de producir bienes de consumo finales, todos ellos relacionados con la industria de vestido, utilizando como materia prima básica los productos del sector textil.

##### - Materia Prima

Son aquellos utilizados por la industria en la

elaboración de sus productos finales.

- Mano de Obra

Es el número de trabajadores en condiciones de participar en la producción de bienes económicos en una sociedad.

- Mercado

Es el espacio físico donde convergen las fuerzas de oferta y demanda en forma libre, ya sea espontánea u organizadamente.

- Tecnología

Es un factor de producción, junto a los tradicionales de la tierra, trabajo y capital. El progreso tecnológico está orientado hacia el ahorro de mano de obra, aumentando la productividad en el sector que asimila esta tecnología.

- Diseño

Método de creación industrial que busca adaptar la forma de los objetos a la función que deben cumplir, dándoles a la vez una belleza plástica que los haga agradables.

## - Confección

Es el arte de transformar las telas en prendas de vestir para venderlas terminadas.

## O.8 METODOLOGIA

La presente investigación es de tipo exploratorio ya que en ella se hace un análisis profundo de la situación actual del sector de las confecciones en la ciudad de Cartagena.

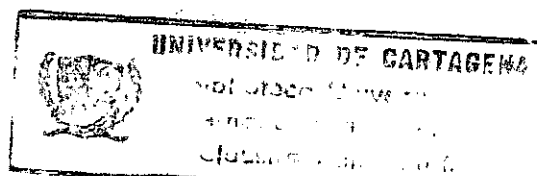
Este estudio está fundamentado en el análisis de los principales problemas que afectan al sector así como también de todo aquello que de una forma u otra está relacionado con el mismo.

Para la obtención de la información utilizamos el método de las encuestas que nos permitieron llegar directamente a los diseñadores, lo que conlleva a formarnos una idea clara de la situación actual del sector.

Además acudimos a personas especializadas en esta rama, lo que con su ayuda nos dieron una visión más amplia de lo que acontece en el sector de la industria de la

confección.

Para la realización del análisis utilizamos también notas bibliográficas que nos ayudaron a completar este trabajo.



## 1. ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR DE LAS EMPRESAS DE DISEÑO Y CONFECCION

A partir de 1932, la industria colombiana de las confecciones se desarrolló intensamente debido al establecimiento de grandes empresas internacionales que se radicaron en el país. Junto a esto aparecieron también los primeros diseñadores de la moda, así como operarios con habilidad y sentido de asimilación para captar el espíritu de renovación de la moda.

En la década de los años 70 el número de empresas dedicadas al diseño y confección de prendas de vestir se incrementaron, lo que indicó una mayor expansión y desarrollo del sector.

En la ciudad de Cartagena, existen pequeñas industrias de tipo familiar y hasta microempresas de las cuales se destacan: INCOFEC, INDUCON, BAZAR LA MONEDA, CONFECCIONES NOLLY, EDITH DE SALADEM, CONFECCIONES OVEIDA, etc. como empresas que trabajan en locales adecuados, además de muchos talleres pequeños o talleres domésticos.

En las ciudades de la Costa Atlántica la industria del diseño y la confección se ha visto afectada por el contrabando, y que por ser puertos en especial Cartagena, son ciudades de fácil acceso para esta actividad ilícita.

Por otra parte en lo que a mano de obra se refiere encontramos que es de un bajo nivel de calificación, compuesto en la mayoría de los casos por mujeres, las cuales reciben salarios mínimos o muy cercanos a él, lo que permite una mayor rotación de personal con lo cual se minimiza el monto de las prestaciones causadas.

La diversidad de sus productos conlleva generalmente a la utilización de tecnologías diferentes, las cuales están asociadas con escalas de plantas diferentes y con distintos grados de utilización de los factores de la producción.

Es de anotar sin embargo, que las diferencias tecnológicas en la industria de las confecciones son menos marcadas que las encontradas en otros sectores de la industria debido principalmente al bajo nivel tecnológico de este sector.

### 1.1 SITUACION ACTUAL

En los últimos años el sector del diseño y confección la



ciudad de Cartagena ha tomado auge debido al crecimiento poblacional de la ciudad y al progreso que ella presenta.

El sector comercial le ha abierto una puerta de progreso a las confecciones, ya que por medio de él, los diseñadores abren sus propias Boutiques y en ellas, además de vender sus marcas venden los accesorios y otros elementos que complementan a sus vestidos.

Otro impulso que se le ha dado al sector son los desfiles de modas que organizan los mismos diseñadores con ayuda de unas pocas entidades que les ofrecen su apoyo, pero que son de gran utilidad para promocionar sus modelos, no sólo en la ciudad sino también en otros puntos del país.

A pesar de estas ventajas, no todo es bueno para el sector, pues, tienen que superar muchos obstáculos, los cuales si el gobierno seccional les prestara un poco de atención le permitirían a nuestros diseñadores completar su desarrollo y alcanzar un nivel competitivo en el exterior.

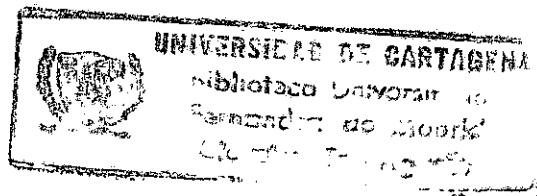
Estos obstáculos están representados en que las industrias textiles que hay en el país no cuentan con agencia principal en la ciudad de Cartagena, lo que permitiría a los diseñadores disminuir los costos que

causan los intermediarios y tener un acceso directo a la materia prima evitando también el tener que trasladarse hasta Barranquilla para conseguirla.

Por otra parte la ciudad no cuenta con entidades financieras especializadas que brinden apoyo económico y asesoría administrativa a este sector. Las entidades financieras que existen en la ciudad prestan apoyo económico, pero exigen garantías y cobran intereses tan altos que no le permiten al pequeño empresario cubrirlos y éste prefiere trabajar con poco capital propio y no acudir a ellos, es por esto que se encuentran en la ciudad talleres de confección extremadamente pequeños con poca mano de obra.

Un problema grave al cual se tienen que enfrentar los propietarios de talleres de confecciones, es el de la poca asesoría por parte de las entidades que distribuyen maquinaria en el país, los cuales en su afán de vender sus productos no les importa si este cubre o no las necesidades del diseñador y tratan de persuadirlo a adquirir cualquier tipo de maquinaria.

En otros casos los diseñadores tienen que importar algunos tipos de telas especiales para diseñar sus vestidos de fantasía, pero al momento de armar sus



diseños se encuentran con el problema de que los elementos (hilos, botones, cierres y otros accesorios) necesarios para el vestido y que son adquiridos en el país no están de acuerdo con el color y el tipo de tela utilizados, esto sucede incluso con las telas adquiridas en Colombia.

### 1.2 PRODUCCION DEL SECTOR EN LA CIUDAD

Las características principales de estas pequeñas empresas no está solamente en su forma de producir, sino en la manera como el trabajo les es solicitado y la forma de cumplir con esta solicitud. Un claro ejemplo de esto es el de cumplir con las ordenes de producción sobre medidas del cliente.

Otra forma de operar es por subcontratos que algunas microempresas le hacen para elaborar pequeñas ordenes de producción, donde el concepto de tiempo de entrega y los principios técnicos de la producción aparecen. En esta modalidad el contrato es adjudicado a una empresa más grande, que le entrega a su vez una parte del trabajo de ese contrato para que ésta lo ejecute. En este caso la empresa contratista suministra todos los materiales, procedimientos y modelos ya cortados; la empresa familiar sólo asume la mano de obra y los costos generales de

fabricación.

En los contratos sobre medidas sucede lo mismo; el cliente entrega todos los materiales y se diferencian en que el cliente los consigue directamente y a su vez absorbe, la mano de obra y los costos generales de fabricación.

Otro caso es el de los diseños exclusivos en los cuales el creador de éste, asume los costos generales de fabricación y la mano de obra, para luego recuperarlo cuando salen las prendas al mercado teniendo un precio un poco elevado debido a que son exclusivos de algún creador que ya ha ganado un prestigio.

Fundamentalmente estos negocios basan sus diseños en modelos preestablecidos, que aparecen en revistas que circulan en el comercio.

Este tipo de negocios, posee un capital de trabajo limitado, muy poca tecnología y frecuentemente operan en casas de familia, donde trabajan otros miembros de la misma; en algunas ocasiones se les ofrece trabajo esporádico a alguna persona ajena a ella, pero por lo general el propietario del negocio es el que realiza el trabajo de mayor cuidado como es el corte y la

supervisión.

### 1.3 EVOLUCION

El diseño y las confecciones Cartageneras, han ido desarrollandose lentamente, en sus comienzos existian en la ciudad unas dos o tres industrias de textiles, pero ningún taller que se dedicara al diseño y confección de prendas de vestir. Por ser Cartagena un puerto de gran importancia, los vestidos que usaban los Cartageneros eran traídos de España, Francia, Inglaterra, etc., ya confeccionados.

Pero con la crisis que sufrió el país debido a la segunda guerra mundial, la economía Colombiana se vió afectada y en especial la industria en todas sus modalidades lo que obligo a los colombianos a tratar de subsistir por sus propios medios, es así como empezaron a formarse los primeros pequeños talleres de confección de prendas de vestir como una forma de alcanzar un mejor nivel de vida. Pero en cartagena estos talleres no pasaron de ser pequeños talleres y así se mantuvieron por un largo periodo. Ver cuadro No. 1.

TABLA No. 1

TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR DEL DISEÑO Y CONFECCION DE ROPA EN LA CIUDAD.

TIEMPO DE ACTIVIDAD	No. DE ESTABLECIMIENTOS	%
1 a 2 años	30	60
2 a 5 años	15	30
5 a más años	5	10

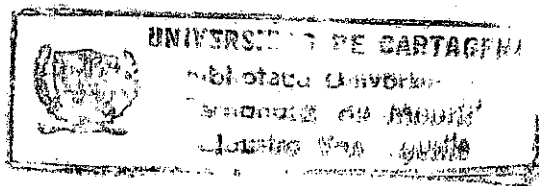
FUENTE: Encuestas

De los 50 establecimientos que respondieron la encuesta el 60% tiene de 1 a 2 años de funcionamiento.

En los últimos años el sector del diseño y confección de prendas de vestir ha ido creciendo rápidamente gracias a eventos sociales tales como: desfiles de moda, reinados

de belleza, concursos de modelaje, etc., que han dado a conocer no sólo a los diseños y la calidad de las confecciones Cartageneras, sino también a sus diseñadores.

Aunque todavía no se ha alcanzado un grado de competencia a nivel internacional podemos decir que vamos camino de lograrlo, ya que los diseñadores Cartageneros han tomado conciencia de los avances tecnológicos y de la



preferencia de la gente por ciertos tipos de prendas de vestir y tratan de que sus diseños lleguen a todo tipo de clientes.

Aunque empezó poco a poco y con un paso lento podemos observar que gracias a la tecnología que hace posible la fácil elaboración de los diseños encontramos que cada día los diseños Cartageneros se imponen entre la clase social alta que prefieren los diseños exclusivos. Ver cuadro No.1.

#### 1.4 ORGANIZACION DE LA EMPRESA DEL SECTOR

La constitución de las empresas de diseño y confección deben responder a los requisitos legales establecidos para el funcionamiento por las leyes que rigen el derecho comercial, para darle una vida jurídica constituyendose así en un sujeto activo de derecho y pasivo de obligaciones.

