

PLAN DE NEGOCIO, PARA UNA EMPRESA DE CAMISETAS ESTAMPADAS CON
REFRANES COLOMBIANOS TRADUCIDOS AL IDIOMA INGLÉS.

Plan de negocio para una empresa comercial de camisetas estampadas con refranes típicos
colombianos traducidos al idioma inglés.

Andrea del Pilar Romero Cogua & Diana Catalina Murcia Infante

Trabajo de grado para optar al título de Profesional en Lenguas Modernas

Dirigido por Olga Lucia Barbosa Gómez

Departamento de Lenguas Modernas

Universidad ECCI

Bogotá, Colombia

Septiembre 2018

Agradecimiento

Queremos agradecer primeramente a Dios, pues sin él nada sería posible, porque es él nuestra fuente de amor y energía, también queremos agradecer a nuestras madres, Gabriela Infante y Luz Marina Cogua dos mujeres fuertes y valientes que son nuestro mayor tesoro en la tierra, pues gracias a ellas somos quien somos hoy día, gracias a sus cuidados, su amor incondicional, su apoyo, por sus oraciones constantes para que todo nos salga bien y por toda su dedicación, las mejores madres del universo.

Queremos agradecer de una forma especial a la Universidad ECCI, pues nos formó con responsabilidad como profesionales en Lenguas Modernas, de igual manera a nuestros compañeros y profesores, ya que muchos se quedaron en nuestras vidas; en especial a la profesora Olga Lucia Barbosa Gómez, quien nos brindó las pautas y con su apoyo nos guio para que se llevara a cabo este proyecto. Lo que hoy vemos reflejado en alegría y satisfacción.

Así mismo queremos agradecer a nuestro compañero Miguel Ángel Castro Atehortúa, dado a que fue quien comenzó con la idea del negocio y por circunstancias de la vida no nos pudo acompañar por completo en este proyecto.

Resumen

El proyecto es un plan de negocio para una empresa de camisetas estampadas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés; la idea de negocio nace al identificar como problemática el desempleo en Colombia. Este se fundamenta en la Ley 1014 del 2006, “Fomento a la cultura del emprendimiento” que en su artículo 16 menciona “las Universidades públicas y privadas y los centros de formación técnica y tecnológica oficialmente reconocidos, podrán establecer sin perjuicio de su régimen de autonomía la alternativa de desarrollo de **Planes de Negocios** de conformidad en remplazo de **los trabajos de grado**”.

Planteando como objetivo, la generación de empleo formal y así contribuir a la sostenibilidad económica de las familias bogotanas, es así como el proyecto se desarrolla sobre la guía número 39 “la cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos” dada por el Ministerio de educación en el año 2012 y su estructura establecida por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), donde determina las etapas que debe contener y cumplir el plan de negocio, como: los estudios técnicos, organizacionales, normativos, de mercado y financiero. Con el fin de medir la viabilidad y proponer la idea a inversionistas y/o fondos de capital de riesgo.

Palabras claves: Emprendimiento, viabilidad, empleo, desempleo, desarrollo económico, idea de negocio, plan de negocio, normatividad, entidades gubernamentales, fondos de capital de riesgo.

Abstract

The project is a business plan for a company of printed T-shirts with Colombian sayings translated into English; the business idea was born when the unemployment was identified as a problem in Colombia. This business plan is based on Law 1014 of 2006, "Promotion of the culture of entrepreneurship" which in its 16th article states: "public and private universities and officially recognized technical and technological academic centers, may establish without prejudice to their autonomy regime, the alternative of development of Business Plans in replacement of graduation projects".

Setting as an objective, the creation of formal employment and thus contribute to the economic sustainability of Bogota families, as well the project is developed on the guide number 39 of 2012 named "the culture of entrepreneurship in educational services", its structure established by the *Servicio Nacional de Aprendizaje* (SENA), where are the stages that must contain and fulfill a business plan, such as: technical study, organizations, regulations, market and financial researches. To measure the viability and propose the idea to investors and / or venture capital funds.

Key words: Entrepreneurship, viability, employment, unemployment, economic development, business idea, business plan, regulations, government entities, venture capital funds.

Tabla de contenido

Agradecimiento.....	i
Resumen.....	ii
Abstract.....	iii
Lista de figuras.....	vii
Lista de tablas	x
Introducción	1
Capítulo 1: Planteamiento del problema.....	2
1.1 El desempleo y la Pobreza	2
1.2 Justificación	9
1.3 Pregunta de investigación	13
Capítulo 2: Marco de referencia	14
2.1 Marco conceptual.....	14
2.1.1 Asalariados:.....	15
2.1.2 Independientes:	16
2.1.3 PET: Población en edad de trabajar	16
2.1.4 PEA: “La población económicamente activa.....	16
2.1.5 Ocupado: Se considerará como personas con empleo	16
2.1.6 Desocupado:.....	17
2.1.7 Inactivo: Es la "población no corrientemente activa.....	17
2.1.8 Subempleo:.....	17
2.1.9 Posición Ocupacional:.....	17
2.1.10 Rama de Actividad:.....	18

PLAN DE NEGOCIO, PARA UNA EMPRESA DE CAMISETAS ESTAMPADAS CON
REFRANES COLOMBIANOS TRADUCIDOS AL IDIOMA INGLÉS.

v

2.1.11 Mediana empresa:	18
2.1.12 Pequeña empresa:	18
2.1.13 Micro empresa:.....	18
2.1.14 Plan de negocio	19
2.1.15 Emprendimiento	19
2.1.16 Emprendedor	19
2.1.17 Formación para el emprendimiento.	19
2.2 Antecedentes históricos	20
2.3 Estado del arte	21
Capítulo 3: Marco Teórico	22
3.1 Idea de Negocio	22
3.1.1 Razón Social.....	22
3.1.2 Objeto económico	22
3.1.3 Constitución jurídica:	22
3.1.4 Misión:	23
3.1.5 Visión:	23
3.1.6 Objetivo.....	23
3.1.6.1 Objetivos Específicos.....	24
3.1.7 Impacto Social y Económico:	24
3.1.8 Impacto Ambiental.....	25
3.2 Estudio Técnico	25
3.2.1 Localización:	26
3.2.2 Distribución de planta:	27

PLAN DE NEGOCIO, PARA UNA EMPRESA DE CAMISETAS ESTAMPADAS CON
REFRANES COLOMBIANOS TRADUCIDOS AL IDIOMA INGLÉS.

vi

3.2.2.1	Planta de operaciones:.....	29
3.2.2.2	Planta Administrativa:	30
3.2.2.3	Planta de producción:.....	30
3.2.3	Flujos de proceso.....	31
3.2.3.1	Diagrama de proceso.....	31
3.2.3.2	Diagrama de flujo	32
3.2.4	Estructura Organizacional.....	33
3.2.4.1	Organigrama	34
3.2.5	Imagen corporativa.....	35
3.2.5.1	Marca:	36
3.2.5.2	Logo:	36
3.2.5.3	Eslogan:.....	36
3.3	Marco Legal	37
3.3.1	Normas de Registro y Entidades de Vigilancia y Control	37
3.3.2	Normatividad de Funcionamiento.....	39
3.3.3	Normatividad local para la puesta en marcha	41
3.3.4	Responsabilidad fiscal.....	42
3.4	El Estudio de Mercado.....	44
3.4.1	Características del mercado.....	44
3.4.2	Competencia.....	45
3.4.3	Competencia directa.....	46
3.4.4	Competencia Indirecta	47
3.4.5	Ventaja Competitiva:	48

PLAN DE NEGOCIO, PARA UNA EMPRESA DE CAMISETAS ESTAMPADAS CON
REFRANES COLOMBIANOS TRADUCIDOS AL IDIOMA INGLÉS.

vii

3.5	Análisis de la Matriz DOFA	49
3.5.1	Matriz DOFA de la competencia directa “Bordocol”	51
3.5.1.1	Estrategias frente a la competencia directa BordoCol:	51
3.5.1.1.1	Segmentación de Mercado	53
3.6	Análisis financiero	55
3.6.1	Activos Fijos:	55
3.6.2	Gastos Financieros (gastos fijos de nómina):.....	57
3.6.3	Gastos generales:.....	59
3.6.4	Punto de equilibrio:	61
3.7	Fondos de capital de riesgo.....	63
Capítulo 4: Análisis de datos y resultados		67
4.1	Introducción	67
4.1.1	Análisis de datos y discusión de resultados	67
Capítulo 5: Limitaciones Recomendaciones y Conclusiones		95
5.1	Limitaciones del estudio	95
5.2	Recomendaciones para investigaciones posteriores	96
5.3	Conclusiones	96
Capítulo 6: Referencias.....		97
Anexos		114

Lista de figuras

<i>Figura 1.</i> Tasa global de participación, de ocupación y de desempleo. Copyright 2018 por (Departamento Administrativo Nacional de Estadística).	5
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---

PLAN DE NEGOCIO, PARA UNA EMPRESA DE CAMISETAS ESTAMPADAS CON
REFRANES COLOMBIANOS TRADUCIDOS AL IDIOMA INGLÉS.

viii

<i>Figura 2.</i> Empresas matriculadas y renovadas en Bogotá, según actividad económica. Copyright por (Cámara de Comercio de Bogotá, 2017).....	6
<i>Figura 3.</i> Tamaño de empresas matriculadas en Bogotá, segundo semestre 2017. Copyright 2017 por (Cámara de Comercio de Bogotá.).....	7
<i>Figura 4.</i> Población ocupada por sector económico en Bogotá, 2 trimestre 2017. Copyright 2017 por (Cámara de Comercio de Bogotá.).....	8
<i>Figura 5.</i> Mapa Chapinero.....	27
<i>Figura 6.</i> Distribución Primer piso.	28
<i>Figura 7.</i> Distribución Segundo piso.	29
<i>Figura 8.</i> Planta Operaciones.....	29
<i>Figura 9.</i> Planta Administrativa.....	30
<i>Figura 10.</i> Planta de Producción.....	31
<i>Figura 11.</i> Diagrama de Proceso.	32
<i>Figura 12.</i> Diagrama de Flujo.....	33
<i>Figura 13.</i> Organigrama.....	35
<i>Figura 14.</i> Logo y Eslogan	35
<i>Figura 15.</i> Matriz DOFA Salpicón S.A.S.....	50
<i>Figura 16.</i> Matriz DOFA de la competencia directa “BordoCol”.....	51
<i>Figura 17.</i> Punto de equilibrio.....	63
<i>Figura 18.</i> Gráfica Pregunta Número 1.	68
<i>Figura 19.</i> Gráfica Pregunta Número 1.1.	69
<i>Figura 20.</i> Gráfica Pregunta Número 2.	70
<i>Figura 21.</i> Gráfica Pregunta Número 2.1.	70

PLAN DE NEGOCIO, PARA UNA EMPRESA DE CAMISETAS ESTAMPADAS CON
REFRANES COLOMBIANOS TRADUCIDOS AL IDIOMA INGLÉS.

ix

<i>Figura 22.</i> Gráfica Pregunta Número 3.	71
<i>Figura 23.</i> Gráfica Pregunta Número 3.1.	72
<i>Figura 24.</i> Gráfica Pregunta Número 4.	73
<i>Figura 25.</i> Gráfica Pregunta Número 4.1.	74
<i>Figura 26.</i> Gráfica Pregunta Número 5.	75
<i>Figura 27.</i> Gráfica Pregunta Número 5.1.	76
<i>Figura 28.</i> Pregunta Número 5.2.	77
<i>Figura 29.</i> Gráfica Pregunta Número 6.	78
<i>Figura 30.</i> Gráfica Pregunta Número 6.1.	79
<i>Figura 31.</i> Gráfica Pregunta Número 7.	80
<i>Figura 32.</i> Gráfica Pregunta Número 7.1.	81
<i>Figura 33.</i> Gráfica Pregunta Número 7.2.	81
<i>Figura 34.</i> Gráfica Pregunta Número 8.	82
<i>Figura 35.</i> Gráfica Pregunta Número 8.1.	83
<i>Figura 36.</i> Gráfica Pregunta Número 8.2.	84
<i>Figura 37.</i> Gráfica Pregunta Número 9.	85
<i>Figura 38.</i> Gráfica Pregunta Número 10.	86
<i>Figura 39.</i> Gráfica Pregunta Número 10.1.	87
<i>Figura 40.</i> Gráfica Pregunta Número 10. 2.	88
<i>Figura 41.</i> Gráfica Pregunta Número 11.	89
<i>Figura 42.</i> Gráfica Pregunta Número 11.1.	90
<i>Figura 43.</i> Gráfica Pregunta Número 12.	91
<i>Figura 44.</i> Gráfica Pregunta Número 13.	92

PLAN DE NEGOCIO, PARA UNA EMPRESA DE CAMISETAS ESTAMPADAS CON
REFRANES COLOMBIANOS TRADUCIDOS AL IDIOMA INGLÉS.

x

<i>Figura 45. Gráfica Pregunta Número 14.</i>	93
<i>Figura 46. Gráfica Pregunta Número 14.1.</i>	94
<i>Figura 47. Gráfica Pregunta Número 14.2.</i>	95

Lista de tablas

<i>Tabla 1. Tasas de desempleo del 2001 al 2017</i>	3
<i>Tabla 2. Activos fijos</i>	55
<i>Tabla 3. Tabla Salarial</i>	57
<i>Tabla 4. Tabla de gastos financieros</i>	57
<i>Tabla 5. Gastos Generales.</i>	59
<i>Tabla 6. Costeo del producto</i>	59
<i>Tabla 7. Total, costos</i>	60
<i>Tabla 8. Proyección de la inversión.</i>	61
<i>Tabla 9. Proyección de Ventas.</i>	62
<i>Tabla 3. Pregunta Número 1.</i>	67
<i>Tabla 4. Pregunta Número 1.1.</i>	68
<i>Tabla 5. Pregunta Número 2.</i>	69
<i>Tabla 6. Pregunta Número 2.1.</i>	70
<i>Tabla 7. Pregunta Número 3.</i>	71
<i>Tabla 8. Pregunta Número 3.1.</i>	71
<i>Tabla 9. Pregunta Número 4.</i>	72
<i>Tabla 10. Pregunta Número 4.1.</i>	73
<i>Tabla 11. Pregunta Número 5.</i>	74

PLAN DE NEGOCIO, PARA UNA EMPRESA DE CAMISETAS ESTAMPADAS CON
REFRANES COLOMBIANOS TRADUCIDOS AL IDIOMA INGLÉS.

xi

<i>Tabla 12. Pregunta Número 5.1.....</i>	75
<i>Tabla 13. Pregunta Número 5.2.....</i>	76
<i>Tabla 14. Pregunta Número 6.....</i>	77
<i>Tabla 15. Pregunta Número 6.1.....</i>	78
<i>Tabla 16. Pregunta Número 7.....</i>	79
<i>Tabla 17. Pregunta Número 7.1.....</i>	80
<i>Tabla 18. Pregunta Número 7.2.....</i>	81
<i>Tabla 19. Pregunta Número 8.....</i>	82
<i>Tabla 20. Pregunta Número 8.1.....</i>	82
<i>Tabla 21. Pregunta Número 8.2.....</i>	83
<i>Tabla 22. Pregunta Número 9.....</i>	84
<i>Tabla 23. Pregunta Número 9.1.....</i>	85
<i>Tabla 24. Pregunta Número 10.....</i>	86
<i>Tabla 25. Pregunta Número 10.1.....</i>	86
<i>Tabla 26. Pregunta Número 10.2.....</i>	87
<i>Tabla 27. Pregunta Número 11.....</i>	88
<i>Tabla 28. Pregunta Número 11.1.....</i>	89
<i>Tabla 29. Pregunta Número 12.....</i>	90
<i>Tabla 30. Pregunta Número 13.....</i>	91
<i>Tabla 31. Pregunta Número 14.....</i>	92
<i>Tabla 32. Pregunta Número 14.1.....</i>	93
<i>Tabla 33. Pregunta Número 14.2.....</i>	94

Introducción

“Desde hace años, se destaca la importancia de la creación de empresas como factor clave para el crecimiento económico y el mantenimiento de la competitividad de las economías. De hecho, se puede afirmar que la creación de empresas es uno de los índices principales para medir el grado de dinamismo e iniciativa de una sociedad moderna y su capacidad para afrontar con éxito los nuevos retos empresariales ante los que nos encontramos. Además, la creación de empresas produce otros efectos beneficiosos para las economías nacionales como la inversión, la competitividad como país, posicionamiento en sectores emergentes, entre otros”. (Serrano D, 2018)

“El deseo de agregar color y diseño a los materiales textiles es casi tan antiguo como la humanidad” (Cotton Incorporated, 2003, pág. 1), y en América Latina el estampado fue una importante fuente de ingreso en la industria textil. (Luna, Análisis del Clúster textil en el Perú, 2004); es por eso que nace la idea de negocio donde se utiliza el estampado, como medio para difundir la cultura colombiana a través de los refranes típicos, como también generar una iniciativa para el bilingüismo en la ciudad de Bogotá.