Las formas organizativas de las empresas de este sector dependen de los conocimientos intelectuales de la persona que administra el negocio que en la mayoría de los casos es el mismo propietario. Es por esto que no se puede establecer un modelo estándar de organización para este tipo de empresas.

Las formas organizativas son muy variadas y subjetivas hecho que no le niega la efectividad. La experiencia en estos casos es la mejor guía, no tienen ningún área de trabajo diferente de otra, con actividades independientes sino que se trabaja como un sólo bloque de trabajo donde hay una autoridad directa sobre todos los procesos.

Estos talleres funcionan en todos los sectores de la ciudad de cartagena, pero los grandes diseñadores están ubicados en Bocagrande, y que es allí donde están localizados sus principales clientes, y es aquí en este puente de la ciudad donde encontramos los más organizados administrativamente, puesto que se poseen locales adecuados y cuentan con una tecnología avanzada y con personal calificado. Pero también sobresalen en cuanto a empresas medianas podríamos decir dentro de la ciudad Incofec en Manga, Inducon en el sector de Bazurto, Bazar

La Moneda en el Centro, Confecciones Bebe, Uniformes Beroby, etc., con formas de organización definidas.

Ver cuadro No. 2.

TABLA No. 2

LOCALIZACION DE LA EMPRESA DE DISEÑO Y CONFECCION EN LA CIUDAD DE CARTAGENA.

LOCALIZACION	No. DE ESTABLECIMIENTOS	%
Centro	25	50
Bocagrande	8	16
Barrios Periféricos	17	34



FUENTE: Encuestas

Podemos observar que la mayoría de estas pequeñas empresas están ubicadas en el centro, pero las mejor organizadas se encuentran ubicadas en Bocagrande, y algunas en barrios periféricos.

## 2. PRODUCCION Y CALIDAD

En las empresas de diseño y confección la demanda depende mucho más que en cualquier industria de la calidad, porque de la buena presentación y la máxima calidad de sus diseños depende la aceptación en el mercado.

Un diseñador es reconocido tanto por su capacidad de imaginación y creatividad como por la buena calidad de sus diseños. Aquí se tienen en cuenta, los materiales con los cuales se trabaja, así como la maquinaria y el personal que hace posible la elaboración de sus diseños.

Una calidad deficiente acarrea gastos para rectificar los defectos. Los costos que implica el desperdicio, la reelaboración y las reclamaciones, pueden ascender a sumas importantes. La mala calidad también desemboca para este tipo de empresarios en una reducción del mercado debido a una falta de confianza por parte de sus clientes.

Un diseñador puede entregar una prenda totalmente

terminada en un día, cuando se trata de vestidos que requieren de mucho cuidado en su elaboración pueden demorar una semana. En contraste una empresa que sólo se dedica a la confección de prendas de vestir puede entregar de 4 a 5 vestidos diarios, esto depende mucho de la maquinaria y de la mano que tenga a su disposición.

Diseñar es una tarea mucho más difícil que confeccionar, diseñar requiere de una imaginación despierta en todo momento y de una creatividad especial. Por eso vemos que el diseñador hace un bosquejo de un vestido y luego lo va perfeccionando de acuerdo a la moda, los gustos o preferencias de las personas, la época y el clima.

## 2.1. SISTEMAS DE CLASIFICACION DE LOS PRODUCTOS

Los sistemas de clasificación de los productos de estas empresas dependen de la rama a la que se dedique la empresa, bien sea al diseño o a la confección de ropa.

Los diseñadores consideran sus productos de la siguiente forma:

- a. Ropa Casual. Es aquella ropa fresca, sencilla, que se puede llevar en cualquier momento.

b. Vestidos de Coctel. Aquellos vestidos que se diseñan para comida y reuniones de trabajo o de negocios.

c. Vestidos de Fantasia. Generalmente utilizados por las reinas de belleza y demás personas para fiestas de disfraces.

d. Vestidos de noche. Como su nombre lo indica son vestidos diseñados para lucir en cualquier evento por la noche, como por ejemplo: Fiestas, discotecas, matrimonios, etc.

Para las empresas dedicadas a la confección de uniformes clasifican sus productos en:

a. Uniformes de Trabajos Pesados. Utilizados por los obreros de las grandes fábricas de la ciudad y elaborados en telas especiales dependiendo de la labor en que se vayan a utilizar.

b. Uniformes de Secretarias. Los modelos, las telas y colores utilizados van de acuerdo al gusto del cliente.

c. Uniformes Militares. Son confeccionados exclusivamente para la Marina, Policía, Aduanas y otros, su elaboración se hace fácil ya que son modelos

estandarizados, el tipo de tela es exclusivo.

En la ciudad de Cartagena hay empresas que se dedican a confeccionar toda clase de ropa como son: ropa industrial, confección exclusiva, uniformes de colegios, ropa casual, vestidos de coctel, etc.

Existen también unas pocas dedicadas a la confección exclusiva de vestidos de novias, damas de matrimonios, y vestidos de primera comunión; como ejemplo tenemos la Rosa Blanca, La Casa de la Novia, como las más conocidas. Ver cuadro No. 3.

TABLA No. 3

SISTEMAS DE CLASIFICACION DE LOS PRODUCTOS

TIPO DE ROPA	No. ESTABLECIMIENTOS	%
Vestidos de calle	50	100
Vestidos de Fiesta	12	24
Uniformes	7	14
Vestidos de Novia	5	10

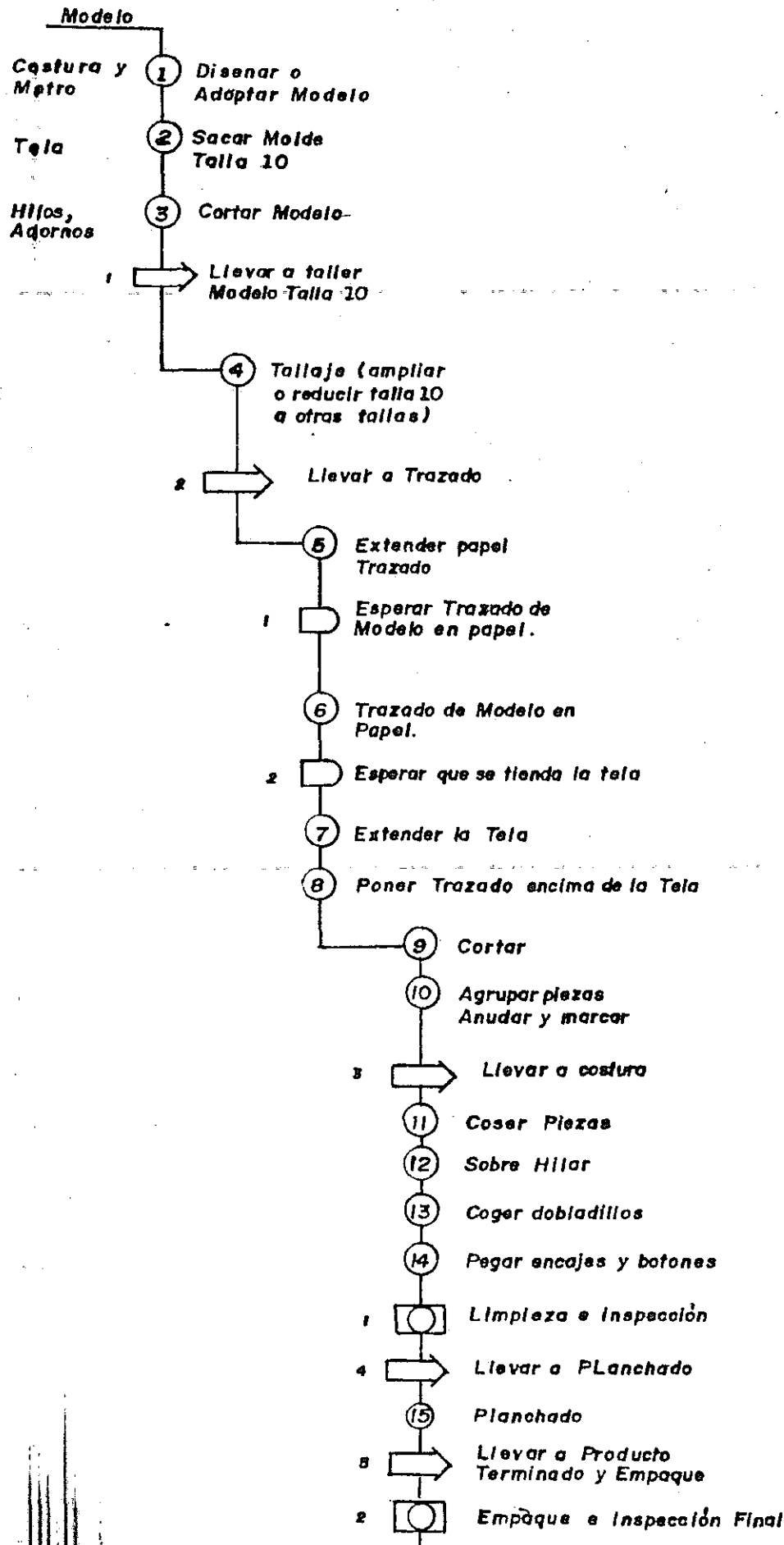
FUENTE: Encuestas

Según las respuestas podemos observar que todos los establecimientos dedicados a la confección y diseño de

ropa elaboran vestidos de calle, 24% de ellos, mas bien los diseñadores se dedican a la elaboración de vestidos de fiesta, además de vestidos de calle y vestidos de novia; 14% se dedican a la elaboración de uniformes solamente y 10% se dedican unicamente a elaborar vestidos de novia, primeras comuniones, damas, etc.

## 2.2. PROCESOS DE PRODUCCION

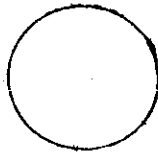
Este proceso se realiza mediante la transformación por integración de la materia prima y materiales utilizados. El proceso consiste: Una vez obtenida la materia prima (tela) se traza el molde sobre la tela o se trazan las medidas, cuando se trata de vestidos sobre medidas, seguidamente se corta la tela de acuerdo a la talla o medidas, luego pasa a costura, después se procede a darle los últimos acabados al vestido, en este caso pegarle el cierre, botones, encajes y demás accesorios, luego se limpia el vestido, se pasa a plancharlo y después se empaca y se coloca en el lugar correspondiente a productos terminados.



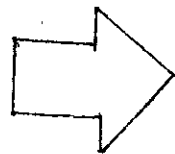
## 2.2.1. Diagrama del Proceso de Producción

## SIMBOLO

## DEFINICION DEL PROCESO



OPERACION: Tiene lugar cuando se cambia intencionalmente algunas de las características físicas o químicas de un objeto, se prepara para otra operación, transporte, inspección o almacenaje. También tiene lugar cuando se da o recibe información o cuando se planifica o calcula.

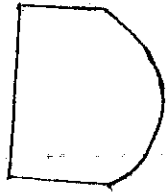


TRANSPORTE: Tiene lugar cuando se desplaza un objeto de un lugar a otro, excepto cuando este movimiento forma parte de una operación o es motivado por el operario en el puesto de trabajo durante una operación de inspección.

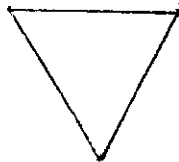


INSPECCION: Tiene lugar una inspección cuando se examina un objeto para su identificación o se verifica en cuanto a calidad y cantidad





ESPERA: Tiene lugar una espera cuando condiciones ajenas a un cambio intencionado de las características químicas o físicas de un objeto, no permiten, o no requieren la inmediata ejecución de la próxima acción planeada.



ALMACENAJE: Tiene lugar cuando se guarda o protege un objeto contra un traslado no autorizado.

### 2.3. CAPACIDAD DE PRODUCCION

Como capacidad de producción se entiende la tasa máxima disponible de producción o de conversión de las operaciones disponibles de una organización e incorpora el concepto de la tasa de conversión dentro del medio del cual se conciben las operaciones.

Es difícil a menudo lograr una medida de la capacidad real de producción debido a las variaciones que se tienen diariamente. Con frecuencia los empleados llegan tarde, o están ausentes, los equipos fallan por problemas mecánicos, se requiere suspender el trabajo para realizar labores de mantenimiento o reparaciones, y aunque se

trate de un problema menos complejo deben programarse las vacaciones del personal. Precisamente debido a todas estas incertidumbres y variaciones tienen como resultado que la verdadera capacidad permanentemente fluya. Todas deben considerarse en los estimativos que se hagan de la capacidad. Puede verse entonces que la capacidad de instalación es difícil de medir en términos precisos y consiguientemente los resultados de los intentos de medición deben interpretarse con cautela.

En las empresas de diseño y confección de la ciudad de Cartagena tuvimos la oportunidad de observar que éstas, trabajan sobre pedidos y que estos talleres utilizan toda la capacidad de producción disponible; debido a la poca maquinaria y a la absolescencia de la misma.

Los diseñadores, particularmente su producción depende de la acogida por parte del mercado, de sus diseños, para ellos un modelo se vende de acuerdo al gusto de la gente. Estos también utilizan todos los recursos que tienen a la mano para cumplir con sus pedidos.

#### 2.4. TECNOLOGIA

En esta actividad comercial son muchos los avances tecnológicos que encontramos en la actualidad, pero

debido a que el estudio fue realizado en pequeños talleres de diseño y confección, los cuales no cuentan con el capital necesario para adquirir estos tipos de maquinarias sofisticadas. Enseguida describimos el tipo de máquinas que podemos encontrar en cualquiera de los talleres existentes en Cartagena:

**MAQUINA PLANA DE UNA AGUJA:** Son utilizados para hacer costuras rectas, se necesitan en mayor número.

**MAQUINA SOBREHILADORA:** Es utilizada en la actividad de sobrehilo de piezas que no necesitan puntadas de seguridad al mismo tiempo.

**MAQUINA FILETEADORA:** Realizan puntadas de seguridad de piezas que así lo requieren.

**MAQUINA DE ATRAQUE:** Máquina para hacer atraques automáticamente, utilizada para atracar final zipper, presillas de fajones, presillas en pretinas de faldas y pantalones.

**MAQUINA SEMIINDUSTRIAL:** Son utilizadas para hacer toda clase de puntadas decorativas como zig - zag, bordados, etc.

MAQUINA PLANA DE DOS AGUJAS: Utilizadas para hacer doble costura al mismo tiempo en mangas, cuellos, fajones, presillas, cuando la moda lo exige. Empleada también para pegar encajes a dos costuras.

MAQUINA DE CIERRE: Utilizada para cierre de colita en los pantalones, cierres de puntas de fajón, cierre de faldas y vestidos.

MAQUINA DE BORDADO: Marca letras y bórda en géneros livianos, ligeros y medios, hace bordados decorativos.

MAQUINA PRESPUNTADORA: Utilizada para hacer respuntes en fajones, mangas, cuellos, sirve también para pegar etiquetas y sujetar forros.

MAQUINA DOBLILLADORA: Sirve para realizar las actividades de dobladillo en todos los tipos de ropa, máquina de costura plana con aguja y puntada invisible. Ver cuadro No. 4.

TABLA No. 4

MAQUINARIA UTILIZADA POR LA EMPRESA DEL SECTOR DE DISEÑO  
Y CONFECCION DE ROPA EN LA CIUDAD DE CARTAGENA

TIPO DE MAQUINA	No. ESTABLECIMIENTOS QUE USAN ESTA MAQUINA	% UTILIZACION
Planas	50	100
Sobrehiladora	20	40
Fileteadora	30	60
Semindustrial	35	70
Plana de dos agujas	10	20
De atraque	5	10
De cierre	5	10
De Bordado	10	20
Pespuntadora	3	6
Doblilladora	10	20

FUENTE: Encuesta

La máquina más utilizada según nuestra encuesta es la plana, todo establecimiento de diseño y confección cuenta con ella.

## 2.5. MATERIA PRIMA

TABLA No. 5

## PRODUCCION OBTENCION DE MATERIA PRIMA

MATERIA PRIMA MATERIALES	PROCEDENCIA	FRECUENCIA DE COMPRA
Telas	Medellín y Barranquilla	Mensual
Papeleria y útiles	Cartagena	De acuerdo a la necesidad
Adornos	Cartagena	De acuerdo a la necesidad.
Accesorios	Panamá y E.E.UU	De acuerdo a la necesidad.

FUENTE: Encuestas.

Según el cuadro No. 5 la materia prima utilizada en estas empresas generalmente es traída de Medellín, Barranquilla y en algunas ocasiones es adquirida a intermediarios cartageneros. Cuando se trata de diseños para vestidos de fantasía, la materia prima es importada de otros países como Panamá y Estados Unidos.

En los que se refiere a hilos, botones, encajes, lentejuelas, cierres y demás accesorios necesarios para la elaboración de vestidos, son adquiridos de los intermediarios de la ciudad en la mayoría de los casos y

algunas veces traídos de Barranquilla.

Algunas empresas de confección que trabajan sobre medidas no tienen la necesidad de comprar materia prima, ya que está suministrada por el cliente, en estos casos es suministrada por el cliente, y algunas veces a la empresa le corresponde adquirir los accesorios.

Otros materiales utilizados en los talleres de diseño y confección son las revistas de modas, las que estan nacionalizadas se adquieren por medio de intermediarios y otras son traídas de contrabando al país. El papel, reglas, tizas y demás elementos utilizados para trazar los moldes, es adquirido en las librerías de la ciudad.

2.5.1. Sistema de Compra. La compra de materia prima a los proveedores se hace a crédito y de contado dependiendo de la urgencia que se tenga; el crédito que ofrecen los proveedores es por lo general a 30 días, en algunas ocasiones si el proveedor estima que es una buena venta y el comprador es un buen cliente puede ofrecerle un plazo hasta de 60 días, las compras de contado son las que más se dan en este tipo de empresas, ya que éstas no ejercen un control sobre sus compras. Ver cuadro No. 6.

00021047

TABLA No. 6

## SISTEMAS DE COMPRA

VARIABLES	No. DE EMPRESAS	PLAZOS
Créditos	20	30 días
Contado	50	
Ambos	10	

FUENTE: Encuesta

Todas las empresas compran de contado, 25 de las 50 empresas encuestadas compran a crédito, y el plazo que les ofrecen los proveedores es a 30 días y lo utilizan ambos sistemas de compra.

## 2.6. LA FUNCION CALIDAD

El proceso de conversión opera para tener como resultado un producto, no cualquier producto, sino uno que tenga ciertas características específicas, las características importantes de un vestido quedan especificadas antes de su manufactura, en el momento en el cual se diseñó, estas características se conocen con el nombre de especificaciones de diseño; después que un vestido ha sido fabricado puede observarse en que medida se amolda o se desvía de las especificaciones de diseño.



La calidad del producto, es el grado en el cual el producto cumple con las especificaciones de diseño, cuando hay paralelismo muy cercano entre las características de diseño y calidad; cuando existen discrepancias importantes, se tendrá una baja calidad.

La calidad del producto puede estar en cualquier sitio de un rango continuo que va desde muy bajo hasta muy alto. Una desición bien sustentada para crear un buen producto se basa naturalmente en la identificación del mercado para el cual se manufacturará. Las características del producto son definidas por los objetivos específicos del mercado en el cual se mueve la empresa.

En el diseño y la confección de ropa la calidad es un elemento muy importante, ya que de ello depende la aceptación de los vestidos en el mercado y el prestigio del diseñador. Es por ello que en la elaboración de un vestido se requiere de mucho cuidado y un gran sentido de creatividad e imaginación. Es así como para obtener una buena calidad en la elaboración de un vestido, el diseñador mismo tiene que controlar cada paso del proceso de producción. Este control se da por medio de la observación directa y la estandarización de las tallas.

En este tipo de empresas el supervisor de calidad es el

mismo diseñador, quien en todo momento está haciendole inspección y llevando el control del proceso de elaboración de una prenda de vestir, ya que de ello depende su buena posición en el mercado.

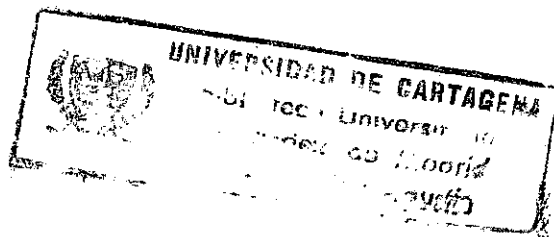
### 3. COMERCIALIZACION Y MERCADEO DEL SECTOR DEL DISEÑO Y CONFECCION

Toda empresa nace basada en la idea de hacer algo, lo cual puede consistir en fabricar ropa, por ejemplo, o comercializar un producto o bien prestar un servicio.

El diseñador tiene una idea, esa idea la desarrolla y la plasma en una prenda que más tarde lucirá un usuario o cliente de nuestra ciudad o de cualquier parte de nuestro país.

La aplicación de los conceptos de mercadeo, producto, necesidad y deseo son de gran importancia para la empresa por lo cual se hace indispensable saber su significado.

Mercadeo: Es la actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos por medio de un proceso de intercambio. Las empresas, desde que se inician, deben tener una orientación hacia el mercadeo entendida ésta como la búsqueda de la coincidencia entre su producto o servicio y la satisfacción de las necesidades y deseos de



nuestros clientes.

En la práctica esto se confunde y encontramos empresarios que piensan y actúan considerando que el mercado es el conocimiento y la aplicación de más técnicas y que por ello se requiere de una persona que haya realizado estudios en esa área para poder hacer mercadeo. Esto está alejado de lo que verdaderamente debe ser, pues el mercadeo es en esencia una manera de actuar, de atender las necesidades del cliente como lo han logrado muchos empresarios aún sin conocer las técnicas. La predisposición a pensar y actuar de acuerdo con las necesidades y deseos de las personas es de por sí una orientación al mercadeo.

Los objetivos de crecimiento, rentabilidad y supervisión que toda empresa debe lograr están muy ligados a la práctica del mercadeo, pues cuando sus productos satisfacen necesidades y deseos, existe una respuesta positiva de los consumidores y esto se traduce en una empresa exitosa que alcanza objetivos y propuestas.

### 3.1. LA OFERTA

Se entiende por oferta el total de bienes y servicios dispuestos para la venta, en un momento determinado, en

un lugar y precios dados; este momento en el tiempo puede variar de un segundo a varios años, a veces puede presentarse en forma ocasional o por estaciones, en cuanto al lugar puede referirse al mercado de venta del producto.

La oferta puede estar representada en manos del productor o del vendedor. Ver cuadro No. 7.