La idea de crear Salpicón S.A.S. se genera con base en la ley 1014 del 2006, donde se articula La Universidad, el Sector productivo y el Estado. Es como, la universidad ECCI desde la formación que brinda, como profesionales permite que se geste este proyecto, con la oportunidad de ser ofertado a posibles inversionistas del sector privado o de ser presentado a los fondos de capital que son ofrecidos por el gobierno. Todo esto con el fin de apoyar al sector productivo del país y contribuir a la generación de empleo formal en la ciudad de Bogotá.

Capítulo 1: Planteamiento del problema

1.1 El desempleo y la Pobreza

El desempleo y la informalidad son el principal problema que han tenido que enfrentar las diferentes administraciones en Colombia en los últimos 31 años. Desde el mandato del Presidente Virgilio Barco Vargas la tasa de desempleo fue de 10,6%, luego con Cesar Augusto Gaviria Trujillo esta cierra en 7,9%, el país comienza a entrar en crisis económica pues a raíz de la apertura económica sin control, seguido, con el presidente Ernesto Samper Pizano se llega a la tasa más alta en desempleo reportada este periodo pues **alcanza** 18%, Aquí ya la situación de pobreza de Colombia es crítica; Luego en el mandato de Andrés Pastrana Arango se logra disminuir pero aun así no se logra llevar a un solo dígito, pues esta cierra en el 16,8%. (Gómez Henao, s.f.)

Luego en los mandatos de 2002 – 2010 del presidente Álvaro Uribe Vélez, se plantean diferentes estudios y proyecciones por parte del gobierno, con el objetivo que la economía crezca, de forma sostenida, a tasas superiores al 5.5%. Para conseguir dicha meta, y así dinamizar la actividad económica, el nuevo gobierno establece la Política Nacional de Competitividad y Productividad, la cual se desarrolló en 15 planes de acción en cabeza de los ministerios. Pero aun así los índices de desempleo no logran alcanzar lo requerido por los entes internacionales y el país sigue siendo pobre.

De igual manera, factores como las reformas tributarias para las empresas con el impuesto de guerra, la crisis mundial y las dificultades en las relaciones con Ecuador y Venezuela, dos socios comerciales muy importantes hicieron que se generara reducción de personal que afectaron la producción y por ende la generación de empleo.

“El desempleo es uno de los principales indicadores macroeconómicos para medir el desempeño de una economía, y uno de los problemas que más genera preocupación en la sociedad actual. Cuando el número de personas desempleadas aumenta por encima de lo esperado por la sociedad, en el mercado se generan presiones sobre la economía, indicando que se encuentra mal encaminada” (Duque, 2015, pág. 18)

De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional Estadístico (DANE) y el Banco de la Republica de Colombia, estos fueron los índices y el comportamiento del desempleo durante el periodo comprendido desde el año 2001 hasta el año 2017.

Tabla 1. Tasas de desempleo del 2001 al 2017

Año(aaaa)-Mes(mm)	Tasa de desempleo (%)
2001-01 ▲	16,69467967
2002-01 ▲	17,87271353
2003-01 ▲	16,11507875
2004-01 ▲	17,00307251
2005-01 ▨	13,21831327
2006-01 ▨	13,40846018
2007-01 ▨	13,89529676
2008-01 ▼	13,07903208
2009-01 ▨	14,24857909
2010-01 ▨	14,62307791
2011-01 ▨	13,55615877
2012-01 ▼	12,47669663
2013-01 ▼	12,06978983
2014-01 ▼	11,10123328
2015-01 ▼	10,78515058
2016-01 ▼	11,90533012
2017-01 ▼	11,73326674

Nota. Recuperado del boletín “tasas de empleo y desempleo – porcentaje de fuerza de trabajo”. Copyright 2018 por el (Banco de la República de Colombia)

Los altos índices de desempleo y de informalidad contribuyen a explicar la pobreza y la extrema desigualdad imperantes en el país. Colombia, con un coeficiente de Gini de 0.59, es uno de los países con mayor desigualdad en el mundo. Según el informe divulgado por la ONU (Organización de las Naciones Unidas), con motivo del Quinto Foro Urbano Mundial, realizado en marzo del presente año en Río de Janeiro. Encontró que: del total de los ingresos generados en el país, el 49.1 % es acaparado por el 10% más rico y apenas, 0.9% es percibido por los más pobres. (Vallejo Zamudio, 2010)

El Banco de la República; en el reporte “tasas de empleo y desempleo – porcentaje de fuerza de trabajo”, muestra el comportamiento que presentaron los meses de enero en el periodo del 2001 al 2017, evidenciando el descenso en 4,78 puntos porcentuales. Reafirmando que los índices de ocupación de los colombianos han incrementado; además se puede observar que en los años (2014, 2015, 2016 y 2017) la tasa de desempleo se ha mantenido sobre el 11%.

Seguido de exponer los índices en Colombia, se presenta el comportamiento de las tasas de desempleo de Bogotá D.C. Según el boletín técnico, “Gran Encuesta Integrada de Hogares”, DANE 2017, donde se evidenció, “una tasa global de participación de 69,6%, presentando una disminución de 1,2 puntos porcentuales respecto al año anterior (70,8%). La tasa de ocupación fue 62,3%, presentando una disminución de 1,9 puntos porcentuales frente al año 2016 (64,2%). La tasa de desempleo se ubicó en 10,5%, presentando un aumento de 1,2 puntos porcentuales respecto al año anterior (9,3%)”. Como lo muestra el siguiente gráfico fuente del (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2018)

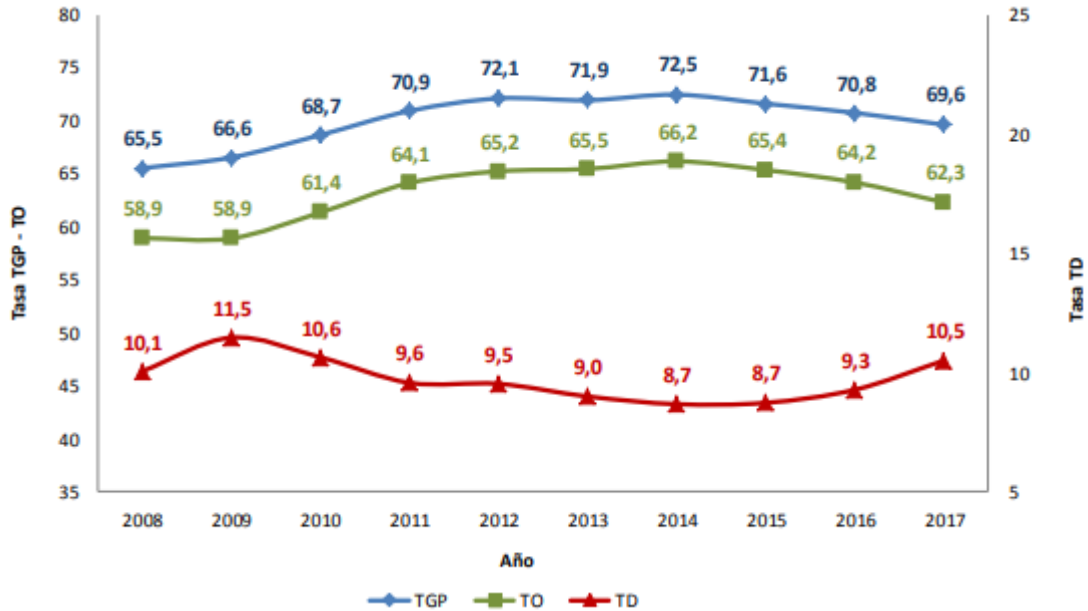


Figura 1. Tasa global de participación, de ocupación y de desempleo. Copyright 2018 por (Departamento Administrativo Nacional de Estadística).

En cuanto a la variación y distribución porcentual de la población ocupada, se menciona que para el 2017, “la ciudad de Bogotá D.C. y los departamentos de Antioquia y Valle del Cauca, registraron en conjunto la mayor participación en la ocupación (42,1%)”. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2018). De lo que se puede inferir es que Bogotá a pesar de que no es la ciudad con menor índice de desempleo, cuenta con uno de los mejores índices de participación.

Puesto que los índices de participación de empleabilidad publicados por la Cámara de Comercio de Bogotá y Cundinamarca- segundo semestre del 2017; según actividad económica y tipo de empresa. Evidencian que el sector textil tuvo una participación del 13%, el comercio 33% y el sector de servicios es quien tuvo una mayor participación con un 46%. Como lo demuestra la gráfica.

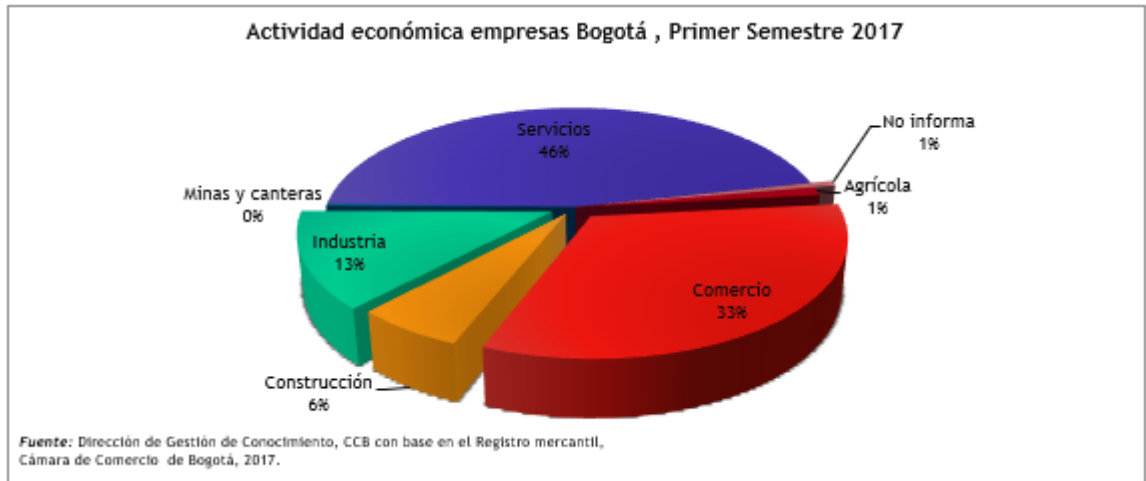


Figura 2. Empresas matriculadas y renovadas en Bogotá, según actividad económica. Copyright por (Cámara de Comercio de Bogotá, 2017)

Así mismo realiza un análisis respecto al tamaño de las empresas registradas en Colombia, según la ley para el fomento para la micro, pequeña y mediana empresa bajo la Ley 905 de 2004, por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000, evidenciando que las Microempresas son las de mayor participación en Bogotá, representando un 85% de las empresas registradas, seguido de las pequeñas con un 10% como lo muestra la gráfica.

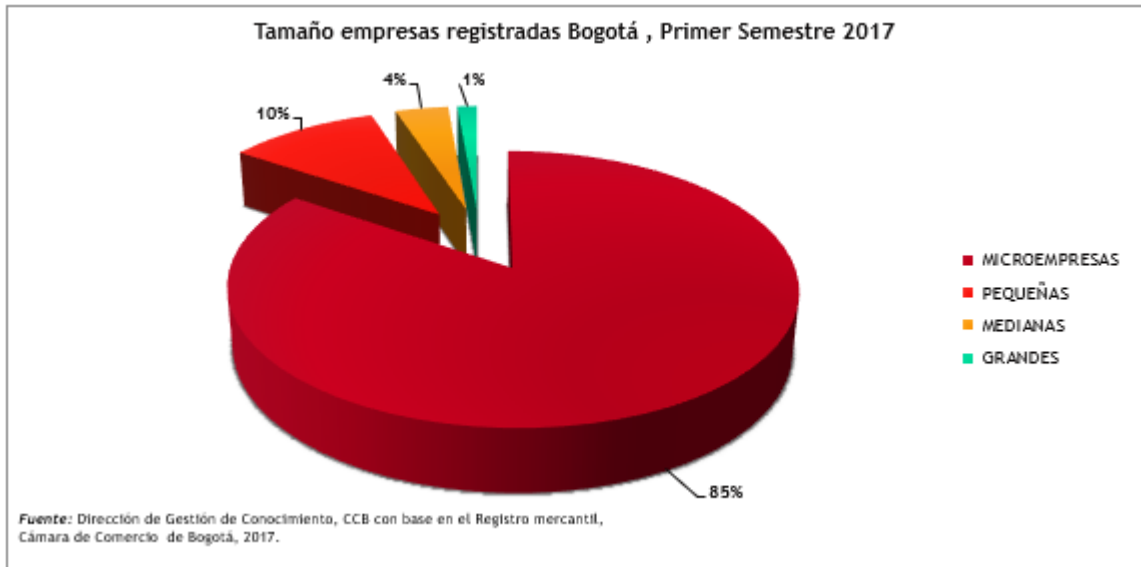


Figura 3. Tamaño de empresas matriculadas en Bogotá, segundo semestre 2017. Copyright 2017 por (Cámara de Comercio de Bogotá.)

Así mismo la Cámara de Comercio de Bogotá, analiza el comportamiento de la población ocupada en los diferentes sectores económicos. Revelando que los dos con más participación son el de Servicios comunales-sociales y personales con un 23% y el sector de Comercio, hoteles y restaurantes con el 27%; seguidos del transporte, almacenamiento, comunicaciones e Industria Manufacturera con 16 % como lo muestra la gráfica.