TABLA No. 7

IDENTIFICACION DE COMPETIDORES

COMPETIDORES	No.DE ESTABLECIMIENTOS	LOCALIZACION
Pequeños empresarios	50%	Centro. Bocagrande
Otras fábricas	10%	Barrios perif.
Otros	40%	Barrios perif.

FUENTE: Encuesta

El 50% de los competidores son pequeños empresarios y están ubicados en el centro y Bocagrande. El 10% otras fábricas y están ubicadas en los barrios periféricos de la ciudad. Otros como talleres domésticos se ubican en los barrios periféricos.

Estos pequeños empresarios ofrecen sus productos a

boutiques de la ciudad y a almacenes de venta al detalle.

Algunos de estos talleres cuentan con almacenes propios que hacen llegar sus productos a todos los estratos sociales, la mayoría de estos talleres elaboran sus vestidos sobre medidas, en este caso podemos decir que ellos están en disposición de satisfacer la demanda de un cliente en el momento en que éste llegue a la empresa a solicitar sus servicios.

### 3.2. LA DEMANDA

La demanda de las empresas del sector del diseño y confección de ropa la hemos dividido para su mejor estudio por sectores: Bocagrande, Centro y barrios periféricos. El sector de Bocagrande está cubierto por diseñadores tales como: Edith de Saladem, Oveida, Confecciones Nolly, etc. Estas diseñadoras confeccionan sobre medidas y también fabrican diseños exclusivos que venden a las boutiques situadas en el sector y que cubren toda la demanda tanto de nacionales y extranjeros.

En el centro de la ciudad es donde hay más acopio de talleres de confección, aquí encontramos a D' Clase, Confecciones Rosa Blanca, Confecciones Bebé, Almacén Italia, Confecciones Gallardo, Bazar la Moneda, en fin

encontramos la mayoría de los talleres de confección de ropa. Estos talleres cubren la demanda de algunos barrios de la ciudad y algunos tienen convenios con empresas privadas en cuanto a la elaboración de uniformes.

En los barrios periféricos como Manga, en donde la más importante es Incofec que está dedicada a la elaboración de uniformes, en especial de empresas del sector de Mamonal. También encontramos otras diseñadoras y algunas se dedican a la elaboración de vestidos de baño.

En el sector del mercado de Bazurto tenemos a Inducón que también satisface la demanda de las empresas privadas en cuanto a la elaboración de uniformes para sus empleados. Y en todos los barrios de la ciudad se destacan varios talleres, aunque un poco más pequeños que los mencionados anteriormente pero no menos importantes, ya que cubren la demanda de personas de bajos recursos y que en la ciudad es la mayoría de sus habitantes. Ver cuadro No. 8.

TABLA No. 8

DEFINICION DE CLIENTES

DEMANDA.

TIPO DE CLIENTES	LOCALIZACION	%
Almacenes	Centro	30
Industrias	Mamonal	10
Minoristas	Toda la ciudad	90

FUENTE: Encuestas

De las respuestas dadas por la empresa encuestadas encontramos que el 30% de los clientes están ubicados en el Centro, 10% industrias de Nacional y 90% se encuentran en toda la ciudad.

3.3. CANALES DE DISTRIBUCION

Conocidos también como canales comerciantes, es la ruta tomada por la propiedad de una prenda a medida que ésta se mueve del productor hasta el consumidor final o usuario.

Un canal siempre incluye tanto al fabricante como al consumidor final del producto, así al intermediario o agente mercantil que participa en la transferencia de la propiedad. El canal de una prenda de vestir se extiende hasta la última persona que la compra sin hacerle cambios significativos de forma. Cuando la moda de una prenda es alterada emerge otra prenda, se inicia un nuevo canal.

Los canales de distribución más utilizados en las empresas de diseño y confección de ropa son los siguientes:



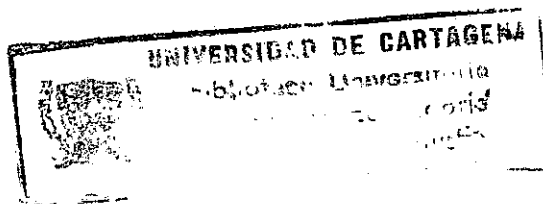
- a. Productor-Consumidor Final: En este caso se fabrican los vestidos sobre medidas, osea que el cliente lleva al taller la materia prima que desea para su prenda y recibe un producto terminado.
  
- b. Productor-Intermediario-Consumidor Final: El taller fabrica ropa que envia a pequeñas tiendas o almacenes de ropa y estos a su vez la hacen llegar al consumidor.

En la ciudad no existen grandes casas de modas, sólo talleres pequeños que cubren toda la demanda de ropa de la ciudad.

Por ello los canales anteriormente mencionados son los que más se dan en estas empresas.

#### 3.4. PUBLICIDAD

La publicidad se compone de todas las actividades involucradas en la presentación hacia un grupo, de un mensaje impersonal, oral o visual, patrocinado abiertamente acerca de un producto, servicio o idea; este mensaje llamado anuncio de un producto es diseminado a través de uno o más medios y es pagado por un patrocinador identificado.



Hay una distinción significativa entre la publicidad y anuncio, el anuncio es sólo el mensaje mismo; la publicidad es un proceso, programa o serie de actividades necesarias para preparar el mensaje; y hacerlo llegar al mundo que se intenta.

Otro punto es que el público conoce quien está detrás de la publicidad debido a que el patrocinador está identificado en forma abierta en el anuncio.

Fundamentalmente el único propósito de la publicidad es vender algo, un producto o servicio a una idea, dicho de otra manera, la meta real de la publicidad debe ser modificar las actitudes y el comportamiento del receptor del mensaje.

Existen muchos medios para hacer publicidad, pero solamente haremos referencia de aquellas formas utilizadas por las empresas en estudio y los objetivos que pretenden alcanzar con ella.

El primero y más utilizado es la radio, que les permite llegar a todos los consumidores en potencia, la radio hace su enfoque a través del oído; ofrece una flexibilidad considerable en términos del mercado geográfico cubierto y en términos del tiempo en el cual

se presenta el mensaje, puede sacar ventaja del impacto personal y dramático de la palabra hablada.

El segundo en importancia es la guía telefónica que permite al consumidor establecer un contacto directo en cualquier momento con el productor, en cuanto el consumidor lo crea necesario. A la vez al productor le ayuda a llegar a los estratos sociales que pueden ser sus clientes.

El tercer lugar lo ocupan las revistas para los productores que se dedican a la confección; para los diseñadores este medio es el segundo en importancia por que da a conocer el producto al consumidor a través de las fotografías del producto.

Otro medio importante para los diseñadores son los desfiles de moda, estos establecen una relación directa o estrecha entre el productor, el cliente y el producto; ya que el producto llega al consumidor a través del sentido de la vista, el tacto y el oído.

Otros medios que son muy importantes pero son los menos utilizados por este sector; son en primer lugar la televisión, puesto que es un medio bastante costoso y que apenas está incursionando en el departamento de Bolívar.

Este es el medio más recomendable para estos pequeños productores, porque hace su enfoque a través del ojo como del oído, los diseños pueden ser mostrados y también explicados, este medio ofrece gran flexibilidad en cuanto al mercado geográfico cubierto. Ver cuadro No. 3.

Los periódicos son flexibles y oportunos; estos permiten una cobertura amplia en el mercado local debido a que casi todas las personas leen periódicos; este medio ofrece una oportunidad para usar una cantidad suficiente de color, y los costos por prospectos son bajos.

TABLA No. 9

MEDIOS DE PUBLICIDAD UTILIZADOS POR LAS EMPRESAS DEL SECTOR

TIPO DE MEDIO	No. DE ESTABLECIMIENTOS QUE UTILIZAN EL MEDIO	% DE UTILIZACION
Periódico	5	10
Radio	25	50
Televisión	2	4
Teléfono	30	60
Revistas	10	20
Desfiles de Moda	10	20

FUENTE: Encuesta

El medio más utilizado es la guía telefónica, seguido por la radio.

### 3.5. PRECIOS

Significado del precio: Es indudable que la mayor parte de las dificultades que se relacionan con los precios se debe al hecho bastante sencillo de que no se conoce en general, el significado preciso del tema; es decir, no se sabe el significado de la palabra precio aún cuando sea muy fácil definir el concepto en términos conocidos.

Según la teoría económica, el precio, el valor y la utilidad son conceptos relacionados, la utilidad es el atributo de un artículo que lo hace capaz de satisfacer deseos, el valor es la expresión cuantitativa del poder que tiene un producto de otros productos a cambio.

Debido a que la economía no está limitada por un sistema de intercambio lento y pesado, se utiliza el dinero como un denominador común del valor y el término precio puede servir para describir el valor monetario de un artículo, el precio es el valor expresado en monedas.

Toda empresa debe tener sus procedimientos para determinar los precios de los productos que ofrece al

mercado, estos procedimientos son muy importantes para ofrecer un precio justo al consumidor, veamos algunos de ellos:

- Estimación de la demanda del producto.
- Proyectar la reacción competitiva.
- Establecer la participación esperada en el mercado.
- Seleccionar la estrategia de precios para alcanzar el mercado proyectado.
- Considerar las políticas de la empresa en cuanto a productos y canales de promoción.
- Seleccionar el precio específico.

En las empresas en estudio no se aplican estos procedimientos para determinar los precios de sus productos, bien sea porque el administrador o propietario de la empresa no tiene conocimiento de ellos porque considera que para determinar precio se debe tener en cuenta el costo y la obtención de utilidades. Si se tuvieran en cuenta estos procedimientos la duración de estos negocios en el mercado sería más prolongada y sus utilidades serían mayores y estables.

Los precios en esta empresa están a la competencia, ya

que de esta manera se garantiza la permanencia de la clientela; no tienen en cuenta los gastos administrativos. Por otra parte en la ciudad de Cartagena no existe una entidad que regule los precios o les brinde asesoría para la determinación de precios de estas empresas.

### 3.6. SISTEMAS DE VENTAS

Todas las empresas en estudio utilizan sistemas de venta de crédito y a contado. El crédito es el más conveniente para el cliente, pero para estas pequeñas empresas resulta más rentable vender de contado, ya que ellas necesitan de una liquidez constante. Los sistemas de venta a crédito que utilizan es a treinta días como mínimo, dado que para ellas el crédito no representa ninguna rentabilidad.

Ver cuadro No. 10.

TABLA No. 10

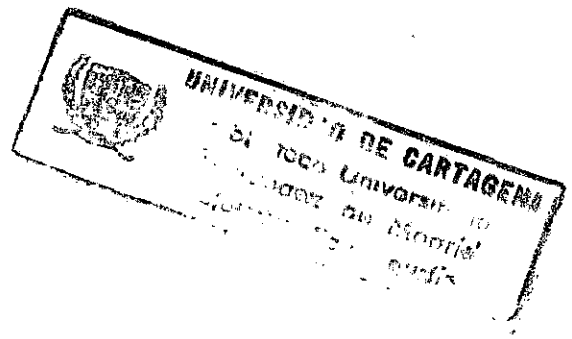
#### SISTEMAS DE VENTAS

VARIABLES	No. DE EMPRESAS	TIEMPO
Crédito	25	30 días
Contado	50	
Ambos	10	

FUENTE: Encuestas

De los 50 establecimientos que respondieron nuestra encuesta encontramos que 25 ofrecen sistemas de créditos a 30 días. Todos venden de contado y lo utilizan ambos sistemas de ventas.