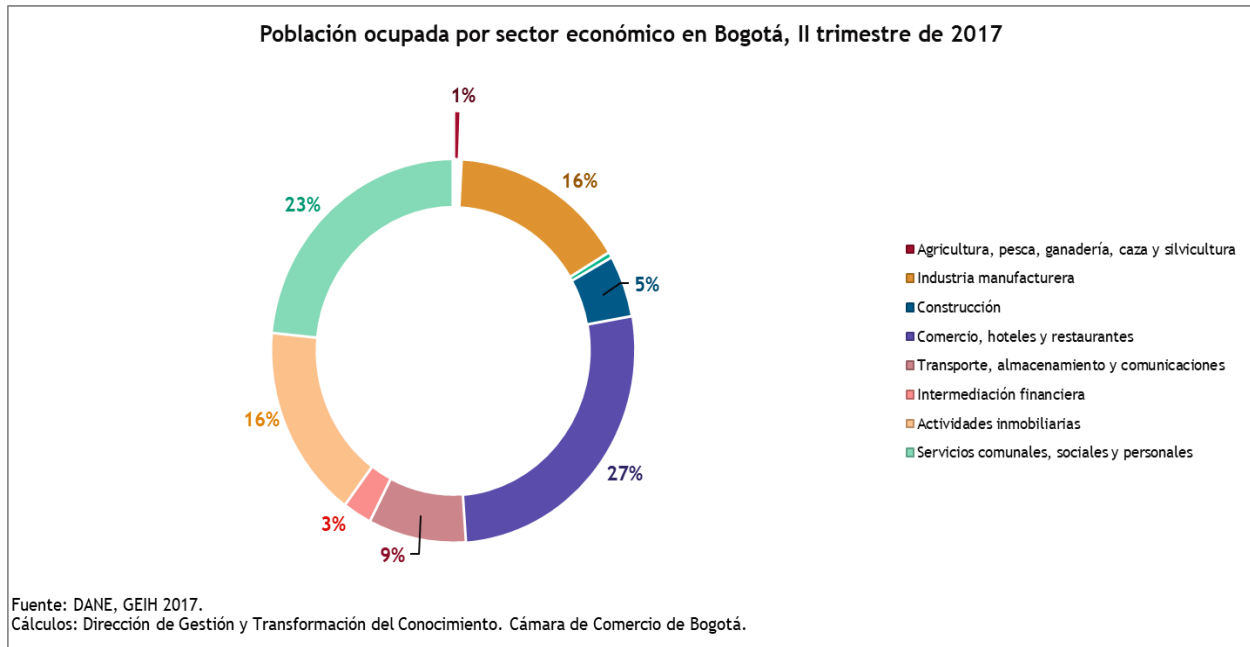


Figura 4. Población ocupada por sector económico en Bogotá, 2 trimestre 2017. Copyright 2017 por (Cámara de Comercio de Bogotá.)

Si bien es cierto, Bogotá ha estado dentro de las ciudades con los más altos índices de ocupación, más no ha sido la mejor. Pues en el boletín de Mercado laboral por departamentos emitido por el (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2018) menciona que “los departamentos que registraron las menores tasas de desempleo fueron Bolívar (6,4%), La Guajira (6,5%) y Santander (6,8%)”.

El Banco de la Republica indica que: “la cifra de desempleados se redujo de 3,5 millones a 2,4 millones de personas, pero la informalidad se disparó, al punto de que seis millones de colombianos vivieron del *rebusque* ‘Solución ocasional e ingeniosa con que se resuelve una dificultad’, como también otros datos interesantes fueron la tasa de participación femenina que se mantuvo en 48.6% promedio, mientras que la de los hombres fue 73.6%. Y las tasas de desempleo femenina en el (17%) permanecieron por encima en el (10%) de las masculinas”.

(Duque, 2015, pág. 19).

1.2 Justificación

Luego de indagar y analizar la información arrojada por los entes, el Banco de la Republica, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y la Cámara de comercio de Bogotá entre el periodo de (2001 al 2017) en los factores de: desempleo, la participación de las empresas matriculadas, las tasas de ocupación, como la población que se encuentra laboralmente activa. Se evidencia una problemática económica y social, con referencia a la alta tasa de desempleo a la que está expuesta Bogotá.

Es por ello que la Republica de Colombia desde el Departamento Nacional de Planeación mediante el documento 3527 del Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES) de Junio del 2008, plantea 15 planes de acción para desarrollar la “Política Nacional de Competitividad y productividad”. Teniendo en cuenta que la mayor productividad viene del sector privado y que el Estado participa para que esta productividad se dé, aportando insumos, realizando alianzas público-privadas y fomentando la competitividad.

El objetivo del plan se traza sobre tres ejes fundamentales a tratar:

1. Avanzar en los 15 planes de acción que han sido identificados en la responsabilidad de cada uno de los ministerios o entidades responsables.
2. Los planes de acción desarrollados de los 5 pilares definidos para la política de competitividad.
3. El trabajo con planes de acción que permitan vincular el gobierno, el sistema de educación superior (IES) y el emprendimiento.

Con el fin de aumentar la productividad, aumentar la calidad, acompañar y apoyar nuevos proyectos que aporten a mejorar la situación socio-económica del país. (Consejo Nacional de Política Económica y Social, 2008)

Sin desconocer que el gobierno Nacional determina que sea El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el encargado de aumentar e impulsar la productividad privada, buscando ampliar la inversión tanto nacional como extranjera; incluyendo a todas las empresas MiPymes y las que apenas se estén creando con el propósito de la formalización de empresas y la formalización laboral.

En este mismo orden y tomando como referencia el primer eje señalado en el objetivo “los 15 planes de acción para desarrollar la Política Nacional de Competitividad”, el proyecto Salpicón S.A.S se desarrolla apuntando a 4 de los planes de acción expuestos en la política y la ley 1014 de 2006 “De Fomento a la Cultura del Emprendimiento”.

Los Cuatro Planes de Acción expuestos en la ley:

1. Salto en la productividad y el empleo.
2. Formalización empresarial.
3. Formalización laboral.
4. Ciencia, tecnología e innovación.

Teniendo en cuenta que para el “Salto a la productividad y empleo” se contempla como base fundamental el sostenimiento, la productividad y la competitividad. El Gobierno Nacional apoya el trabajo desde ejes específicos de: *Emprendimiento* permitiendo desarrollar planes de negocios e iniciativas empresariales que son acompañadas y financiadas, por fondos de capital privados y públicos, que se pueden financiar a mediano y largo plazo, los proyectos de modernización y transformación productiva de las MiPymes, en aras de mejorar el desempeño y productividad a través de diferentes programas.

En cuanto a la *Infraestructura de calidad*, el gobierno establece la responsabilidad social empresarial (RES) para fomentar la transparencia en la relación entre empresas y el estado frente

al compromiso con la comunidad, la capacitación y divulgación de los proyectos desde el programa de Colombia crece.

Así mismo, establece un plan de acción en cuanto la Formalización Empresarial con el fin de acompañar y facilitar el cumplimiento de los requisitos legales para el mejoramiento continuo (Doing Business) o creación de negocios, la asistencia técnica microempresarial proponiendo planes que apunten al incremento de la productividad. teniendo como base los principios del “trabajo decente”. En cuanto a la Formalización Laboral, El Ministerio de Protección Social, es el responsable de crear estrategias para promover y garantizar condiciones de trabajo y fortalecer el Sistema de Inspección, Vigilancia y Control de Trabajo.

Es como el documento Conpes en el punto dos del capítulo seis, hace referencia acerca de Ciencia, tecnología e innovación. (I+D+i), Teniendo en cuenta la políticas “Fomento a la Investigación y la Innovación” cuyo objetivo es crear condiciones para que el conocimiento sea un instrumento de desarrollo; así mismo el Gobierno Nacional apoyará a formar jóvenes investigadores e innovadores, a instituciones y centros de investigación y fortalecer el apoyo financiero a redes y programas de investigación, involucrando directamente a las Instituciones de Educación Superior (IES) en las que deposita la responsabilidad de manera directa. (Consejo Nacional de Política Económica y Social, 2008).

En este mismo orden se toma como referencia la “ley 1014 de 2006”, De Fomento a la Cultura del Emprendimiento establecida por el congreso de la Republica. En donde en el artículo 1 define:

“*la cultura*”, como un conjunto de creencias, valores, normas que comparten los individuos los cuales generan patrones de comportamiento en una organización. El “*Emprendedor*” como una persona con capacidad de innovar de forma creativa metódica y

responsable. El “*Emprendimiento*”, como una manera de pensar y actuar orientada a la creación de riqueza, con visión global beneficiando a la empresa, la economía y la sociedad. La “*Empresarialidad*”, como la capacidad que posee todo ser para interrelacionarse con su entorno mediando para ello las competencias empresariales. La “*Formación para el emprendimiento*”, busca la formación en competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales dentro de un sistema educativo formal e informal y su articulación con el sector productivo, y los “*Planes de Negocio*”, es el documento de evidencia, en el que reposa la gestión y el desarrollo de los proyectos elaborados, allí se debe definir el objetivo de la idea de negocio y el método que se va a emplear para alcanzar el mismo.

Así mismo establece de manera literal que “La educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que los estudiantes estén en la capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo”. (Congreso de Colombia, 2006)

Otro punto para tener en cuenta es el Artículo número 16 de La ley 1014, donde afirma que “Las universidades públicas y privadas y los centros de formación técnica y tecnológica oficialmente reconocidos, podrán establecer sin perjuicio de su régimen de autonomía, la alternativa del desarrollo de planes de negocios en reemplazo de los trabajos de grado”. (Congreso de Colombia, 2006) .

En respuesta a esto, la ministra María Fernanda Campo Saavedra en el año 2010, desarrolla la guía No. 39 “La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos”. Afirmando que “El desarrollo de un país depende de la oportunidad que tenga cada ciudadano para aprender y del espacio que se le dé para desarrollar a plenitud sus potenciales. De la

satisfacción que cada quien alcance y del sentido que, a través de ese aprendizaje, le dé a su vida depende no solo su bienestar sino la prosperidad colectiva. Por esta razón el mundo entero se mueve en torno a la educación como uno de los factores clave para el progreso de las Naciones, en especial, aquellas en donde la pobreza y las brechas aún marcan una distancia de desigualdad entre sus ciudadanos” (Saavedra, 2012).

Es por ello que luego de analizar las cifras del comportamiento del desempleo en Colombia y la carencia en la generación de nuevas empresas para que aporten al desarrollo del país y por ende a mejorar la calidad de vida de sus habitantes; como también los planes de acción establecidos por el gobierno, las oportunidades y beneficios que se ofrecen para la articulación con el sector productivo, nace en respuesta Salpicón S.A.S. Una idea de negocio que se encuba en la universidad.

Puesto a que, como profesionales del Programa de Lenguas Modernas de la Universidad ECCI, basadas en el conocimiento adquirido tanto en idiomas, como en administración, siendo conscientes de la responsabilidad y el compromiso que tenemos como agentes generadores de cambio, desarrollamos el Plan de Negocio encaminado a crear una empresa comercial, que se dedique a estampar camisetas con refranes traducidos al idioma inglés. Con el fin de fortalecer el sector comercial, el desarrollo económico de la ciudad y generar empleo decente.

1.3 Pregunta de investigación

Desde la responsabilidad como profesionales “emprendedores” y el apoyo que ofrece el estado colombiano ¿Es viable crear una empresa comercial de estampados de camisetas con refranes traducidos al idioma inglés?

Capítulo 2: Marco de referencia

2.1 Marco conceptual

En este capítulo se presentarán los conceptos definidos por organismos como la Universidad Nacional de Colombia, El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), teniendo en cuenta los criterios definidos por la Organización Internacional del trabajo (OIT). Como: trabajo, trabajo decente, empleo, población en edad de trabajar (PET), población económicamente activa (PEA), Ocupado (OC), desocupado (DES), inactivo (INA), Subempleo, Posición ocupacional y Rama de Actividad; grupos de empleo y desempleo.

Para “El Tesauro de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) define el trabajo como el conjunto de actividades humanas, remuneradas o no, que producen bienes o servicios en una economía, o que satisfacen las necesidades de una comunidad o proveen los medios de sustento necesarios para los individuos. El empleo es definido como "trabajo efectuado a cambio de pago (salario, sueldo, comisiones, propinas, pagos a destajo o pagos en especie)" sin importar la relación de dependencia (si es empleo dependiente-asalariado, o independiente-autoempleo)” (Organización Internacional del Trabajo, 2004).

También define el concepto de “trabajo decente”, como “la idea que incluye la existencia de empleos suficientes, la remuneración (en metálico y en especie), la seguridad en el trabajo y las condiciones laborales salubres. La seguridad social y la seguridad de ingresos también son elementos esenciales, aun cuando dependan de la capacidad y del nivel de desarrollo de cada sociedad. Los otros dos componentes tienen por objeto reforzar las relaciones sociales de los trabajadores: los derechos fundamentales del trabajo (libertad de sindicación y erradicación de la discriminación laboral, del trabajo forzoso y del trabajo infantil) y el diálogo social, en el que los trabajadores ejercen el derecho a exponer sus opiniones, defender sus intereses y entablar

negociaciones con los empleadores y con las autoridades sobre los asuntos relacionados con la actividad laboral”. (Ghai, 2003)

No obstante, como lo menciona Duque en el boletín de coyuntura Número 7, elaborado por el Área de Economía Colombiana, de la Universidad Nacional de Colombia, en su “Informe de Desempleo En Colombia: 2001-2015” afirma que para Colombia “El desempleo se define como la situación en que se encuentra una persona en edad de trabajar y no tiene empleo, siempre y cuando haya buscado trabajo durante, por lo menos, dos semanas consecutivas. Así, la tasa de desempleo es la relación porcentual entre aquellas personas desempleadas y el número de personas que integran la fuerza laboral, es decir, la Población Económicamente Activa (PEA), entendiéndose esta como la población en edad de trabajar que trabajan o están buscando empleo” (Duque, 2015, pág. 18)

2.1.1 Asalariados:

“Son aquellos empleos en los que los titulares tienen contratos de trabajo implícitos o explícitos (orales o escritos), por los que reciben una remuneración básica que no depende directamente de los ingresos de la unidad para la que trabajan (esta unidad puede ser una corporación, una institución sin fines de lucro, una unidad gubernamental o un hogar). Algunos o todos los instrumentos, bienes de capital, sistemas de información y/o locales utilizados por los titulares pueden ser la propiedad de terceras personas, y los titulares pueden trabajar bajo la supervisión directa de, o de acuerdo con directrices estrictas establecidas por, el(los) propietario(s) o las personas empleadas por el(los) propietario(s). (Las personas con «empleos asalariados» se remuneran típicamente con sueldos y salarios, pero también pueden remunerarse por medio de comisiones de ventas, pagos a destajo, primas o pagos en especie tales como comida, habitación o formación.)”. (Organización Internacional del Trabajo, 1993, pág. 2)

2.1.2 Independientes:

“Son aquellos empleos en los que la remuneración depende directamente de los beneficios (o del potencial para realizar beneficios) derivados de los bienes o servicios producidos (en estos empleos se considera que el consumo propio forma parte de los beneficios). Los titulares toman las decisiones operacionales que afectan a la empresa, o delegan tales decisiones, pero mantienen la responsabilidad por el bienestar de la empresa.

2.1.3 PET: Población en edad de trabajar

“La edad mínima fijada en cumplimiento de lo dispuesto no deberá ser inferior a la edad en que cesa la obligación escolar, o en todo caso, a quince años, La legislación nacional podrá permitir el empleo o el trabajo de personas de doce a catorce años de edad en trabajos ligeros”. (Delgado, 2010)

2.1.4 PEA: “La población económicamente activa

Abarca todas las personas de uno u otro sexo que aportan su trabajo para producir bienes y servicios económicos, definidos según y como lo hacen los sistemas de cuentas nacionales y de balances de las Naciones Unidas, durante un período de referencia específico. Cuando este concepto se considere útil y aplicable, la población habitualmente activa puede dividirse en "personas con empleo" y "personas desempleadas", de acuerdo con su situación principal en la actividad”. (Delgado, 2010)

2.1.5 Ocupado: Se considerará como personas con empleo

A todas las personas que tengan más de cierta edad especificada y que estuvieran en cualquiera de las siguientes categorías: trabajando, con empleo, pero sin trabajar, familiares no remunerados que estén trabajando, personas ocupadas en la producción de bienes o servicios de

autoconsumo, aprendices que hayan recibido retribución en metálico o especie y las personas de las fuerzas armadas”. (Delgado, 2010)

2.1.6 Desocupado:

Se define como “todas aquellas personas que tengan más de cierta edad y que durante el período de referencia se hallen: sin empleo, disponibles para trabajar y en busca de empleo” (Delgado, 2010)

2.1.7 Inactivo: Es la "población no corrientemente activa

Son las personas no incluidas en la fuerza de trabajo, abarca a todas las que no pertenecían a las categorías "con empleo o desempleadas y por tanto no eran corrientemente activas en razón de: asistencia a institutos de educación, dedicación a trabajos del hogar, jubilación o vejez, otras razones tales como enfermedad o incapacidad.”

2.1.8 Subempleo:

La resolución concerniente a la medición del subempleo y las situaciones de empleo inadecuado, da orientaciones sobre dos tipos de subempleo: “subempleo por insuficiencia de horas, que existe cuando las horas de trabajo de una persona ocupada son insuficientes, y las situaciones de empleo inadecuado, que obedecen a otras limitaciones en el mercado de trabajo que coartan las capacidades y el bienestar de los trabajadores. Toda persona puede encontrarse simultáneamente en estas dos formas de subempleo”. (Delgado, 2010)

2.1.9 Posición Ocupacional:

Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO) — OIT”. (Delgado, 2010)

2.1.10 Rama de Actividad:

Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU) — Naciones Unidas”. (Delgado, 2010)

2.1.11 Mediana empresa:

Se considera mediana empresa la que cumpla estas características a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes. (Congreso de la República de Colombia, 2004)

2.1.12 Pequeña empresa:

Se considera pequeña la que cumpla estas características “a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabaja-dores, b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes”. (Congreso de la República de Colombia, 2004)

2.1.13 Micro empresa:

Se considera Microempresa la que cumpla estas características “a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o, b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes o, Parágrafo. Los estímulos beneficios, planes y programas consagrados en la presente ley, se aplicarán igualmente a los artesanos colombianos, y favorecerán el cumplimiento de los preceptos del plan nacional de igualdad de oportunidades para la mujer”. (Congreso de la República de Colombia, 2004)

2.1.14 Plan de negocio

Según la ley 1014 plan de negocio “Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los mismos.

La educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo”. (Congreso de Colombia, 2006)

2.1.15 Emprendimiento

La ley 1014 define emprendimiento como “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado; su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad;” (Congreso de Colombia, 2006)

2.1.16 Emprendedor

“Es una persona con capacidad de innovar; entendida ésta, como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva”. (Congreso de Colombia, 2006)

2.1.17 Formación para el emprendimiento.

Busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo. (Congreso de Colombia, 2006).

2.2 Antecedentes históricos

“El deseo de agregar color y diseño a los materiales textiles es casi tan antiguo como la humanidad” (Cotton Incorporated, 2003, pág. 1), así mismo Cotton elabora el documento, como aporte de información para las personas que trabajan en estampados textiles, indicando que el estampado textil “puede considerarse como una técnica que combina arte, ingeniería y tecnología de teñido para producir imágenes y además no se utiliza solo en telas para vestir, sino también en telas para tapizados de muebles, elementos para el hogar como sábanas, toallas y alfombras o tapetes entre otros”. (Cotton Incorporated, 2003)

En el libro “Historia de la Tecnología de la Antigüedad hasta 1.750”, describe que, en el siglo XV, los tintes eran hechos de origen animal y vegetal, los cuales daban una gama más amplia de colores, utilizando una técnica de estampado de alumbre con los que se podían obtener dibujos aplicándoles una solución de mordiente. En esta misma época la lana también tenía una técnica especial para ser teñida, de hecho, se le aplicaba el color antes de ser arrancada del animal y luego cada hilo era tejido hasta obtener el estampado, (Derry & Williams, 1977)

En América Latina se utilizan métodos de estampado donde se afirma que “La industria textil constituye una importante fuente de ingresos y de empleo para muchos países, en particular para países en desarrollo” (Luna, Análisis del Clúster textil en el Perú, 2004). Ubicándola con el 1.2% de exportación y el 3.3% de importación textil, esto para el año 2001. El método de estampado que se utilizó fue fijando figuras y colores en un solo lugar, “en contraposición al teñido, en el estampado se usan soluciones o dispersiones espesadas, de esta manera se evita que la partícula de colorante migre, reteniéndose el color en la superficie del estampado.” (Luna, Análisis del Clúster textil en el Perú, 2004)

De acuerdo con el informe de la Superintendencia de Sociedades en el Desempeño del Sector textil, se indica que la confección en Colombia ha jugado un papel muy importante en la economía ya que ha generado una fuente de empleo en la industria. Dentro de este documento se referencian datos importantes, extraídos de las fuentes como: Inexmoda, cámara textil-ANDI, cámara colombiana de la confección, clúster textil de Bogotá, DANE entre otras.

El sector textil produce y comercializa casi en todo el territorio colombiano, sin embargo, las ciudades con el mayor porcentaje son Cali con el 6.03%, Medellín con el 28.83% y Bogotá con el 48.61%. Puesto que cuentan con avances tecnológicos en la industria textil y las técnicas de estampado. (Vélez Cabrera, Rodríguez López, Camacho Rios, & Cubillos Castaño, 2013)

2.3 Estado del arte

Para la investigación, se recupera bibliografía elaborada sobre planes de negocios de empresas dedicadas al estampado, que permitieron reflexionar en la propuesta del proyecto Salpicón SAS.

(Fernández Camargo, 2009) desarrolló un plan de negocio que buscaba la creación y formalización de una empresa llamada ZWEI DESIGN en la ciudad de Bogotá D.C., esta integra el diseño de bolsos y camisetas, con el arte de nuevos talentos en el mundo de las artes gráficas y pintura. Dichas prendas plasman una muestra de las obras de los artistas, para ello se usa el estampado.

(Quintero, 2009), desarrolló un proyecto llamado “Camiseta a tu estilo”, en donde se realiza un análisis de mercado para la creación de una empresa donde se comercializarán camisetas bordadas y estampadas, a través de una página de internet.

Los dos proyectos plantean el estampar camisetas, uno con el enfoque de la cultura de las artes gráficas y pinturas, y el otro proyecto está dirigido a que el cliente cree su propio diseño y haga el pedido a través de la página web que desarrolló el autor del proyecto.

Capítulo 3: Marco Teórico

3.1 Idea de Negocio

Crear una empresa comercializadora de camisetas estampadas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés.

3.1.1 Razón Social.

Salpicón.

3.1.2 Objeto económico

Salpicón es una empresa que pertenece al sector comercial, ofrece camisetas estampadas con refranes típicos colombianos traducidos al idioma inglés bajo la técnica de impresión digital directa. De acuerdo con la descripción de las actividades económicas establecidas por la Cámara de Comercio, el Código CIIU que le corresponde es el número **1812** ‘dirigido a las actividades de servicios relacionados con la impresión y otras actividades graficas como el estampado’.

3.1.3 Constitución jurídica:

Se sugiere constituir la empresa Salpicón, sea conformada bajo la ley 1258 de 2008 que corresponde a la figura de Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S), por beneficios como lo menciona el Artículo 1º “La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no

serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad”. (Congreso de la República de Colombia, 2008).

Así mismo, la conformación de este tipo de sociedad beneficia a los inversionistas en facilitar los trámites y lograr adaptarlos al objetivo de la empresa, como también beneficia a su titular con algunas prerrogativas de carácter exclusivamente económico, como, por ejemplo, la garantía de un derecho preferencial para su reembolso en caso de liquidación de la sociedad hasta concurrencia de las acciones en su valor nominal” (Carlos Alberto Velásquez Restrepo, 2010, pág. 10). Adicionalmente permite tener una división de responsabilidades, derechos, privilegios entre otros con los accionistas de una manera simple y organizada.

3.1.4 Misión:

Salpicón S.A.S. es una empresa dedicada a la comercialización de camisetas estampadas con refranes típicos colombianos traducidos al idioma inglés. Dirigida a estudiantes universitarios y extranjeros, cumpliendo con las normas de calidad ISSO 9000-1 en productos y 9000-2 en procesos, y así mostrar y compartir la cultura colombiana.

3.1.5 Visión:

Salpicón S.A.S. para el año 2028, incursionará en el mercado del estampado en la técnica de impresión digital directa, siendo reconocida por sus diseños, calidad de sus materiales y diversidad en la temática regional.

3.1.6 Objetivo

Desarrollar el plan de negocios de la empresa “Salpicón S.A.S”, para presentarlo a posibles inversionistas y/o fondos de capital de riesgo, con el fin de incursionar en el sector del estampado, generando desarrollo económico y sostenible de las familias en la ciudad de Bogotá.

3.1.6.1 *Objetivos Específicos*

- Analizar el sector textil y de estampado en la ciudad de Bogotá para identificar el planteamiento del proyecto.
- Elaborar un estudio técnico con el fin de determinar el lugar óptimo para el desarrollo de la actividad.
- Determinar la normativa para el registro, control y funcionamiento para la puesta en marcha de la empresa.
- Evaluar el mercado frente a la competencia y diseñar estrategias que logren posicionar a Salpicón S.A.S en el sector textil.
- Desarrollar el análisis financiero del proyecto, con el fin de determinar la viabilidad de este.
- Identificar dentro de los fondos de capital de riesgo establecidos, uno en donde Salpicón SAS cumpla las características que permitan adquirir la financiación del proyecto.

3.1.7 Impacto Social y Económico:

Salpicón S.A.S pretende dentro del impacto social y económico, ofrecer empleo a personas de la comunidad LGBTIQ y madres cabeza de hogar. Con el propósito de generar inclusión e incrementar la tasa de ocupación.

Es por ello que se acoge a la Ley 70 de 2010 del Senado de la República, “por la cual se definen normas sobre la responsabilidad social empresarial, la protección infantil y se dictan otras disposiciones”. En el marco de las empresas; diseñar y desarrollar políticas, planes, programas y proyectos, con el objetivo de fomentar la responsabilidad social y la sustentabilidad económica de las comunidades. (Senado de la República, 2010).

3.1.8 Impacto Ambiental

Respondiendo a ello, Salpicón S.A.S, se acoge La Ley 1466 de 2011, “por medio de la cual se instauró en el territorio nacional la aplicación del Comparendo Ambiental a los infractores de las normas de aseo, limpieza y recolección de escombros, y se dictan otras disposiciones”. Como el Comparendo Ambiental como instrumento de cultura ciudadana, sobre el adecuado manejo de residuos sólidos y escombros, previendo la afectación del medio ambiente y la salud pública, mediante sanciones pedagógicas y económicas a todas aquellas personas naturales o jurídicas que infrinjan la normatividad existente en materia de residuos sólidos, así como propiciar el fomento de estímulos a las buenas prácticas (Congreso de la República de Colombia, 2011)

Es por ello que se determina como política interna el reciclaje de plásticos, papel y la reutilización de los cartuchos de las tintas. Así mismo se implementarán canecas que clasifiquen los desechos.

3.2 Estudio Técnico

“El estudio técnico conforma la segunda fase en el planteamiento de proyectos, en donde se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos”. (Facultad de Economía UNAM).

Para ello Salpicón S.A.S. realiza el estudio técnico que le permitirá optimizar el espacio, los recursos y la materia prima invertida para el beneficio de la empresa y con esto garantizar la viabilidad del proyecto.

3.2.1 Localización:

De acuerdo con el informe emitido por la cámara de comercio de Bogotá, el perfil económico de la localidad de Chapinero, indica que en el sector existen 23.581 empresas, 16.283 son microempresas dedicadas a diferentes actividades económicas, estas representan el 69% de la localidad y el 9,3% hace referencia a los estampadores. Así mismo 23.581 equivalen al 12%. La estructura empresarial de la localidad se concentra en el sector servicios (84%), industria (5,9%) y construcción (5,8%)". (Cámara de Comercio de Bogotá, 2006)

Con el fin de identificar la cantidad exacta de empresas de estampados localizadas en Bogotá, se ingresó al directorio *del clúster - prendas de vestir* y allí se identifica que en la ciudad hay registrados 27 negocios dedicados al servicio del estampado en textiles, en el municipio de Soacha encuentran ubicados 6, en las localidades: Kennedy 5, Engativá 6, Usaquéen 2, Teusaquillo 4 y finalmente 4 en chapinero; de esas 4 empresas mencionadas, 2 se encuentran ubicadas en Chapinero central.

Por lo mencionado anteriormente la localidad de chapinero es un sector idóneo para la ubicación de una empresa de estampados, además de ser una localidad donde hay varias universidades y es concurrida por extranjeros por la cantidad de hoteles que se encuentran al rededor. Por lo tanto, se planea ubicar la tienda de la empresa Salpicón S.A.S en la Carrera 13 # 45-17 del sector de Chapinero Central en la ciudad de Bogotá.

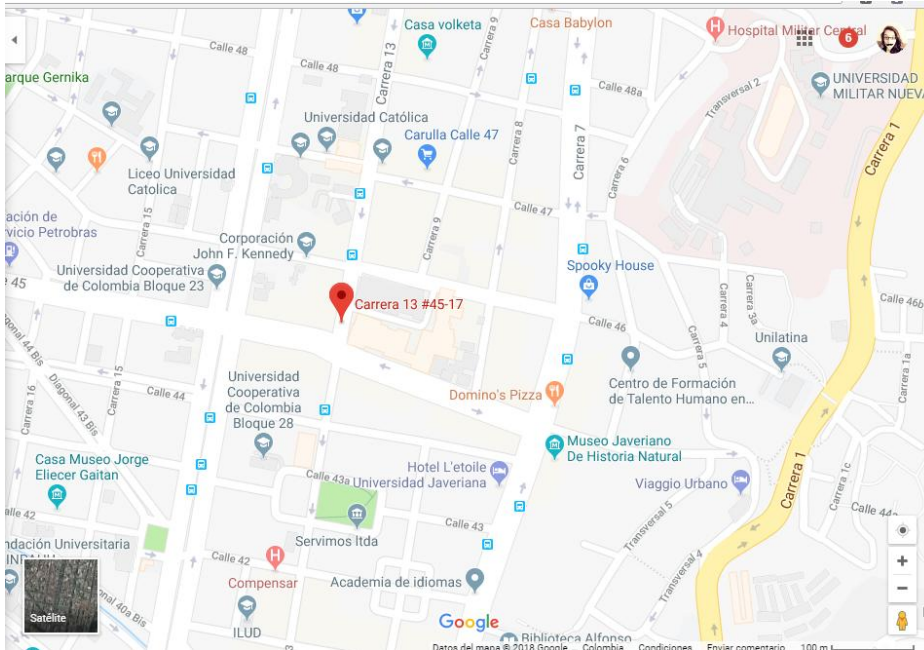


Figura 5. Mapa Chapinero.

3.2.2 Distribución de planta:

La planta física de Salpicón S.A.S. estará conformada por tres partes: la planta de operación donde estará la sala de ventas de camisetas al público; la planta administrativa donde se encontrarán las oficinas de gerencia, planeación, recursos humanos, finanzas y marketing y la planta de producción donde se encontrarán las oficinas de almacenamiento, de producción, las máquinas y los espacios de los operarios.

La construcción estará distribuida en dos pisos; en el primer piso se ubicarán las plantas de operación y producción, en el segundo se ubicará la planta administrativa y adicionalmente se asignará un espacio para la cafetería, sala de juntas y la batería de baños.