4. RECURSOS HUMANOS

Al hablar de recurso humano necesariamente tenemos que mencionar lo que se considera lo más importante e indispensable dentro de una organización "el trabajador"; el más rico y disponible dentro de la empresa ya que son los únicos activos que se valorizan, todos los demás sufren depreciación, si bien no están bien desarrollados constituyen un activo con un potencial enorme para contribuir a una mayor productividad.

Los trabajadores sienten un profundo deseo de ser parte de un grupo, se asocian a iglesias, clubes, etc. porque buscan la compañía de sus semejantes y quieren asociarse con otras personas por cuestiones de interés común, quieren sentirse parte de una empresa y no conformar un número más en la nómina de empleados.

El trabajador de alguna forma quiere expresarse y comunicar lo que sienten y lo que creen no sólo al superior inmediato sino al dueño de la empresa; de esta forma la actitud positiva del trabajador ha crecido y ha

entrado en conflicto, con la estricta reglamentación del ambiente de trabajo, produciendo la inevitable consecuencia de la insatisfacción en el trabajo y la del trabajador, produciéndose la inevitable consecuencia de la insatisfacción en el trabajo y la del trabajador, este conflicto produce comportamientos negativos en los empleados así como:

- Un alto nivel de ausentismo
- Tardanzas
- Un alto índice de rotación de empleados
- Baja moral e insatisfacción general
- Alto índice de accidentes
- Mala calidad y alto índice de desechos
- Baja productividad.

Una empresa no funciona si no cuenta con el recurso humano, por lo tanto se le debe tratar de la mejor forma posible y motivarlo para que se sienta con deseos de producir y crecer junto con la organización.

#### 4.1 MANO DE OBRA EMPLEADA

La mano de obra directa es escasa según encuestas hechas a confeccionistas en talleres y empresas de ropa de trabajo, comercial y suntuaria de la ciudad, constituyéndose este en el más grave problema. Pero esta

escasez es motivada por la baja remuneración y a la poca o mala estabilidad económica que brindan los talleres o empresas de la ciudad, ya que en dichos talleres o empresas no existen condiciones para mantener una producción constante durante todo el año y proporcionarles un buen clima de trabajo; motivo por el cual los operarios no se motivan a producir eficientemente o recurren al retiro, presentándose así una situación de escasez de mano de obra para las mencionadas empresas.

Además en estas empresas y talleres se detectó fácilmente que uno de los problemas que más afecta la producción, es la falta de incentivos. El personal de planta solo trabaja bien mientras se siente vigilado, lo que trae como consecuencia un desaprovechamiento de los recursos humanos y la maquinaria.

4.1.1 Distribución de la Mano de Obra. En las empresas de confección más grandes de la ciudad encontramos la siguiente distribución de la mano de obra:

Un Administrador:

Que en la mayoría de los casos es el mismo propietario y se encarga de gerenciar la empresa, toma todas las decisiones necesarias de la organización de la empresa y del mercadeo de la misma, etc.

Un Contador:

Que es el encargado de manejar la contabilidad de la empresa.

Una Secretaria:

Encargada de la elaboración de toda clase de documentos, recibir llamadas y atender visitas.

Dos o tres Supervisores:

Quienes se encargan de controlar la calidad de las prendas de que los operarios cumplan con sus obligaciones.

Las Operarias:

Quienes estan encargadas de la elaboración de las prendas de vestir.

Un Mensajero:

Que es el encargado de la repartición de la correspondencia y de todas aquellas actividades que se tengan que hacer fuera de la empresa.

En las empresas más pequeñas o talleres encontramos solamente una persona encargada de la administración del negocio y de una a diez operarias. Ver cuadro No. 11.

TABLA No. 11

## PERSONAL VINCULADO

VARIABLE	No. ESTABLECIMIENTOS	%
Operativo	50	100
Administrativo	25	50

FUENTE: Encuestas.

Todos los establecimientos tienen personal operativo. 25 tienen personal administrativo y operativo.

4.1.2 Calificación de la Mano de Obra. Para los talleres de confección no se necesita que las personas sean profesionales en la materia, solo se les exige para la vinculación de la persona en la empresa que hayan realizado cursos de corte y confección y que tengan alguna experiencia, en muchas ocasiones es más aceptable la experiencia de la persona que los títulos obtenidos.

Pero en lo que a los diseñadores se refiere la mano de obra debe ser más calificada ya que el operario según el diseñador debe captar la idea exacta de lo que él plasmó sobre el papel. Ver cuadro No. 12

TABLA No. 12

## DIFICULTADES EN LA CONSECUION DE PERSONAL

VARIABLE	No. ESTABLECIMIENTOS	%
Poca mano de obra	15	30
Mano de obra calificada	20	40
Semicalificada	15	30

FUENTE: Encuestas

El 40% de los establecimientos encuestados respondieron que encuentran dificultad para conseguir mano de obra calificada. 30% respondieron que en la ciudad hay poca mano de obra y 15 respondieron que existen dificultad en Cartagena para conseguir mano de obra semicalificada.

Aquí se requiere de personas que por lo menos hayan hecho cursos de diseño textil, que puedan realizar combinaciones de telas, colores y estilos; además cursos de corte y confección.

#### 4.2 INCENTIVOS

El gerente o dueño de la empresa debe saber motivar a sus empleados, debe interesarse por su trabajo y por sus problemas, de esta manera la motivación trae resultados efectivos.

No obstante la excesiva motivación es perjudicial para la empresa puesto que el gerente limita su campo de observación mirando solo aquellos que parezca de mayor importancia dejando pasar muchas cosas que podrían llevarlo a soluciones óptimas.

En segundo lugar, el gerente puede crear objetivos excesivamente ambiciosos, y puede que estos sean tan difíciles que la probabilidad de llegar a ellos sea muy pequeña.

Encontramos lo que podríamos considerar como los principales factores de motivación del trabajador:

- La naturaleza del trabajo mismo, el que de verdad logre despertar las expectativas del trabajador.
- Un buen sueldo, este es un factor de motivante importancia en el trabajo.
- La ubicación del trabajador dentro de la empresa.

El uso de incentivos para motivar a los empleados dentro de estas pequeñas empresas resulta muy crítico ya que estas buscan obtener el máximo de cada empleado con el fin de obtener mayor productividad y poder crecer más rápidamente.

Otro factor de bastante importancia en una pequeña

empresa y que se le considera proporciona una motivación especial en el trabajador es la actitud que el dueño o gerente tenga hacia sus empleados.

En estas microempresas el trabajador tiene la oportunidad de tener una relación más directa con sus dirigentes o propietarios, factor de gran importancia para el trabajador ya que lo hace sentir como parte de una pequeña familia, lo que incentiva a hacer su trabajo con mayor responsabilidad, esmero y se logra con ello incrementar la productividad.

#### 4.3 LA CAPACITACION

La capacitación ha demostrado ser un medio muy eficaz para hacer más productivas a las personas. No obstante los gerentes no deben dar por hecho que exista una relación casual entre el conocimiento impartido o las destrezas enseñadas y el aumento significativo de la productividad; se ha dicho que la capacitación facilita el aprendizaje de un comportamiento relacionado con el trabajo. El contenido de un programa de capacitación debe ajustarse al contenido del trabajo, las empresas deben ofrecer programas de capacitación diseñados para transmitir información o un contenido diseñado específicamente para el trabajo, o para hacer imitación



de modelos; hay muchas formas de impartir capacitación, todos los métodos son buenos hasta cierto punto pero los más eficaces parecen ser aquellos en los que se utilizan la imitación de modelos para que el empleado identifique y practique los comportamientos de las personas que desempeñan con éxito determinado trabajo.

En las pequeñas empresas donde hicimos las encuestas nos encontramos con que ninguna de ellas les imparte capacitación a sus empleados u operarios debido a las siguientes razones:

- Por el hecho de ser pequeños talleres o empresas familiares.
- No cuentan con los recursos necesarios.
- Tampoco cuenta con asesoría de ninguna índole.
- Las metas de estos talleres están encaminadas hacia un mayor crecimiento y productividad.

#### 4.4 PRESTACIONES SOCIALES

En Colombia las leyes laborales han establecido una serie de beneficios económicos para el trabajador fuera de su salario habitual. A estos beneficios han dado en llamarlos Prestaciones Sociales.

Tales prestaciones sociales son pagaderas en determinadas

fechas unas y otras son acumulativas hasta que concurren ciertas circunstancias que permitan su pago conforme a normas legales.

Las más importantes son:

- La Prima de Servicio: se liquida a razón de un (1) mes de sueldo por cada año de servicio. Esta prestación se debe pagar en dos cuotas: La primera antes del 30 de junio y la segunda antes del 20 de diciembre. Antes de estas fechas se pagará como prima de servicios medio sueldo a cada trabajador.

- Vacaciones: Esta es otra social, que consiste en dar al trabajador 15 días hábiles de vacaciones remunerados por cada año de trabajo. Su liquidación se hace en base al sueldo que este devengando el trabajador en el momento de salir a disfrutar de la misma.

- Auxilio de Transporte: Es una suma fija, que establece el gobierno por decreto. Se paga a los trabajadores que devenguen 2 veces el salario mínimo legal más alto vigente.

- Calzado Vestido de Labor: Consiste en la dotación de calzado y vestido apropiado a la labor que desempeñe el trabajador, tres veces al año. Se paga a los

trabajadores que devenguen hasta 2 veces el salario mínimo más alto legal vigente.

#### El Seguro Social

Tiene como finalidad el contribuir a la protección de la población urbana y rural, mediante el amparo de la situación que efectúan la salud del trabajador y de su familia.

#### El Seguro Social ampara:

- Enfermedad en general
- Maternidad
- Accidentes de trabajo
- Enfermedad profesional
- Inválidez
- Vejez
- Muertes
- Asignaciones familiares

De los trabajadores de las empresas afiliadas.

El Seguro Social cubre dichos riesgos en especie o en dinero, según sea el caso. Las prestaciones en dinero tienen por objeto suplir la pérdida de salario transitorio o permanente del trabajador y se liquidan con

relación a los salarios o ingresos que se hayan tomado como base para las cotizaciones.

. Afiliación al Instituto de Seguro Social:

En el momento de la vinculación de un trabajador es obligación de la empresa afiliarlo al I.S.S.

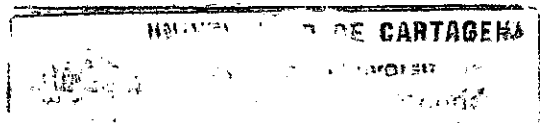
. Efectuar las retenciones y pagos al I.S.S. oportunamente, con base en el salario del trabajador y las tablas de retención y aporte establecidas por el I.S.S.

. El incumplimiento de las disposiciones sobre Seguro Social obligatorio da lugar a sanciones, las cuales, pueden ser multas hasta 5 veces el valor de la infracción cuando estas pueden ser valoradas, o en caso contrario, multas que varían de 3.000 en adelante.

Subsidio Familiar

Es una prestación que se paga en dinero o en servicio en proporción al número de personas a cargo.

Su objetivo es favorecer la integración y el fortalecimiento económico, moral y cultural de la familia como núcleo básico de la sociedad.



Esta obligado a pagar el subsidio familiar en el sector privado todo empleador que ocupe diez (10) o más trabajadores permanentemente.

#### El Seguro de Vida Obligatorio

Toda empresa de caracter permanente que pague salarios mensuales debe efectuar a su cargo el seguro de vida colectivo a todos los trabajadores exceptuando a los ocasionales o transitorios. Los siguientes son los beneficiarios:

- Conyuge
- Hijos legítimos
- Hijos naturales
- Padres legítimos
- Padres naturales

las empresas están obligadas a obtener el seguro de vida de sus trabajadores a través de una compañía aseguradora. Sino desean hacerlo, pueden asumir el caracter de aseguradoras y pagadoras de seguro. Cuando fallezca uno de sus trabajadores previo permiso del Ministerio de trabajo, siempre y cuando su capital no sea inferior a Cien mil pesos (\$100.000,00).

ICBF

Establecido mediante la ley 27 de 1974, tiene como

finalidad la creación de centros de atención integral al ,  
prescolar, nutrición, promoción social y asistencia legal  
para menores de edad.

Toda empresa privada sin exepción debe pagar al ISS de  
Bienestar Familiar el 2% del valor de los salarios  
pagados a sus trabajadores mensualmente de conformidad  
con lo dispuesto en la ley 7 de 1979 y su decreto  
reglamentario número 2388 del mismo año. este pago es  
indispensable para obtener la deducción por concepto de  
salarios cuando haga su declaración de renta.

Cesantías

Esta es otra prestación social que como su nombre lo  
indica se paga al trabajador cuando este queda cesante,  
sin empleo. La ley en Colombia determina que está  
prestación solo se pagará cuando se de por terminado el  
contrato de trabajo entre empresa y trabajador y en  
algunos casos muy especiales establecidos en la misma  
ley, de tal manera que lo normal es que está prestación  
se paga cuando finaliza su contrato de trabajo.

Son de una cuantia equivalente a un mes de salario por  
cada año de servicios y proporcionalmente a todo el

tiempo servido proporcionalmente si este fuere menor de un año.

Intereses a las Cesantías: Las cesantías de los trabajadores van quedando en poder de la empresa hasta cuando ellos se retiren del servicio o les sean entregadas para los fines previstos en la ley. Mientras la empresa permanezca en poder de ese "capital" de propiedad de los trabajadores es apenas justo que les reconozca algún interés sobre el mismo. En Colombia ese interés es del 12% anual sobre el saldo de cesantías que cada trabajador tenga en "manos" de la empresa. Este interés se entrega a los trabajadores cada año antes del 31 de enero.

Las empresas de diseño y confección de ropa en la ciudad de Cartagena por su naturaleza de microempresas escasamente afilian a sus trabajadores al I.S.S., les pagan el auxilio de transporte, las vacaciones y las primas de servicios, las más organizadas. Otras ni siquiera dan al trabajador estas prestaciones sociales, prefieren contratar al personal a destajo o por jornal, para ahorrarse dichas prestaciones.

#### 4.5 SALARIOS

En las empresas en estudio los trabajadores están muy mal

remunerados ya que algunas sólo pagan a sus trabajadores el salario mínimo legal, otras ofrecen salarios inferiores al mínimo legal.

Encontramos trabajadores a los cuales le pagan un salario por encima del mínimo legal pero no son operarios, sino que pertenecen al personal administrativo como la secretaria o el contador, pero en las empresas mejor organizadas, es por esta razón que observamos que en estas empresas hay una alta rotación de personal.

Además pocas son las prestaciones sociales que estas empresas brindan al trabajador.



## 5. ASPECTO FINANCIERO

Cuyo objetivo es el manejo del recurso monetario y comprende registro, utilización, análisis, proyección de necesidades, rendimiento que la empresa obtiene con la gestión financiera y cada uno de sus componentes comprende:

**Costo:** Conocimiento sobre lo que cuesta producir o comercializar los productos o servicios de las empresas, mano de obra, materiales, comisiones, servicios, etc.

**Contabilidad:** Registro de todas las operaciones financieras, propiedad de la empresa, deudores, acreedores, compras, ventas, utilidades, bienes activos de la empresa, gastos, etc.

**Análisis Financiero:** Utilización de registros financieros para examinar la condición financiera de la empresa; liquidez, rendimientos, capacidad de un endeudamiento, rotación de los activos, de las cuentas por cobrar, suministra bases para la proyección de la

organización en el futuro.

Contabilidad Administrativa: Facilita el análisis de la utilización de los recursos financieros y su correcta aplicación a las exigencias económicas.

Presupuestos: El soporte fundamental para establecer hacia donde va la empresa y para solicitar oportunamente los recursos que se necesitaran en el futuro. Presupuesto de cuentas, compras, mano de obra, materias primas, proyección del estado de ingresos y egresos, flujo de fondos, etc. Surge como consecuencia del sistema presupuestarial.

El presupuesto juega un papel muy importante en la fijación de objetivos y del establecimiento de las estrategias para alcanzarlas.

Control: En todo el paso es indispensable el establecimiento de controles que garanticen el uso correcto de los fondos y recursos económicos propios y prestados que la empresa tiene y el empresario maneja.

### 5.1 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Se entiende por fuentes de financiamiento el origen o formas como se consiguen los recursos para realizar un

proyecto. La financiación de un proyecto de inversión se refiere a la siguiente pregunta: De dónde saldrán los fondos necesarios para cubrir el valor total del proyecto?.

La financiación de estas empresas se pueden obtener de las siguientes fuentes:

a- Financiación Interna (Recursos Propios): Consiste en buscarlos recursos dentro de la empresa, sin necesidad de recurrir a fuentes externas. La forma más común de financiación consiste en la reinversión de las utilidades que ha venido generando la empresa. También es común que no se les han pagado a los trabajadores y las apropiaciones que por depreciación, se debe hacer mensualmente por el uso de la maquinaria. Así mismo, adecuando el manejo y la coordinación de las entradas y salidas dinero, se puede contribuir a la financiación interna de la empresa. Al financiarse con recursos propios se logra la capitalización de la empresa, reduciendo los costos que puede tener un préstamo. Este es un método de financiación más utilizado por los propietarios de talleres de confección y diseñadores ya que no cuentan con recursos suficientes para cubrir los intereses que generan un préstamo a una corporación financiera y respaldar esa deuda.

b- Financiación Externa: Generalmente una empresa necesita ayuda externa para crecer. La falta de recursos financieros, la mayoría de las veces es el obstáculo número 1 en el desarrollo de una microempresa.

Es común que un microempresario acuda a un agiotista, porque considera que las entidades financieras, piden muchos papeles, se demoran para el préstamo exigen garantías o no les gusta prestar a los que necesitan. En cambio su amigo agiotista no exigen muchos papeles piden pocas garantías y entrega el dinero más rápido.

Se recurre a financiación externa generalmente cuando las necesidades que se tienen no se pueden efectuar con recursos propios. Hay muchas formas de conseguir financiación externa, por ejemplo solicitando sobregiros al banco donde se tiene la cuenta corriente logrando que las materias primas sean suministradas a buen plazo a los proveedores, consiguiendo préstamos a corto plazo a través de intermediarios financieros, alquilando los equipos y maquinarias que requiere la empresa en vez de comprarlos.

c- Financiación interna y externa: Es tal vez lo más común y consiste en financiar algunos proyectos con recursos propios y otros con recursos externos. Este sistema es combinación de las descritas anteriormente.

00022047

### 5.2 POLITICAS DE FINANCIAMIENTO

En términos generales puede afirmarse que las políticas de financiamiento han perseguido dos objetivos básicos a saber:

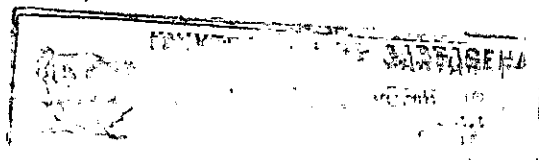
- Promover Industrias básicas en el país, ya sea para diversificar sus exportaciones o para sustituir importaciones con producción nacional integrada.
- Diversificar las inversiones de la microempresas y operaciones de crédito, evitando la concentración de sus recursos en pocos campos de actividad económica.

### 5.3 RUBROS FINANCIABLES

En la ciudad existen varias entidades financieras que ofrecen diferentes líneas de financiamiento a los pequeños microempresarios del sector de las empresas en estudio; entre las más utilizadas por estas personas podemos mencionar las siguientes:

5.3.1 Caja Agraria. Ofrece créditos de fomento o créditos para la pequeña industria hasta una cuantía máxima de \$1.000.000.00 en las que se les exige una fianza como garantía.

A algunos de sus clientes a los que ellos llaman clientes



experimentados por su cumplimiento por la entidad, les hacen préstamos hasta de \$300.000.00 sin exigir ninguna garantía o requisito.

Los créditos son otorgados para la compra de activos fijos y capital de trabajo.

Los requisitos exigidos por esta entidad financiera para los clientes nuevos son los siguientes:

- Dedicación a la actividad financiable.
- Dos referencias comerciales.
- La escritura de propiedad si posee algún bien inmueble.

La tasa es fijada de acuerdo al valor del patrimonio del beneficiario así; hasta un millón el 9% anual, de uno a tres millones el 21% anual y así sucesivamente; en caso de que no posea ningún patrimonio la fijará el Banco de la República de acuerdo a una tabla establecida de redescuento.

Los plazos otorgados son de dos años para capital de trabajo y un año para activos fijos.

Para la amortización de la deuda se llega a un acuerdo entre la entidad y el microempresario y puede ser: bimestral, semestral o trimestral.

5.3.2 Corporación Financiera Popular. Creada en el año de 1967 como una sociedad de economía mixta; hoy empresa comercial del estado adscrita al ministerio de desarrollo económico integrada por:

- Gobierno Nacional.
- Banco Popular.
- Proexpo.
- Instituto de Fomento Industrial.
- Corporación de Ferias y Exposiciones.
- Accionistas Particulares.

La Corporación Financiar Popular ofrece créditos para: Activos Fijos. Compra de maquinaria y equipos nuevos y usados de origen nacional o extranjero; montaje de maquinaria y equipo; construcciones y ampliaciones de áreas de producción y/o almacenamiento.

Capital de Trabajo. Inventario de materias primas, productos en proceso, inventario de productos terminados.

El monto equivalente en pesos colombianos de los créditos será u\$7.000.

Las condiciones de la línea son las siguientes:

Línea IFI y BID para activos fijos.

Plazo: hasta 4 años.

Periodo de gracia: hasta un año.

Tasa de interés: 24% anual pagaderos por mes vencido a partir de la fecha de desembolso del crédito.

La amortización del capital será mensual vencido.

Línea IFI par Capital de Trabajo.

Plazo: hasta 3 años.

Periodo de gracia: hasta 6 meses.

Tasa de Interés: 24% anual pagaderos por mes vencido a partir de la fecha de desembolso del crédito.

Amortización del Capital: mensual vencido.

Línea BID para Capital de Trabajo.

Plazo: 18 meses.

Periodo de gracia: hasta 3 meses.

Tasa de interés y amortización: son iguales a la línea IFI. Cuando simultáneamente se financian capital de trabajo y activos fijos el plazo y el periodo de gracia serán para activos fijos.

Garantías: En su orden de prioridad se aceptarán las normas establecidas; cuando se trate de garantías personales se aceptarán así:

- Un codeudor solvente, para créditos hasta el equivalente en pesos colombianos de u\$1.500.
- Dos codeudores solventes para créditos superiores al equivalente en pesos colombianos de u\$2.500.