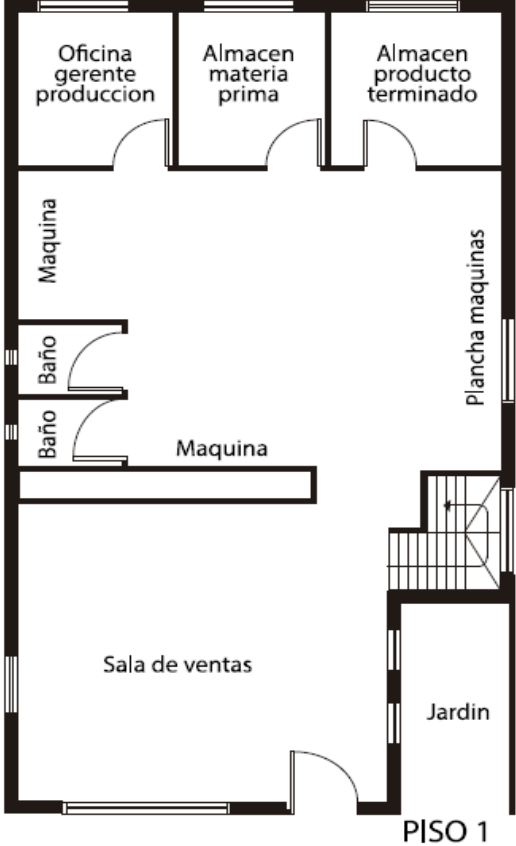


Figura 6. Distribución Primer piso.

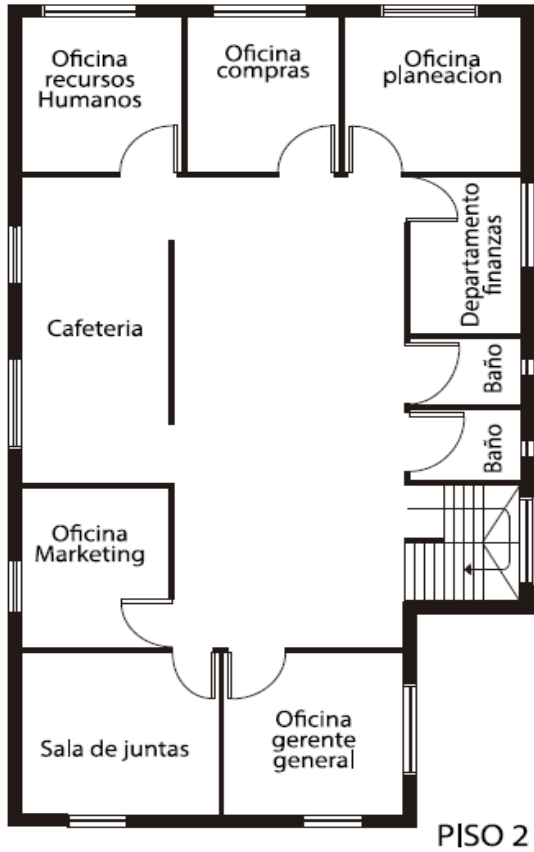


Figura 7. Distribución Segundo piso.

3.2.2.1 Planta de operaciones:

La planta de operaciones estará ubicada en la parte frontal del primer piso de la construcción, con el área de ventas y contará con una sala para que los clientes puedan hacer espera de las entregas.

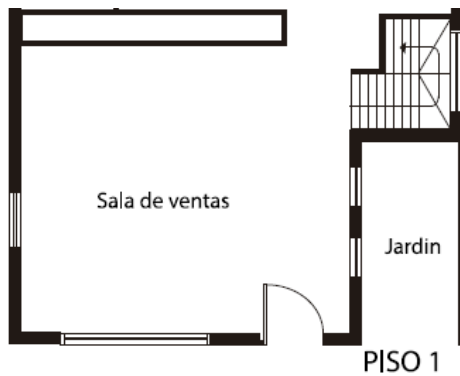


Figura 8. Planta Operaciones.

3.2.2.2 *Planta Administrativa:*

Se ubicará en el segundo piso, donde se encontrarán: el gerente general, los departamentos de planeación, financiero, compras, marketing, y el de recursos humanos, como sala de juntas y los baños.



Figura 9. Planta Administrativa.

3.2.2.3 *Planta de producción:*

La planta de producción estará ubicada en la parte de atrás del primer piso, en esta se encontrarán las máquinas de estampado, la oficina del gerente de producción, el almacén de materia prima, el almacén de productos terminados y un baño.

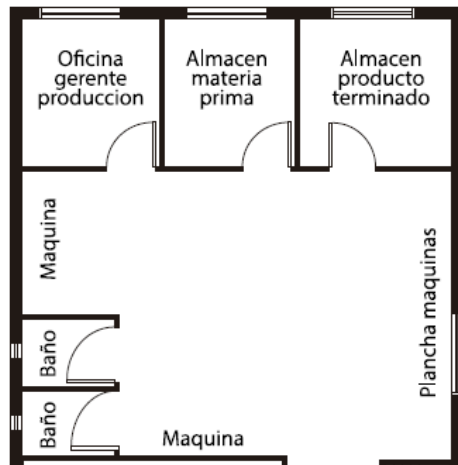


Figura 10. Planta de Producción.

3.2.3 Flujos de proceso

3.2.3.1 Diagrama de proceso

“Es la representación gráfica de los pasos que se siguen en toda una secuencia de actividades, dentro de un proceso o un procedimiento, identificándolos mediante símbolos de acuerdo con su naturaleza; incluye, además, toda la información que se considera necesaria para el análisis, tal como distancias recorridas, cantidad considerada y tiempo requerido. Estas se conocen bajo los términos de operaciones, transportes, inspecciones, retrasos o demoras y almacenajes.



Figura 11. Diagrama de Proceso.

3.2.3.2 Diagrama de flujo

Un diagrama de flujo es la representación gráfica del flujo o secuencia de rutinas simples. Tiene la ventaja de indicar la secuencia del proceso en cuestión, las unidades involucradas y los responsables de su ejecución, es decir, viene a ser la representación simbólica o pictórica de un procedimiento administrativo.

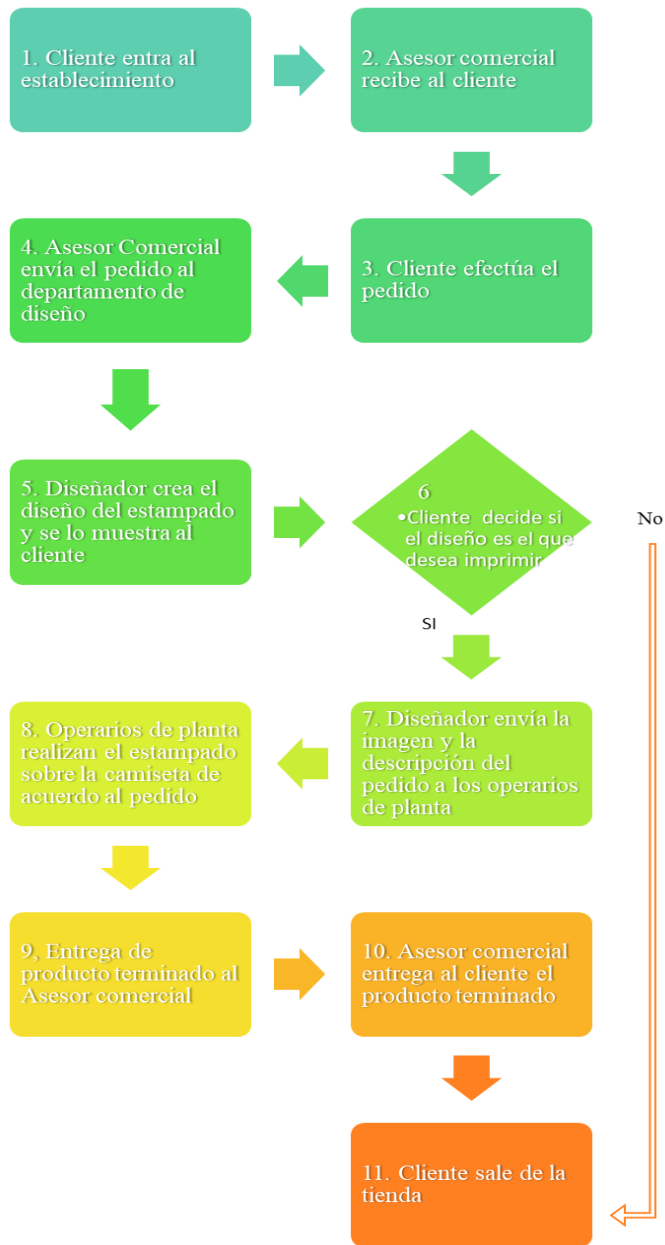


Figura 12. Diagrama de Flujo.

3.2.4 Estructura Organizacional

“Realizar una estructura organizacional es fundamental debido a que esta ayuda a tener un mejor control de la empresa, permite analizar la organización y detectar posibles fallos tales como (superposiciones, duplicidades, entre otros.) así mismo brinda valiosa información de cara

a los clientes e inversores, ya que estos pueden conocer el funcionamiento interno de la empresa desde el punto de vista de la organización”. (Pérez Gregorio, 2016)

En el libro Organización de Empresas escrito (Fincowsky, 1998) se afirma que: “La organización en una empresa tiene ventajas, como proporcionar un conocimiento profundo de la compañía, detectar los defectos existentes que permitan tomar decisiones y correctivos, estimular la iniciativa en los trabajadores de generar un proyecto creativo para activar nuevos métodos de desarrollo entre muchas otras”. El modelo organizacional escogido para Salpicón S.A.S es el horizontal, compuesto por la gerencia y 6 departamentos y 14 áreas funcionales donde se define de manera clara la unidad de mando y el conducto regular.

3.2.4.1 Organigrama

La estructura organizacional de Salpicón S.A.S estará conformada por 6 departamentos, Planeación, Recursos Humanos, Finanzas, Producción, Marketing y Compras, cada uno de los sistemas estará liderado por un director, los cuales tendrán libertad para la toma de decisiones, sin embargo, dichas decisiones deberán estar basadas en las directrices que se hayan establecido por el departamento de planeación y la gerencia general.

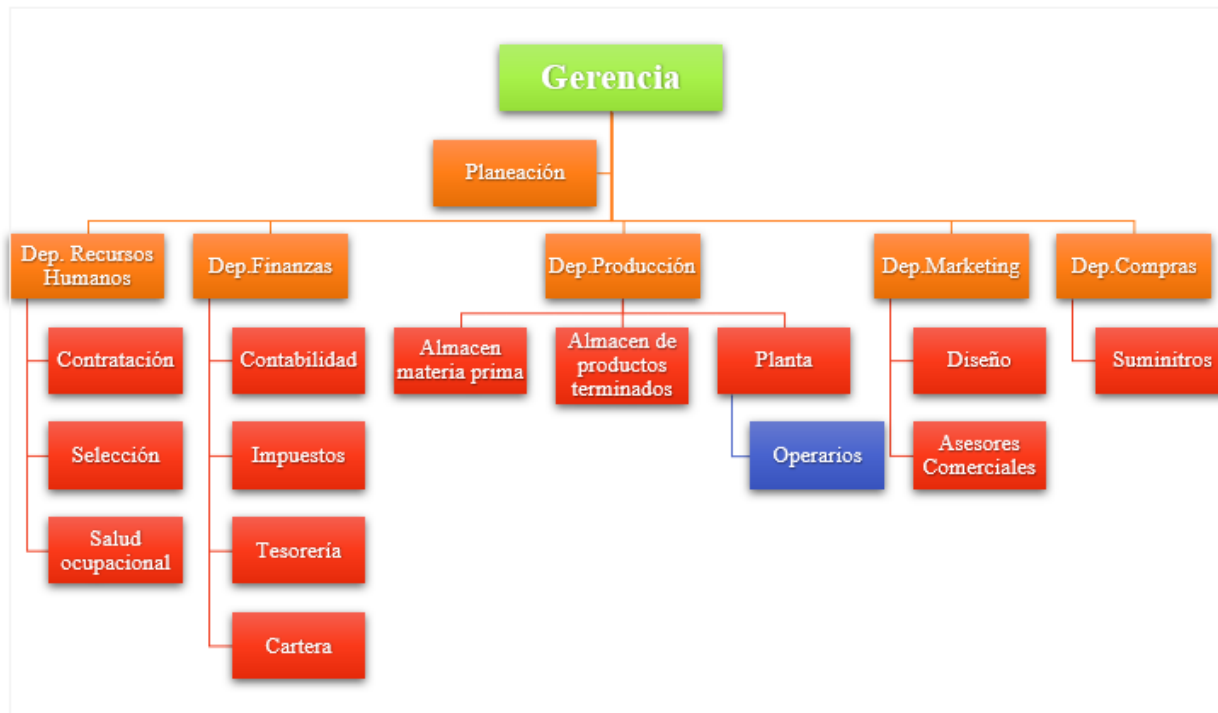


Figura 13. Organigrama.

3.2.5 Imagen corporativa

La imagen corporativa se define como un conjunto de características o atributos que la organización quiere que su público conozca o se asocien a ella; es decir lo que la organización quiere mostrar (...) La gestión de la imagen corporativa es una estrategia que utilizan las Organizaciones, en el diseño de la marca el logo y el eslogan.



Figura 14. Logo y Eslogan

3.2.5.1 Marca:

La *American Marketing Asociación* define que la ‘marca’ es un nombre, término, diseño, símbolo, o cualquier otra característica que identifica los bienes y servicios de un vendedor y los diferencia formalmente de su competencia.

La marca diseñada para el proyecto Salpicón, quiere reflejar a los clientes la variedad de la cultura colombiana, que a pesar de ser un mismo país se cuenta con diversidad cultural pues sus regiones albergan costumbre, formas y expresiones que permiten determinar a cada una su identidad.

3.2.5.2 Logo:

Autores como Costa (1193) establecen que para que una marca el carácter de logotipo, debe poseer una unidad informativa escrita, semánticamente completa y suficiente o una imagen que permita relacionarlo con la marca. Es como para el proyecto el logo lo representa una sandía, pues es una fruta del trópico y de consumo mundial, razón por la que la conocen con diferentes nombres. Adicionalmente esta fruta es uno de los ingredientes que componen el Salpicón, una bebida típica que mezcla por varios frutos tropicales. En su imagen hay tres gotas que representan la acción de salpicar.

3.2.5.3 Eslogan:

El eslogan o lema publicitario se utiliza en un contexto comercial como parte de la imagen de una empresa, con el fin de cautivar la atención y grabar en la siquis del cliente con el fin de fidelizarlo, la premisa de esta frase es que sea fácil de recordar. En este caso el eslogan de la marca Salpicón es “la perfecta combinación”, puesto que se pretende mostrar la cultura colombiana por medio de refranes traducidos al idioma inglés de manera literal o equivalente; una combinación de la cultura colombiana, con los refranes en inglés.

3.3 Marco Legal

Las "Buenas Prácticas de Gestión Empresarial comprenden una serie de medidas prácticas, de fácil aplicación, que un empresario puede realizar para aumentar la productividad, bajar los costos, reducir el impacto ambiental de la producción, mejorar el proceso productivo, así como elevar la seguridad en el trabajo. Por lo tanto, se trata de un instrumento para la gestión de costos, la gestión empresarial y para iniciar cambios organizativos. Solamente prestando adecuada atención a estos tres elementos se logra una triple ganancia (económica, ambiental y organizativa) y se establecen en la empresa las bases modestas para un continuo y exitoso proceso de mejoramiento continuo" (Alcaldía de Medellín, 2010)

3.3.1 Normas de Registro y Entidades de Vigilancia y Control

La transparencia en la normatividad de una empresa y el éxito que esta llegue a tener va vinculada a la revisión del cumplimiento de las leyes que regulan y los entes que controlan y vigilan como la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), la Cámara y Comercio, las Superintendencia de Sociedades y Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).