Requisitos:

- Ventas mensuales inferiores al equivalente en pesos colombianos de u\$5.500.
- Máximo de 10 empleados permanentes.
- Activos totales inferiores al equivalente en pesos colombianos de u\$20.000.
- Mínimo un año de actividad en el mercado.
- Local fijo de trabajo propio o alquilado.
- Grado razonable de eficiencia empresarial dentro de sus limitaciones naturales.
- Presentar certificados de capacitación del SENA o de la Fundación.

5.3.3 Compañías de Financiamiento. Las compañías de financiamiento comercial o intermediarios financieros como eran llamados hasta 1979, son establecimientos de crédito cuyo objetivo es el de manejar, aprovechar o invertir fondos provenientes del ahorro privado, mediante la captación de dinero del público para colocarlo también entre el público a manera de préstamos, depósitos o cualquier forma de créditos.

Las compañías de financiamiento comercial al igual que otras instituciones financieras, están bajo la vigilancia y control de la Superintendencia Bancaria y regula el funcionamiento, la prestación de los numerosos servicios

que prestan estas compañías. Las compañías de financiamiento comercial en pro del desarrollo económico tienen entre sus diferentes funciones la de otorgar préstamos a corto y mediano plazo. Beneficiandose así todos los sectores económicos, estos préstamos se hacen con recursos ordinarios, ya que las compañías de financiamiento comercial no tienen acceso al crédito de fomento administrativo por el Banco de la República ni al de los otros fondos.

En el crédito a mediano plazo debe existir una garantía real. Estos créditos se otorgan en base a unos documentos por pagar que hacen las compañías de financiamiento.

Créditos ordinarios: Esta línea podrá beneficiar también a la pequeña industria suministrando recursos para su funcionamiento, estos créditos se otorgan a corto y mediano plazo.

La tasa de interés sobre los préstamos se otorgan por intermedio de la compañías de financiamiento comercial, son determinada mediante un convenio entre los clientes y las compañías pero teniendo en cuenta que esta tasa de interés no sea mayor que el 50.42% del interés efectivo anual.

Plazos y Montos: Los plazos de los préstamos que otorgan las compañías de financiamiento comercial se fija de acuerdo a la clase de créditos. Si es un crédito a corto plazo el plazo será de un año, si es de mediano plazo será hasta 3 años. El monto será dado de acuerdo a las características de cada cliente.

Garantías: Los empresarios deben presentar garantías de tipo personal y/o real, si el crédito es de corto plazo, y si es de mediano plazo la garantía será real.

5.3.4 Banco Cafetero. Ofrece dos líneas de crédito:

- Crédito comercial. Para todos los ahorradores de la entidad y en las que se les exige como requisito indispensable mantener un buen promedio durante 6 meses. El monto financiable es de \$3.00 por cada \$1.00 ahorrado aproximadamente; la tasa que se cobra es del 36% nominal anual; esta línea de crédito es para lo que el ahorrador quiera prestar (Casa, Vehículo, negocio, etc.).

- Créditos de Fomento. Para esta línea de crédito el Banco Cafetero sirve de intermediario del Banco de la República; no es necesario ser ahorrador de la entidad; los requisitos que exige esta entidad son de dos fiadores y un garantía real (hipoteca, prendas, etc.), además de las que pueda exigir el Banco de la República. El plazo

máximo es de un año, la tasa de interés es fijada por el Banco de la República de acuerdo a una tasa preestablecida y de acuerdo al monto del crédito; la amortización de la deuda se hará de acuerdo a lo que convengan en Banco de la República y el beneficiario del crédito y puede ser bimestral, trimestral, semestral, etc.

6. ASPECTO LEGAL

Comprende su responsabilidad ante terceros, las negociaciones que ejecuten, el poder y mando al interior de la organización y la vigilancia que reciba de los organismos estatales.

Generalmente estas empresas son de tipo comercial, están dedicadas a una actividad económica en la cual se obtendrá una utilidad. Podemos observar en estas sociedades comerciales una subdivisión, es así como encontramos:

Las sociedades constituidas legalmente que son aquellas que tienen escritura pública y se registran en la Cámara de Comercio y las sociedades de hecho que son las que se registran en la Cámara de Comercio pero que no se forman con escritura pública.

6.1. TIPOS DE SOCIEDAD

Sociedad Limitada: Los socios responden hasta el monto de

sus aportes, el mínimo de socios es de dos, el nombre de la empresa está conformado por una razón social o determinación seguida de la palabra limitada o su abreviatura Ltda.

La administración y representación la ejercen los socios pudiendo delegarla.

El capital social se pagará íntegramente al constituirse la compañía, estará dividido en cuotas de igual valor. Los socios responderán solidaria e ilimitadamente por el valor atribuido en los aportes en especie, máximo es de 25 socios.

Sociedades Colectivas: Todos los socios en nombre colectivo responderán solidaria e ilimitadamente por las operaciones sociales. Su nombre debe estar conformado por el nombre completo o apellido de alguno de los socios seguido de las expresiones y "Cía", "hermanos", "e hijos" u otros análogos, si no se incluyen los nombres completos o los apellidos de todos los socios. No podrá incluirse el nombre de un extraño en la razón social.

La administración la ejercen todos y cada uno de los socios que puedan delegarla.

Sociedad Comandita Simple por Acciones: Conformada por los denominados socios gestores o colectivos, los cuales responden solidaria e ilimitadamente, los socios comanditarios que responden por su aporte.

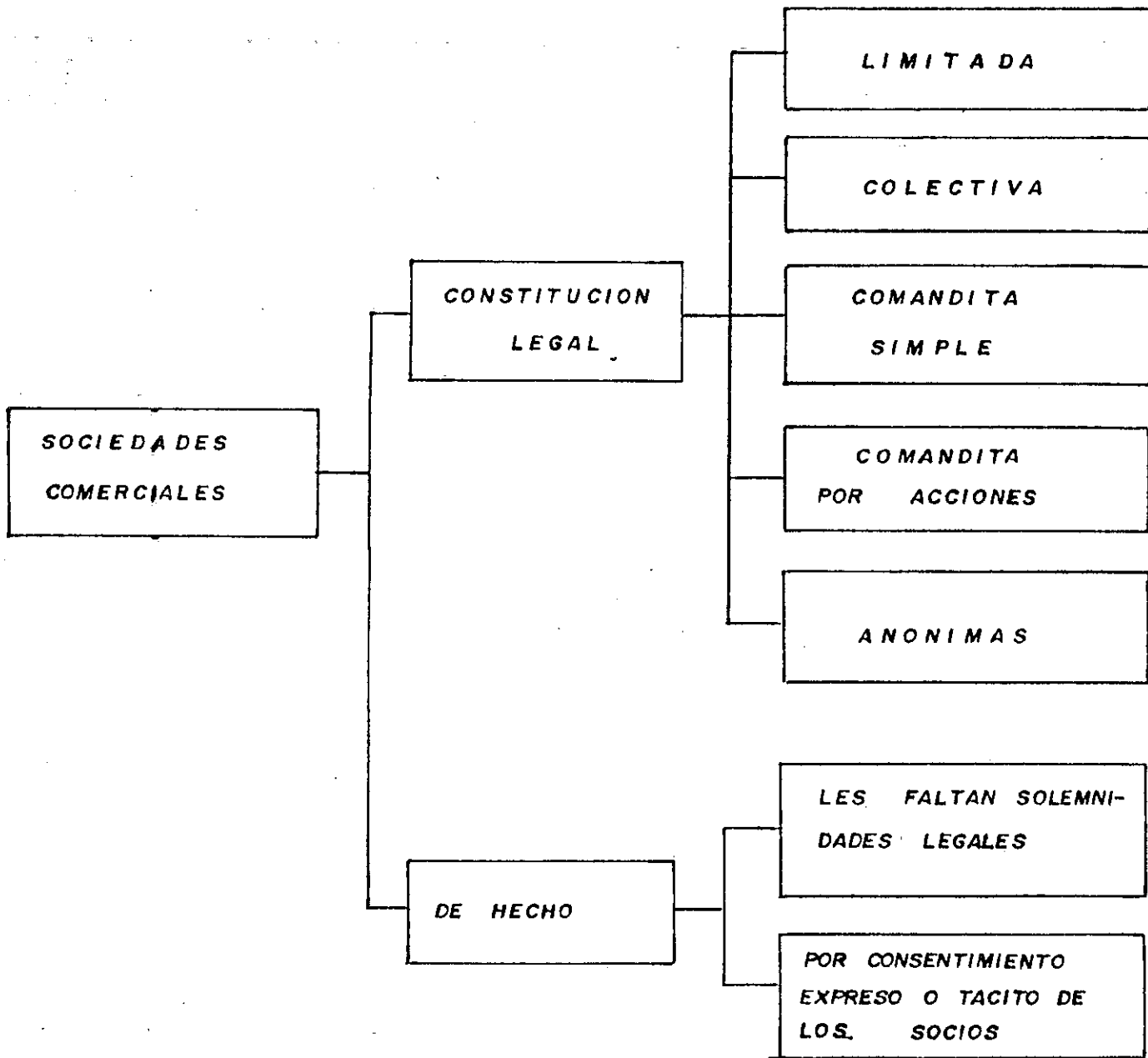
En la Comandita Simple el aporte de los socios gestores se denominará partes de interés y las de los comanditarios cuotas, en cambio en la Comandita por Acciones se denominan acciones que son títulos de igual valor. La razón social se formará con el nombre completo o el sólo apellido de uno o más colectivos, y la expresión y "cía" seguida en todo caso de la indicación abreviada "S" en "C" o de las palabras "Sociedad Comandita por Acciones" o su abreviatura "SCA" si es por acciones.

La comandita simple necesita mínimo de 2 socios y la por Acciones un mínimo de 5 socios.

La administración la ejercen los socios colectivos que la pueden delegar (Para ambos casos).

Sociedad Anónima: La responsabilidad es hasta el monto de los aportes, representados por acciones de igual valor que son títulos negociables.

# CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS





El nombre está conformado por una denominación seguida de las palabras Sociedad Anónima o de las letras S.A.

Su administración la ejercen los socios gestores temporales y revocables.

El mínimo de accionistas es de cinco socios.

Sociedad de Hecho: No es persona jurídica, por consiguiente los derechos y las obligaciones que contraigan se entienden adquiridas a favor o a cargo de todos los socios.

La responsabilidad es solidaria e ilimitada.

Las empresas del sector del diseño y confección de ropa que existen en la ciudad de Cartagena, están constituidas como Sociedades Limitadas, como Sociedades de Hecho la mayoría de ellas y como Sociedades Comanditas.

#### 6.2. REQUISITOS DE ORDEN MUNICIPAL

En el respectivo municipio se debe solicitar la licencia de funcionamiento y la matrícula municipal. Se deben pagar los impuestos de industria y comercio.

En la Cámara de Comercio se deben diligenciar el registro como comerciante, el de la sociedad, los libros de contabilidad y el del representante legal.

El registro en la Cámara de Comercio permite recibir asesoría jurídica, información sobre actividades empresariales, protección en caso de concordato y quiebra (para los acreedores) servir de referencia, protección en cuanto a la aprobación de la calidad del comerciante.

En la administración de hacienda se obtiene el NIT presentando el certificado de la Cámara de Comercio, las empresas deben presentar declaración de renta y realizar la inscripción como responsables del IVA en caso de que lo sea.