Para poder desarrollar el proyecto Salpicón S.A.S se deberá cumplir con algunas de las leyes por los entes reguladores, nombrados anteriormente:

- Artículo 19 del Código de Comercio, es el artículo que establece las obligaciones de los comerciantes y tramitología de registro en la Cámara de comercio. (Cámara de Comercio, 1971)

- Decreto 1299 de 2008 (abril 22), es el decreto que reglamenta el Departamento de Gestión Ambiental de las empresas a nivel industrial y se dictan otras disposiciones de conformidad con el artículo 8° de la Ley 1124 de 2007. (Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2008)

- Decreto 948 de 1995 (junio 5), es el decreto que contiene el Reglamento de Protección y Control de la Calidad del Aire, de alcance general y aplicable en todo el territorio nacional, mediante el cual se establecen las normas y principios generales para la protección atmosférica, los mecanismos de prevención, control y atención de episodios por contaminación del aire generada por fuentes contaminantes fijas y móviles, las directrices y competencias para la fijación de las normas de calidad del aire o niveles de inmisión, las normas básicas para la fijación de los estándares de emisión y descarga de contaminantes a la atmósfera, las de emisión de ruido y olores ofensivos, se regulan el otorgamiento de permisos de emisión, los instrumentos y medios de control y vigilancia, el régimen de sanciones por la comisión de infracciones y la participación ciudadana en el control de la contaminación atmosférica. (Ministerio del Medio Ambiente, 1995)

- Decreto 3626 de 2005 (octubre 10), dentro de este se encuentran los artículos que contienen la normatividad a tener en cuenta en, empleo y perfil del rol, provisión de empleo, procesos de selección, registro público, evaluación del desempeño, capacitación, retiro del servicio, Comisión de Personal y Comisión del Sistema Específico de Carrera. (Departamento Administrativo de la Función Pública, 2005)

- Decreto 1749 de 2011 (mayo 26), es la ley que contiene disposiciones relacionadas con el trámite de la situación de insolvencia de los Grupos de Empresas, que requieren de la reglamentación para su debida ejecución. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2011)

- Decreto 1879 de 2008 (mayo 29), decreto que estipula los requisitos documentales exigibles a los establecimientos de comercio para su apertura y operación. (Ministerio de Salud, 2008).- Ley 155 de 1959 (diciembre 24), es la ley donde se dictan algunas disposiciones sobre prácticas comerciales restrictivas. (Congreso de la República de Colombia, 1959).

- Ley 489 de 1998 (diciembre 29), es la ley que regula el ejercicio de la función administrativa, determina la estructura y define los principios y reglas básicas de la organización y funcionamiento de la Administración Pública. (Congreso de la República de Colombia, 1998)

- Ley 905 de 2004 (agosto 2), es la ley la cual tiene como objeto Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, MiPymes. (Congreso de la República de Colombia, 2004)

- Ley 222 de 1995 (diciembre 20), es la ley donde se expide un nuevo régimen de procesos concursales y se dictan otras disposiciones. (Congreso de la República de Colombia, 1995) - Resolución 2400 1979 (mayo 22) del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, es la resolución donde se establecen algunas disposiciones sobre vivienda, higiene y seguridad en los establecimientos de trabajo. (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1979)

- Resolución 8934 de 2014, de la superintendencia de industria y comercio, es la resolución por la cual se establecen las directrices en materia de gestión documental y organización de archivos que deben cumplir los vigilados por la Superintendencia de Industria y Comercio. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014)

3.3.2 Normatividad de Funcionamiento

La normativa que rige directa a las actividades de una empresa productora y comercial de camisetas en la ciudad de Bogotá D.C. son los siguientes Decretos y Leyes:

- Ley 232 de 1995 (diciembre 26) "por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales". (Congreso de la República de Colombia, 1995). - Decreto 0731 de 2012 (abril 13), es el decreto por el cual se establece el procedimiento

para la adopción de medidas de salvaguardia textil en el marco de los acuerdos comerciales internacionales vigentes para Colombia. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012)

- Decreto 326 de 1996 (febrero 16), por el cual se organiza el Régimen de Recaudación de Aportes para el Sistema de Seguridad Social Integral y se dictan otras disposiciones.

(Ministerio de Salud, 1996). - Decreto 1832 de 1994 (agosto 3), por el cual se adopta la tabla de enfermedades profesionales. (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1994)

- Decreto 1346 de 1994 (junio 27), por el cual se reglamenta la integración, la financiación y el funcionamiento de las juntas de calificación de invalidez. (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1994). - Decreto 614 de 1984 (marzo 14), establece las bases para la organización y administración de la salud ocupacional. (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1984)

- Decreto 462 de (diciembre 2008) “por el cual se adopta la Política para el Manejo del Suelo de Protección en el Distrito Capital”. (Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., 2008)

- Decreto 246 de 1989 (mayo 19), por el cual se establece el trámite para la expedición de las Licencias de funcionamiento para Establecimientos de Comercio y Servicios en el Distrito Especial de Bogotá y se dictan otras disposiciones. (Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., 1990)

- Artículos 136, 202 del Código de Policía Distrital del 2017, contienen los requisitos los cuales si se incumplen son causales para que la autoridad competente, en cumplimiento de su deber legal, proceda al sellamiento e impida el funcionamiento de estos establecimientos.

(Congreso de la República de Colombia, 2016). - Decreto 1042 de 1987 (mayo 29), por el cual se dictan, reglamentan y unifican las normas para el Área Central de Bogotá Distrito Especial.

(Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., 1987)

- Decreto 657 de 2011 (Mayo 28), “por el cual se adopta la Política Pública Distrital de Convivencia y Seguridad Ciudadana y se armonizan los procedimientos y mecanismos para la formulación, aprobación, ejecución, seguimiento, evaluación y control de los planes integrales de convivencia y seguridad ciudadana –PICS- del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones”. (Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., 2011). - Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995, ordena que, a partir de la vigencia, los establecimientos industriales, comerciales o de otra naturaleza, abiertos o no al público, deberán reunir unos requisitos, para su ejercicio. (Congreso de la República de Colombia, 1995)

3.3.3 Normatividad local para la puesta en marcha

Cada una de las localidades de la ciudad de Bogotá establece normas específicas para el desarrollo de las actividades comerciales en su zona. Para la ubicación de Salpicón que estará situada en la localidad de Chapinero. Determina que para empresa comercial de estampados de camisetas se deben acoger y cumplir con:

- Decreto número 468 de 2006 (noviembre 20): Es el decreto por el cual se reglamenta la Unidad de Planeamiento Zonal (UPZ) No. 99, chapinero, ubicada en la localidad de chapinero.

Se debe obtener un certificado de Seguridad, el cual expide el Cuerpo de Bomberos de Bogotá. Así mismo la misma entidad debe dar un concepto técnico de seguridad y protección contra incendios. (Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., 2006)

- Decreto número 638 (abril 18), “por el cual se modifica el Decreto 1066 de 2015, con el fin de reglamentar el artículo 21 de la Ley 1575 de 2012 y el Artículo 42. Inspecciones y certificados de seguridad de la Ley General de Bomberos”. (Congreso de la República de Colombia, 2016)

- Es obligatorio el verificar las condiciones sanitarias del local estipuladas en la ley 9 de 1979 (enero 24), por la cual se dictan Medidas Sanitarias. (Congreso de la República de Colombia, 1979)

-Se debe ir al Sistema local de salud, de la localidad de chapinero para solicitar la licencia de sanidad.

- Resolución 10984 de 1993 (diciembre 27), “por la cual se modifica la Resolución 000717, de marzo 18 de 1992 en el sentido de señalar el documento que certifica el funcionamiento sanitario de los establecimientos como Licencia Sanitaria y se establecen los procedimientos para su obtención”. (Secretaría Distrital de Salud, 1993)

- Se debe ir a la Sociedad de Autores y Compositores (Sayco) a pagar los derechos de autor, Allí, le hacen la liquidación dependiendo del tipo de establecimiento comercial.

- Artículo 2 del proyecto de acuerdo 87 de 2012, “por medio del cual se establece la implementación de sensores medidores de ruido en establecimientos de comercio que utilizan equipos de sonido o cualquier otro sistema de amplificación”. (Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., 2012)

3.3.4 Responsabilidad fiscal

Según la Ley 610 del (2000): “la responsabilidad fiscal es el conjunto de actuaciones administrativas adelantadas por las Contralorías con el fin de determinar y establecer la responsabilidad de los servidores públicos y de los particulares, cuando en el ejercicio de la gestión fiscal o con ocasión de ésta, causen por acción u omisión y en forma dolosa o culposa un daño al patrimonio del Estado”. (Congreso de la República de Colombia, 2000)

Como empresa es comercializadora debe ser responsable en el pago de los siguientes impuestos:

- Impuesto de Renta Declaración de Renta y Complementarios: Es un impuesto nacional, de carácter anual, el cual grava las utilidades que haya generado la empresa desde el primero (1) de enero hasta el treinta y uno (31) de diciembre de cada año. (Gestión Legal Colombia Consultores, s.f.)

- Ley 1819 de 2016, (diciembre 29), “por medio de la cual se adopta una reforma tributaria estructural, se fortalecen los mecanismos para la lucha contra la evasión y la elusión fiscal, y se dictan otras disposiciones”. (Congreso de la República de Colombia, 2016)

- Declaración del Impuesto sobre las Ventas (IVA): El impuesto sobre las ventas, comúnmente denominado impuesto al valor agregado IVA, es un gravamen que recae sobre el consumo de bienes y servicios. En Colombia se aplica en las diferentes etapas del ciclo económico de la producción, importación y distribución Grava la venta de bienes muebles, la prestación de servicios, las importaciones y la circulación, venta u operación de juegos de suerte y azar. La tarifa general actualmente es del 19%. (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, 2015)

- Impuesto de industria y comercio, avisos y tableros (ICA): Es un impuesto de carácter municipal que grava toda actividad industrial, comercial y de servicios. (Gestión Legal Colombia Consultores, s.f.) (Gestión Legal Colombia Consultores, s.f.)

- Gravamen a los Movimientos Financieros (GMF): Es un impuesto que grava las transacciones financieras, mediante la disposición de los dineros depositados en cuentas

- Retención en la Fuente: No es propiamente un impuesto, lo incluimos, puesto que es realmente un pago anticipado al impuesto de renta. (Gestión Legal Colombia Consultores, s.f.)

3.4 El Estudio de Mercado

EL artículo publicado por la Cámara de Comercio Metropolitana de Montreal (Chamber of Commerce of Metropolitan Montreal's) afirma que: “Para gestionar una empresa con éxito, es de suma importancia saber quiénes son sus clientes, lo que necesitan y como llegar a ellos. Ya que el estudio de mercado arroja datos precisos y específicos sobre el producto los clientes y competidores, un aspecto esencial para empezar o ampliar su negocio. Las demandas de los clientes afectan y dirigen todos los aspectos de las actividades de su empresa y pueden determinar el éxito o el fracaso de su negocio”

3.4.1 Características del mercado

Para la realización del estudio de mercado de Salpicón S.A.S se analizarán, índices y datos, obtenidos por distintas entidades que regularizan el comercio en Colombia, por la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) y la Cámara de Comercio de Bogotá. Con el fin de identificar la posición que tiene la industria del estampado en Bogotá.

El artículo “Balance 2016 y Perspectivas 2017” de (Asociación Nacional de Empresarios de Colombia., 2016), indica que el comportamiento del mercado en el periodo del 2010 al 2016 en la industria textil registró caídas en el PIB cercanas al 5% y que las exportaciones presentaron una variable de (-12,1%), lo que hizo que la economía interna del país se viera afectada. Además, un artículo emitido por la (Cámara de Comercio de Bogotá, 2017) informa que la inestabilidad del dólar hizo que el año 2016 fuera duro para este sector, sin embargo, en 2017 comenzó con pie derecho, pero con un gran reto debido al alza del IVA. Adicionalmente el balance del 2016, presentado por la cámara de comercio de Bogotá, indicó que los productos textiles obtuvieron una presencia del 0,7% en Bogotá, siendo este quien presentó el mejor crecimiento y desempeño en el periodo.

El perfil económico empresarial de la localidad de chapinero emitido por la cámara de comercio, analiza los principales aspectos económicos y empresariales del sector, este indica que en la localidad de chapinero se localiza el mayor número de empresas de Bogotá, 23.581, equivalente al 12%. La estructura empresarial de la localidad se concentra en el sector servicios (84%), industria (5,9%) y construcción (5,8%) (Cámara de Comercio de Bogotá, 2006)

En cuanto a las características del mercado de “Salpicón S.A.S.”, está dirigido a todo tipo de población tanto nacional como extranjera puesto que ofrece un producto que articular el conocimiento y las habilidades idiomáticas con la generación de empresa. Ofreciendo a sus clientes estampadas bajo la técnica de impresión directa, los procesos desarrollados por expertos que cuentan con impresoras digitales.

3.4.2 Competencia

De acuerdo a la Enciclopedia de la Red Cultural del Banco de la república en Colombia: “Competencia se refiere a la existencia de un gran número de empresas o personas que realizan la oferta y venta de un producto (son oferentes) en un mercado determinado, en el cual también existen personas o empresas, denominadas consumidores o demandantes, las cuales, según sus preferencias y necesidades, les compran o demandan esos productos a los oferentes. En algunos casos la competencia se presenta con distinta intensidad y en diferentes niveles, que hacen que aparezca un sistema de clasificación diferente. Esta clasificación depende también de la cantidad de control que sobre los precios puedan tener tanto oferentes como consumidores, de la variedad de los bienes que se encuentran en el mercado y de la facilidad con la que nuevos oferentes entran al mercado” (Red Cultural Del Banco de la República de Colombia, s.f.)

A continuación, se listarán las 4 empresas dedicadas al estampado en la localidad de chapinero que se identificaron en el directorio de la cámara de comercio de Bogotá:

OS-Process: Es una agencia de publicidad, la cual creó un concepto llamado Bookiss que trata de realizar todo tipo de estampados en diferentes bases (cuadernos y libros) usando una como técnica de estampado la sublimación. Está ubicada en la Carrera 15 A bis No. 58 A 79.

Bordocol Es una empresa de servicios que realiza estampados y bordados digitalizados sobre cualquier tipo de material textil, la cual se enfoca en la venta del servicio a través de su página de internet, se encuentra ubicada en la Calle 59 13 44 Local 4. (Bordocol PCTA, s.f.)

Scan Representaciones S.A.S. Es una empresa con más de 20 años de experiencia en la producción y comercialización de ropa para todas las disciplinas deportivas, línea institucional y uniformes colegiales. Se ubica en la Carrera 24 # 63 D 20 Oficina 401. (Computrabajo, s.f.)

Novaprint S.A.S. Es una empresa que brinda servicio de impresión digital y sublimación sobre blusas, vestidos, pañoletas, corbatas, zapatos, chaquetas, uniformes, delantales, camisetas, pañoletas, corbatas entre otros. con alta tecnología en equipos e insumos con un servicio personalizado para satisfacer las demandas de la industria. Se encuentra ubicada en la Carrera 19 # 71-24. (Novaprint, s.f.)

3.4.3 Competencia directa

“la competencia directa está constituida por los productos y/o servicios similares o muy poco diferenciados”. (Salas, López, & Loli, 2004)

De acuerdo a lo anterior se determina que la competencia directa de Salpicón es *BordoCol*, debido a que es la empresa dedicada y especializada en estampados y bordados en textiles, al igual que Salpicón su departamento productivo se encuentra ubicado dentro de la misma tienda, las máquinas de estampado están a la vista del público, además la empresa está localizada en chapinero central.