En muchas transacciones la empresa debe efectuar la retención en la fuente, la cual debe consignar.

Las empresas en estudio están obligadas a cumplir con todos los requisitos de orden legal exigidos por el municipio. Pero su calidad de pequeñas o tal vez por la negligencia de sus propietarios sólo cuentan con la licencia de funcionamiento, la matrícula municipal y están registradas en la Cámara de Comercio. Algunas tienen NIT, pero los pequeños talleres familiares no

cumplen con ninguno de estos requisitos.

### 6.3. REQUISITOS DE SEGURIDAD SOCIAL

#### - El Seguro Social:

Debe el empresario afiliar a todos los trabajadores de acuerdo con las tablas de obligación vigentes, reportar los accidentes de trabajo y los retiros de los trabajadores. El Seguro Social protege al trabajador en su enfermedad, vejez y muerte, y provee de jubilación a los que la obtienen.

#### - Caja de Compensación Familiar:

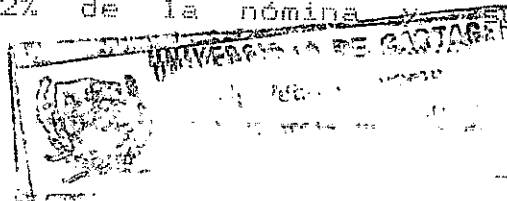
Se paga el 4% de la nómina y permite que el trabajador obtenga beneficios en educación, salud y recreación y económicos (mercados y el subsidio familiar).

#### - Sena:

Se paga el 2% de la nómina por intermedio de una caja de compensación o por la caja agraria en el campo. Se obtiene capacitación y servicios de formación profesional para los trabajadores y la empresa.

#### - Instituto Colombiano de Bienestar Familiar:

Le corresponde el 2% de la nómina y suministra



protección a la familia, las guarderías para los hijos de los trabajadores es uno de los servicios más conocidos.

#### - Regional de Trabajo:

Para regular las relaciones entre los patronos el trabajador, allí se aprueba el reglamento de trabajo y el de higiene.

La mayoría de las empresas de diseño y confección de ropa escasamente afilian a sus trabajadores al Instituto Colombiano de Seguros Sociales, es el único requisito de seguridad social que les ofrecen. Podemos decir que las más grandes y mejores organizadas, además del Seguro Social, están afiliadas a Confenalco, al Sena y al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. Ver cuadro No. 13.

TABLA No. 13

#### ASPECTO LEGAL

VARIABLES	No. ESTABLECIMIENTOS	%
Adscritos a la Cámara de Comercio	35	70
Alcaldía	20	40
Seguros Sociales	15	30
Otros	10	20

FUENTE: Encuestas

El 70% de las 50 empresas encuestadas respondieron que están inscritas en la Cámara de Comercio, 40% están inscritas además de la Cámara de Comercio, a la alcaldía municipal, 30% están inscritas además de las entidades anteriormente mencionadas al Instituto de Seguros Sociales, 10% están inscritas a otras entidades como son: Confenalco, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, etc.

## CONCLUSIONES

Las pequeñas empresas de confección y diseño las consideramos como básicas para lograr un desarrollo e industrialización, en base a su papel de sector impulsador de desarrollo económico y social de la región y del país, por su alta tasa de participación dentro del sector industrial de Cartagena.

Las pequeñas empresas de diseño y confección en Cartagena requieren de un tratamiento prioritario y selectivo por parte del gobierno para así aprovechar las ventajas de su ubicación en la región.

Estos establecimientos no están en condiciones de absorber por mucho tiempo el incremento de los costos de las materias primas e insumos requeridos para su producción, causados por la inflación y la variación de la política monetaria, ya que su gran sensibilidad y estrechez de los límites ante los cuales debe moverse suelen situarlas en condiciones de emergencia.

- En el campo de la organización y de la producción cabe anotar la falta de programación y control de la producción.

- El pequeño empresario confeccionista o diseñador conoce su mercado actual por información y experiencia personal, pero le faltan datos sobre su mercado en potencia.

La mayoría de estos establecimientos no tienen presupuesto de ventas netas y programas de producción.

- Utilizan maquinaria con muchos años de uso, o emplean equipos un tanto obsoletos, los cuales les baja rendimiento e influyen en la calidad de los productos.

En la ciudad son pocos los establecimientos educativos que impulsan las carreras de diseño y alta costura, lo que no les permite a muchos desarrollar su creatividad e imaginación, estancándose solamente en la confección como instrumento para mejorar su desarrollo social.

Las entidades encargadas de financiar estas pequeñas empresas cobran unos intereses muy altos y plazos relativamente cortos, lo que los obliga a trabajar con el poco capital propio que poseen. Además la mayoría de estas entidades no brindan asesorías financieras al

pequeño empresario diseñador o dedicado a la confección de ropa.



## RECOMENDACIONES

- do  
1
- Tratar de vincularse al SENA, ya que consideramos, es uno de los pocos organismos o quizá el único en la ciudad que brinda asesoría técnica y administrativa a estos microempresarios.
  - Agruparse en gremios para sacar adelante su sector, para que defiendan sus intereses y busquen alguna forma de presionar al gobierno local para que les presten más atención.
  - Brindarles a sus operarios hasta donde les sea posible económicamente un salario que les permita satisfacer sus necesidades primarias y pagarles las prestaciones sociales a las que tienen derecho, para que estos se sientan satisfechos y contribuyan al engrandecimiento de la empresa.
  - Establecer programas de presupuestos, para compra de materia prima y mejorar la calidad de sus productos, para optimizar los costos y minimizar los gastos, para

controlar la producción con el propósito de organizar la pequeña empresa.

- Recurrir a las compañías de financiamiento para obtener préstamos para engrandecer a la pequeña empresa, aumentar la producción, incentivar a los empleados, organizarse y cumplir con los compromisos adquiridos mediante la financiación.

## BIBLIOGRAFIA

Areas Funcionales de la Empresa y su Interrelación.  
Edición financiada por la Corporación Financiera  
Popular, 1977.

Código del Comercio.

Código Laboral.

Modulos. Guia para crear una Empresa. SENA, 1989.

Enciclopedia para la Pequeña y Mediana Empresa.

NASH Michael. Como implementar la productividad del  
Recurso Humano. Editorial Norma, 1988.

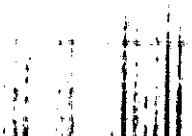
Proyectos de Inversión. Fundación Carvajal. Cuarta  
Edición, 1987. Editorial Bonanza. Cali.

Revista Gerencia al Día #84 de 1988.

SENATAD. Modulos de formació abierta del SENA.

STANTON W. Fundamentos de Marketing. Quinta Edición.  
Editorial Mc. Graw Hill, 1980.

ANEXO



## ENCUESTA

OBJETIVO: Con el resultado de esta encuesta buscamos analizar los problemas que presenta el sector de las empresas dedicadas al diseño y confección de ropa en la ciudad de Cartagena, para formular soluciones que ayuden su desarrollo.

Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Tiempo de Funcionamiento \_\_\_\_\_

1-. Qué tipo de ropa fabrica \_\_\_\_\_

2-. Quienes son sus clientes

Almacenes ( )      Industrias ( )      Mayoristas ( )

Minoristas ( )      Otros ( )

3-. Dónde están localizados sus clientes

Cartagena ( )      Interior del país ( )

Otras ( )      Cuales \_\_\_\_\_

4- Quienes son sus principales competidores

Otras fábricas ( ) Pequeños empresarios ( )

Otros ( ) Cuales \_\_\_\_\_

5- Dónde están localizados sus competidores en la ciudad

Centro ( ) Sur ( ) Norte ( )

Fuera de la ciudad ( )

Otros ( ) Cuales \_\_\_\_\_

6- Qué sistema de ventas utiliza

Crédito ( ) Contado ( ) Ambos ( )

7- Es sistema de crédito los concede a:

30 días ( ) 45 días ( ) 90 días ( ) Otro ( )

8- Quienes son sus proveedores

Distribuidores mayoristas ( )

Distribuidores minoristas ( )

Fábricas ( ) Otros ( ) Cuales \_\_\_\_\_

9- Qué sistema de compra utiliza

Crédito ( ) Contado ( )

10- Qué sistemas de crédito recibe de parte de sus proveedores

30 días ( ) 45 días ( ) 60 días ( ) 90 días

Otros ( )

11-.De dónde proviene la materia prima que utiliza

Directamente de fábrica ( ) Intermediarios ( )

Otros ( ) Cúales \_\_\_\_\_

12-.Con qué frecuencia adquiere materia prima

Mensual ( ) Bimensual ( ) Trimestral ( )

Semestra ( ) Otros ( ) Cúales \_\_\_\_\_

13-.En base a qué confecciona sus estilos de ropa

A la época ( ) Colores ( ) Pedidos ( ) Moda ( )

Otros ( ) Cúales \_\_\_\_\_

14-.En cuanto al tipo de maquinaria que posee, que tiempo de uso tienen

Máquina \_\_\_\_\_ Años de uso \_\_\_\_\_

Máquina \_\_\_\_\_ Años de uso \_\_\_\_\_

Máquina \_\_\_\_\_ Años de uso \_\_\_\_\_

Máquina \_\_\_\_\_ Años de uso \_\_\_\_\_

15-.Las máquinas con las cuales cuenta Ud. -actualmente, permiten cumplir con sus pedidos

Si ( ) No ( ) Porqué \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_





16-.Utiliza al máximo la capacidad de sus máquinas.

Si ( ) No ( ) Porque \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

17-.Qué clases de máquinas utiliza.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

18-.A cuánto asciende el personal vinculado a su empresa y de qué forma se halla repartido.

Total \_\_\_\_\_ Operativo \_\_\_\_\_ Administrativo \_\_\_\_\_

19-.En qué forma contrata al personal.

Término fijo ( ) Término indefinido ( )

20-.Qué dificultades ha tenido para la concepción del personal.

Poca mano de obra ( ) Mano de obra calificada ( )

Semicalificada ( ) Algún otro contratamiento ( )

Cual \_\_\_\_\_

21-.Qué tipo de prestaciones brinda a sus empleados.

Primas ( ) Cesantías ( ) Seguro ( ) Vacaciones ( )

Otros ( ) Cuales \_\_\_\_\_

22.-Qué requisitos exige a los empleados que admite en su empresa.

Experiencia ( ) Bachillerato ( ) Cursos de corte y confección ( ) Cursos especiales de modistería ( )  
Otros ( ) Cúales \_\_\_\_\_

23.-Entre las entidades de financiamiento que hay en la ciudad a quienes solicita Ud. créditos.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

24.-Cuenta con asesoría de parte de estas entidades.

Si ( ) No ( ) Porque \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

25.-Qué tipo de asesoría reciben.

Crédito ( ) Administrativa ( ) Técnica ( )  
Otra ( ) Cúal \_\_\_\_\_

26.-A qué entidad le exige el gobierno que se inscriba para el funcionamiento de su empresa.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

27-.Está su empresa adscrita a la cámara de comercio.

Si ( ) No ( ) Porque \_\_\_\_\_

28-.Qué medios para hacer publicidad utiliza.

Periodico ( ) Radio ( ) T.v. ( ) Visitas ( )

Telefono ( ) Folletos ( ) Otros ( )

cuales \_\_\_\_\_

29-.Cuál cree Ud. es el principal problema del sector.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

30-.Qué sugerencias haria Ud. para el mejoramiento del sector del diseño y las confecciones.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_