3.4.4 Competencia Indirecta

“La competencia indirecta, está dada por productos y servicios que tienen una diferenciación significativa, pero que satisfacen las mismas necesidades y/o deseos” (Salas, López, & Loli, 2004)

La competencia indirecta de Salpicón S.A.S son las empresas que en la página de la cámara de comercio están ubicadas en la localidad de chapinero, se dedican algún tipo de estampado, pero su concepto y proceso no es similar al de Salpicón. Como:

- **OS-Process:** Agencia de publicidad, que creó un concepto llamado Bookiss trata de realizar todo tipo de estampados en diferentes bases (cuadernos y libros) usando una como técnica de estampado la sublimación.
- **Scan Representaciones S.A.S:** Es una empresa dedicada a la producción y comercialización de ropa para todas las disciplinas deportivas, línea institucional y uniformes colegiales.
- **Novaprint S.A.S:** Empresa que brinda servicio de impresión digital y sublimación sobre blusas, vestidos, pañoletas, corbatas, zapatos, chaquetas, uniformes, delantales, camisetas, pañoletas, corbatas entre otros.

Otras empresas dedicadas al estampado en Bogotá: son empresas que brindan un servicio en línea, sólo el 10% realizan operaciones de estampado en textiles y el 4% ofrece el servicio dirigido a otros elementos como forros, termos, celulares entre otros, utilizando otras técnicas.

- **T-shirt tab** Es una empresa de estampado de camisetas, mugs, termos, forros, celulares, termos entre otros. cuenta con 5 sedes ubicadas en Chicó, Zona Rosa, Unicentro, Salitre Plaza y Santafé. Su eslogan es T-Shirt Lab atiende el creciente mercado del estampado

personalizado con su promesa de venta "Estampamos lo que quieras, sobre lo que quieras, en 15 minutos".

- **CamisetasYa!** Es una empresa que realiza estampados sobre licoreras, mugs, esferos, chaquetas, gorros, paraguas, USB, su venta mayoritaria se enfoca en su página de internet, cuenta con una sede de atención presencial en Carrera 11 N° 67 - 39 de Bogotá D.C.
- **Camisetasenlínea.com** se dedica al bordado, estampado y confección de camisetas, bolsas wine, chalecos, gorras, delantales y tulas deportivas, cuentan con una línea importada de Polo, T-shirts y busos, para empresas, dotación, eventos, publicidad masiva, grupos, clubes o bandas. Su sede de atención presencial queda en la Calle 140 No. 12 B - 61 Local 4, sin embargo, como su nombre lo indica se enfoca en la venta en línea a través de pedidos recibidos en su página de internet,
- **T-shirt express** es un workshop de servicios especializados en la personalización e impresión digital Directa a la Prenda (DTG) para pequeñas empresas, negocios emergentes, marcas de ropa, creativos de la moda, personas independientes y clientes que requieran de servicios de personalización profesional y eficiente. Enfocado en la recepción de pedidos a través de su página de internet.

3.4.5 Ventaja Competitiva:

La localidad de chapinero ofrece una oportunidad de negocio para crear la empresa Salpicón, puesto que cuenta con una cantidad de establecimientos que a pesar de que ofrecen un producto similar no es igual al ofrecido por Salpicón.

La única empresa dedicada específicamente al estampado textil que usa técnicas parecidas de impresión es BordoCol, la compañía catalogada como competencia directa de

Salpicón, dicha empresa enfoca su servicio a la recepción de pedidos por su página de internet.

Después de desarrollar el estudio de mercado y análisis de los datos recogidos, se puede identificar que no hay una empresa que ofrezca estampados de *refranes colombianos traducidos al idioma inglés*. Lo que para Salpicón se convierte en un plus, al tener un concepto nuevo e innovador.

3.5 Análisis de la Matriz DOFA

“Es un análisis de vulnerabilidad que se utiliza para determinar el desempeño de la organización ante una situación crítica específica que está afectando la empresa. El análisis DOFA en conjunto con otros estudios complementarios como son el perfil de amenazas y oportunidades en el medio (POAM), el perfil de competitivo (PC), el perfil de capacidades y fortalezas internas (PCI), y si es posible, una base de referencia del medio (Benchmarking), entre otros métodos de diagnóstico empresarial, permiten presentar un panorama general de la empresa dentro del medio en el cual se debe mover”. (Amaya Correa, 2010). Análisis DOFA de Salpicón

S.A.S dentro del sector. (Figura 15). S.A.S.

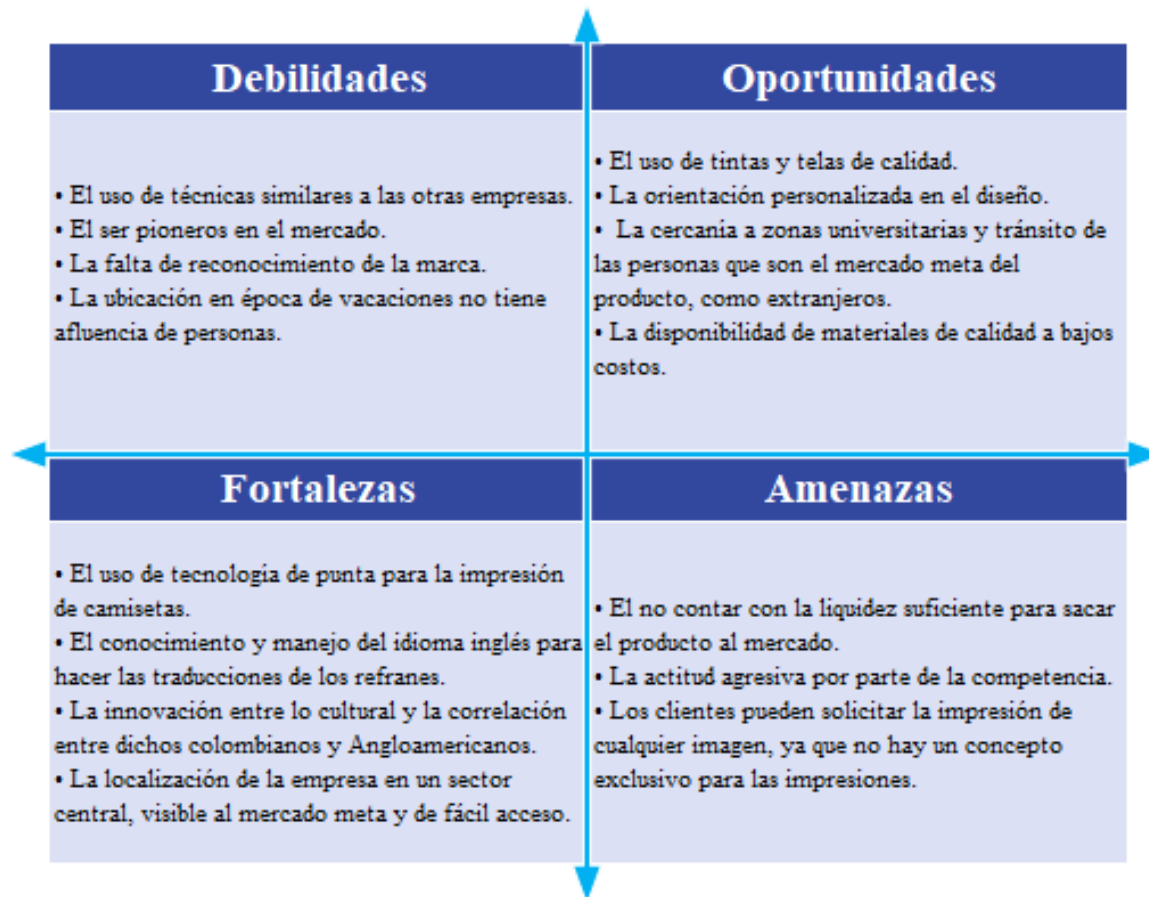


Figura 15. Matriz DOFA Salpicón S.A.S.

De igual manera se realiza en Análisis comparativo entre Salpicón versus BordoCol que es la competencia directa, sobre las variables: servicio, precio, calidad y ubicación la cual permitió determinar y establecer las estrategias para fortalecer a Salpicón S.A.S. (Figura 16).

3.5.1 Matriz DOFA de la competencia directa “Bordocol”



Figura 16. Matriz DOFA de la competencia directa “BordoCol”.

3.5.1.1 Estrategias frente a la competencia directa BordoCol:

Debilidades Salpicón:

1. El uso de técnicas similares a las otras empresas.
2. Ser pioneros en el mercado.
3. La ubicación en época de vacaciones no tiene afluencia de personas.

Fortalezas BordoCol:

1. El manejo especializado en el uso de la maquinaria de bordados y estampados.
2. La experiencia y el reconocimiento en el mercado.
3. El uso de las herramientas para incrementar ventas físicas y digitales.

Estrategia:

- 1.1 Contar con personal idóneo en las técnicas del estampado y uso de maquinaria.
- 1.2 Implementar tecnología avanzada para estar a la vanguardia del estampado.
- 2.1 Utilizar medios para la promoción que ayuden posicionar a Salpicón en el sector del estampado, y así lograr posicionar la marca.
- 2.2 Ofrecer un servicio personalizado de acuerdo a los requerimientos del cliente.
3. Establecer estrategias de ventas físicas y digitales para ampliar el mercado.

Oportunidades de BordoCol:

1. El manejo de diferentes estilos de estampado y tipos de materiales.
2. La productividad es alta y cuentan con clientes empresariales.
3. Tienen una consolidación administrativa y comercial.

Amenazas de Salpicón S.A.S:

1. Los clientes pueden solicitar la impresión de cualquier imagen para las impresiones.
2. La actitud agresiva por parte de la competencia.
3. El no contar con la liquidez suficiente para sacar el producto al mercado.

Estrategia:

- 1.1 Ampliar con el tiempo los estilos y materiales de estampado.
- 1.2 Agilizar los tiempos de entrega de nuestro producto.
 2. Tomar posesión del mercado y hacer una campaña masiva por los varios medios de comunicación en especial en Internet.
 - 3.1 Buscar presentar nuestra idea de negocio de forma innovadora a fondos de capital de riesgo que estén dispuestos a invertir en Salpicón.

3.2 Buscar empresas estratégicas que les interese invertir en la idea de Negocio de Salpicón para que la puesta marcha sea efectiva y se puede extender no solo en una tienda sino en muchas más.

3.5.1.1.1 Segmentación de Mercado

(Monferrer Tirado, 2013) argumenta que “segmentar es diferenciar el mercado total de un producto o servicio en grupos diferentes de consumidores, homogéneos entre sí y diferentes a los demás, en cuanto a hábitos, necesidades y gustos, que podrían requerir productos o combinaciones de marketing diferentes”.

Así mismo menciona “No existe un único camino para segmentar el mercado. El especialista de marketing tendrá que escoger entre un número amplio de variables, de forma individual o combinada, para encontrar la forma más útil de segmentar su mercado” (Monferrer Tirado, 2013), Los criterios de segmentación que se plantean:

- **Geográficos**, cuyos criterios pueden ser: La región, el tamaño de Localidad, el tipo de población, el tipo de clima o el idioma.
- **Demográficos**, cuyas variables pueden ser: Sexo, edad, educación, ocupación, religión, raza, clase social, tamaño de familia y estado civil.
- **Comportamiento**, cuyos criterios pueden ser: El tipo de usuario, la intensidad de uso, el volumen de compra, la actitud hacia el producto, el beneficio esperado, la frecuencia de compra y el lugar de compra.
- **Psicográficos**, cuyas variables pueden ser: estilos de vida y personalidad.

Según los diferentes ítems nombrados anteriormente que pueden tenerse en cuenta para efectuar la segmentación de mercados, los criterios geográficos son los que más atienden los productos de Salpicón S.A.S, puesto a que los productos van dirigidos a estudiantes

universitarios y extranjeros con edades desde los 15 a los 60 años que residen o visitan la ciudad de Bogotá, interesados en conocer y/o usar refranes típicos colombianos traducidos al idioma inglés; se está teniendo en cuenta, idioma, tipo de población y región.

El siguiente paso en la segmentación de mercados para que se haga de manera efectiva es el definir los niveles del mercado de los productos de Salpicón S.A.S.

- **Población:** Se considera población en mercadotecnia como el mercado global, el cual define (Monferrer Tirado, 2013, pág. 47) como el “conjunto formado por todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio”. Por consiguiente, se determina que la población a la que va dirigida los productos ofrecidos por Salpicón está constituida por personas nacionales y extranjeras, que residen en la ciudad de Bogotá, Colombia.
- **Muestra:** En la mercadotecnia la muestra es conocida como el mercado potencial el cual define (Monferrer Tirado, 2013, pág. 47) como “conjunto de consumidores que muestra interés por un producto o servicio particular” de acuerdo a la definición anterior, se determina que la muestra del producto Salpicón está conformada por estudiantes universitarios y extranjeros con edades desde los 15 a los 60 años, interesados en conocer y/o usar refranes típicos colombianos traducidos al idioma inglés.
- **Mercado meta:** El mercado meta es conocido en la mercadotecnia como el mercado disponible el cual es definido por (Monferrer Tirado, 2013, pág. 47) como el “conjunto de consumidores que tienen interés, ingresos y acceso a un producto o servicio particular” Según lo mencionado anteriormente se determina que el mercado meta de Salpicón S.A.S estará constituido por personas que se encuentren entre las edades 18 a los 35 años.

3.6 Análisis financiero

(Nava Rosillón, 2009, pág. 607) afirma que “La importancia del análisis financiero radica en que permite identificar los aspectos económicos y financieros que muestran las condiciones en que opera la empresa con respecto al nivel de liquidez, solvencia, endeudamiento, eficiencia, rendimiento y rentabilidad, facilitando la toma de decisiones gerenciales, económicas y financieras en la actividad empresarial. Adicionalmente es importante resaltar que “El análisis financiero es la etapa final del Plan de Negocios y corresponde a la sumatoria de las etapas anteriores en cuanto a la determinación de la inversión inicial y del costo operativo mensual. También se evalúan indicadores financieros que solicitan los bancos para entregar préstamos” (Garzozi Pincay, y otros, 2014) . Es por ello que para Salpicón S.A.S se determina el análisis financiero sobre:

3.6.1 Activos Fijos:

“Los activos fijos es la suma total de todos los costos de terrenos y mejoras, construcciones, maquinaria, muebles e instalaciones y vehículos, etc. (viene del plan de producción)” (Garzozi Pincay, y otros, 2014) teniendo en cuenta que para el proyecto se determinan desde los departamentos áreas y su requerimiento.

Tabla 2. Activos fijos

Tabla de activos		
Departamento/área	Activo	Valor
Gerencia	Muebles y enseres	800.000,00
	Computador, video-beam y televisor	3.500.000,00
Área de Planeación	Muebles y enseres	800.000,00

	Computador	950.000,00
Departamento Recursos Humanos	Muebles y enseres	500.000,00
	Computador	950.000,00
Área de Contratación	Muebles y enseres	500.000,00
	Computador	950.000,00
Área de Salud Ocupacional	Muebles y enseres	500.000,00
	Computador	950.000,00
Área de Selección	Muebles y enseres	500.000,00
	Computador	950.000,00
Departamento de finanzas	Muebles y enseres	500.000,00
	Computador	950.000,00
Área de Contabilidad	Muebles y enseres	500.000,00
	Computador	950.000,00
Área de Impuestos	Muebles y enseres	500.000,00
	Computador	950.000,00
Área de Tesorería	Muebles y enseres	500.000,00
	Computador	950.000,00
Área de Cartera	Muebles y enseres	500.000,00
	Computador	950.000,00
Departamento de producción	Muebles y enseres	500.000,00
	Computador	950.000,00
Almacén materia prima	Muebles y enseres	500.000,00
	Computador	950.000,00
Almacén de productos terminados	Muebles y enseres	500.000,00
	Computador	950.000,00
Área de Planta	Muebles y enseres	500.000,00
	Computadores y maquinas.	7.000.000,00
Operarios	Muebles y enseres	500.000,00
	Computador	950.000,00
Departamento de Marketing	Muebles y enseres	500.000,00
	Computadores, softwares y gadgets.	3.500.000,00
Área de Diseño	Muebles y enseres	500.000,00
	Computadores, softwares y gadgets.	3.500.000,00
Asesores Comerciales	Muebles y enseres	500.000,00
	Computador	950.000,00
Departamento de Compras	Muebles y enseres	500.000,00
	Computador	950.000,00
Área de Suministros	Muebles y enseres	500.000,00

	Computador	950.000,00
Planta telefónica	Teléfonos Vo IP	800.000,00
	Gateway IP	980.000,00
Seguridad	Cámaras y alarma	500.000,00
Gran total		47.030.000,00

3.6.2 Gastos Financieros (gastos fijos de nómina):

Para determinar los gastos de nómina se elabora una tabla a escala salarial teniendo en cuenta el perfil requerido con la formación específica partiendo de la base del salario mínimo legal vigente. Se considera gasto salarial “la cantidad de dinero a la mano para pagar a los trabajadores y los gastos generales” (Garzozzi Pincay, y otros, 2014)

Tabla 3. Tabla Salarial

Tabla Salarial			
SMLV	781.242,00	%	%
Magister	2.460.912,00	3 SMLV	5%
Profesional	1.874.980,00	2 SMLV	20%
Tecnólogo	937.490,00	1 SMLV	10%
Técnico	820.304,00	1	5%

Tabla 4. Tabla de gastos financieros

Tabla de gastos financieros		
Departamento/área	Perfil profesional	Salario
Gerente general	Profesional en Administración de empresas, Negocios internacionales, Ingeniería Industrial o carreras afines, con especialización en manejo de personal.	1.874.980,00
Planeación	Profesional en negocios internacionales con especialización en planeación estratégica.	1.874.980,00
Gerente de Recursos Humanos	Profesional en Psicología con experiencia laboral mínima de 1 año en el área de recursos humanos	1.874.980,00

Asesor de Selección	Técnico profesional en Recursos Humanos con experiencia mínima de un año en reclutamiento.	820.304,00
Practicante Salud Ocupacional	Técnico en salud ocupacional	820.304,00
Auxiliar de Contratación	Técnico en gestión Humana con experiencia mínima de 6 meses en contratación.	820.304,00
Gerente Financiero	Profesional en contaduría pública con especialización en finanzas con experiencia de 2 años en cargos similares.	1.874.980,00
Auxiliar de Impuestos	Técnico profesional en Contaduría Pública con experiencia mínima de 2 años en el cargo, conocimientos en auditoria.	820.304,00
Analista Operativo de Cartera	Técnico profesional en administración de empresas con experiencia en el cargo mínima de 6 meses.	820.304,00
Contador	Profesional en Contaduría Pública con experiencia mínima de 2 años en el cargo.	1.874.980,00
Tesorero	Profesional en Administración de empresas o Contaduría, con experiencia de un año en procesos contables.	1.874.980,00
Gerente de producción	Profesional en Ingeniera Industrial o afines con experiencia en procesos de producción, manejo de indicadores de producción, sistema de calidad.	1.874.980,00
Auxiliar de materias primas	Técnico en inventarios con experiencia mínima de 6 meses en el cargo conocimiento en el manejo de inventarios.	820.304,00
Inspector de Calidad	Profesional en Ingeniería Industrial con experiencia mínima de un año certificable.	1.874.980,00
Área de Planta	Profesional en Ingeniería Industrial y carreras afines. Experiencia certificada en dirección de plantas de producción.	1.874.980,00
Operarios	Técnico profesional en electrónica o carreras afines con mínimo seis meses de experiencia en el manejo de maquinaria textil.	820.304,00
Gerente de Mercadeo	Profesional de Mercadeo y Publicidad con experiencia mínima de 2 años como publicista y marketing manager.	1.874.980,00
Área de Diseño	Profesional en diseño gráfico o diseño de modas.	1.874.980,00
Asesores Comerciales	Técnico profesional en lenguas modernas o bachiller semi-bilingüe con experiencia en servicio al cliente o ventas.	937.490,00
Coordinador de Compras	Profesional en ingeniería de sistemas o carreras a fines con experiencia mínima de 2 años en el mercado de producción textil y estampación.	1.874.980,00

Auxiliar de Suministros	Técnico profesional en ingeniería de sistemas o carreras a fines con experiencia mínima de 2 años en el mercado de producción textil y estampación.	937.490,00
Total		30.116.868,00

3.6.3 Gastos generales:

En cuanto a los gastos generales se toman los ítems de arriendo, servicios papelería y útiles de aseo y cafetería. Pues los gastos generales “Son el capital de trabajo es la cantidad de dinero en efectivo o en especie que se requiere permanentemente para mantener funcionando el negocio mientras se espera el pago total por la venta de los productos a los clientes” (Garzozzi Pincay, y otros, 2014)

Tabla 5. Gastos Generales.

Gastos generales		
Gastos	Descripción	Valor
Arriendo	Mensual	6.000.000,00
Luz	Mensual	100.000,00
Agua	bimensual	120.000,00
Red Ip y televisión	Mensual	80.000,00
Tintas para maquinas	Mensual	300.000,00
Útiles de aseo	Mensual	100.000,00
Útiles de papelería	Mensual	120.000,00
Publicidad	Mensual	1.000.000,00
Alimentos Cafetería	Mensual	100.000,00
Total		7.920.000,00

Tabla 6. Costeo del producto

Los directivos cumplen el rol más importante para contribuir a esta gestión, por lo que es fundamental que sepan distribuir eficientemente los recursos (humanos y financieros) basándose

en la información de costos y en el sistema de costos que se ejecuta en la empresa. Es esencial conocer los procedimientos de la adquisición de los elementos que se transformaran para obtener los costos totales y del periodo, con el fin de hacer un seguimiento a cada recurso que posee la empresa.

Para Salpicón S.A.S, el sistema de costeo se plantea sobre: *La materia prima* que consta de (la camiseta, las tintas 5 tintas, la resma de papel), *La mano de obra directa e indirecta* (que es el pago del salario de acuerdo con el tiempo requerido para la producción), **Los gastos generales** (servicios públicos, arriendo, publicidad), y el **Margen de utilidad** (de 80%). Sobre una producción de 100 unidades mensuales.

Tabla 7. Total, costos

Camiseta XXL		
		100
Materia Prima	Unidad en miles	Unidad en centena
Camiseta XXL	1.000.000	10.000
Tinta negra	25.000	250
Tinta blanca	25.000	250
Tinta roja	25.000	250
Tinta azul	25.000	250
Tinta amarilla	25.000	250
Resma papel	40.000	400
Valor Unitario	1.165.000	11.650
Mano de obra		
Operario	6.833	683.333
	820.000	27.333
		273
Costo		
Costo Unitario	14.410	80%
A/Utilidad	11.528	144
Precio de Venta	25.938	

Camiseta M-L		
Costo	13.410	
Costo Unitario	80%	134
A/Utilidad	10.728	
Precio de Venta	24.138	

Camiseta S- XS		
Costo	12.410	
Costo Unitario	80%	124
A/Utilidad	9.928	
Precio de Venta	22.338	

3.6.4 Punto de equilibrio:

(Garzozzi Pincay, y otros, 2014) mencionan que el punto de equilibrio “es el punto en que la empresa cubre todos sus costos y no tiene pérdidas ni ganancias. Para obtenerlo, se necesita calcular tres cifras. Las ventas proyectadas, cantidad de las unidades producidas; Costo incurridos en producción como la materia prima, el costo de mano de obra directa (determinados en el plan de producción), siempre que haya sido contratada y haya terminado de acuerdo con la producción que tiene la fábrica; Costos Fijos – estos son costos como mano de obra indirecta y gastos generales, intereses y depreciación. Estos costos no cambian significativamente, si la fábrica produce más o menos.

Tabla 8. Proyección de la inversión.

El cálculo para la inversión del proyecto se analiza sobre dos variables la inversión máxima que se toma desde el total de las cifras arrojadas por las diferentes variables (activos, gastos, costos) y las unidades a producir (100 mensuales) y el tiempo establecido en la visión (8) años. Y la inversión mínima establecida en el 25% de la inversión máxima. El cual permite dar inicio al proyecto.

Es importante tener en cuenta que para el cálculo se tomaron como referente el incremento en la carga prestacional de año a año el 1.50% sobre el gasto y el 0.60% para el incremento sobre los gastos generales.

PROYECCIÓN DE LA INVERSIÓN PARA 2028					
	INICIAL	ANUAL	INCREMENTO	VALOR	PROYECCIÓN
ACTIVOS	47.030.000,00				47.030.000,00
GASTOS	30.116.868,00	361.402.416,00	5.421.036,24	366.823.452,24	2.934.587.617,92
GASTOS FIJOS	7.920.000,00	95.040.000,00	57.024.000,00	152.064.000,00	1.216.512.000,00
COSTOS	383.400,00	4.600.800,00	2.760.480,00	7.361.280,00	58.890.240,00
Inversión Máxima					4.257.019.857,92
Inversión Mínima					1.064.254.964,48

Tabla 9. Proyección de Ventas

La proyección de las ventas se realiza calculando el promedio del valor de ventas \$24.138 multiplicado por la cantidad estimada a producir 30 camisetas diarias. Proyectada a un tiempo determinado en la planeación estratégica. Para determinar el tiempo de recuperación de inversión.

Proyección de las Ventas		
Tiempo	Monto	Unidades
Semana	10.862.100,00	150
Mes	43.448.400,00	600
Año	521.380.800,00	7200
2 años	1.042.761.600,00	14.400
3 años	1.564.142.400,00	21.600
4 años	2.085.523.200,00	28.800
5 años	2.606.904.000,00	36.000
6 años	3.128.284.800,00	43.200
7 años	3.649.665.600,00	50.400
8 años	4.171.046.400,00	57.600
9 años	4.692.427.200,00	64.800
10 años	5.213.808.000,00	72.000

El punto de equilibrio es una herramienta clave de análisis financiero utilizada por los empresarios para saber en qué momento la empresa ni gana ni pierde dinero (su beneficio es cero). Es decir, conocer el punto de equilibrio le ayudará a saber cuánto tiene que vender para no perder dinero y a partir de qué número de unidades vendidas su empresa empieza a ganar dinero.

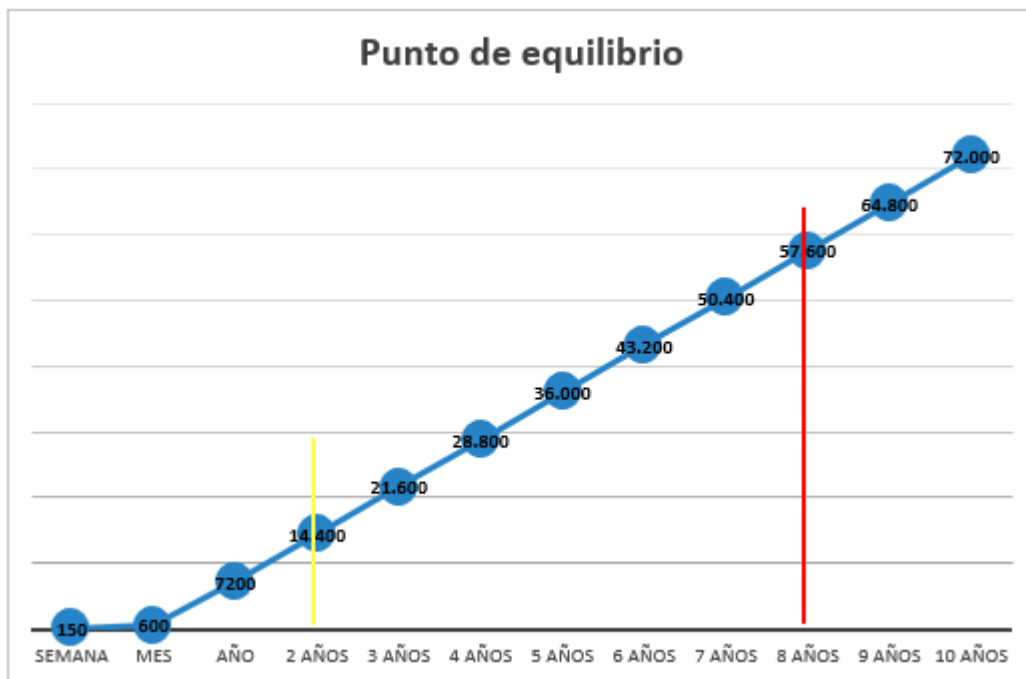


Figura 17. Punto de equilibrio.

3.7 Fondos de capital de riesgo

“El concepto moderno de CR (Capital de riesgo) se desarrolló en 1960. Para financiar a las empresas los inversionistas aportan recursos a un fondo o intermediario financiero especializado (FCR, Fondo de Capital de Riesgo), que a su vez invierte directamente en empresas dentro de un portafolio seleccionado. En el FCR los inversionistas se integran como socios con una participación limitada (limited partnership) y existe un administrador del FCR que funge como socio general (SG) –general partnership–, con poderes plenos para invertir los recursos del fondo. Este socio cuenta con experiencia en organización de empresas y los

conocimientos para apoyar la gestión de proyectos innovadores. En general las inversiones que realizan los FCR en una empresa tienen un horizonte de cinco a diez años”. (Chelén & Gutiérrez Bello, 2014).

El londinense (Bloomfield, 2005) menciona que el capital riesgo (CR) puede ser definido, en primer lugar, según la variedad de sus objetivos. Una empresa de CR (o un inversor individual, los llamados business angels) puede tomar la decisión de invertir su capital en un negocio incipiente (el llamado “capital semilla”), dedicarlo a la alteración en la posición en el mercado (capital de desarrollo) o a un cambio en el dueño de una compañía (como puede ser la compra de una empresa por parte de sus directivos o empleados). Más allá del fin al que se dirija la inversión, ésta siempre busca la tasa de ganancia más alta posible en un período relativamente corto (entre 3 y 5 años). Sin embargo, esto último no significa que la inversión sea por un tiempo limitado. Todo lo contrario: la incertidumbre acerca del tiempo en que se percibirá la ganancia neta se mantiene presente. El CR no es seguro, es decir, no hay garantía de recuperación de las inversiones y existe una gran cuota de riesgo.

En Colombia se establecen algunos fondos de capital de riesgo como:

- **Fondo emprendedor:** “El Fondo Emprender fue creado por el Gobierno Nacional para financiar proyectos empresariales provenientes de aprendices, practicantes universitarios (que se encuentren en el último año de la carrera profesional) o profesionales que no superen dos años de haber recibido su primer título profesional. Su objetivo es apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas. El Fondo facilita el acceso a capital al poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios en la

puesta en marcha de las nuevas unidades productivas”, (Servicio Nacional de Aprendizaje, 2011).

Es un fondo de capital semilla creado por el (Congreso de la República de Colombia, 2002) en el Artículo 40 de la Ley 789 del 27 de diciembre de 2002: “por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo”. El Fondo Emprender otorgara recursos hasta el ciento por ciento (100%) del valor del Plan de Negocio.

- **Red de emprendedores Bavaria:** la Fundación de una de las compañías más grandes del país, apoya la creación de empresas en el año 2016 entregó 11,5 millones de dólares en capital semilla. el programa de la Fundación Bavaria que durante 10 años les permitió a miles de colombianos construir sus sueños, los de sus familias y comunidades. (Fundación Bavaria, s.f.)
- **Fondo de capital de riesgo fundación Coomeva:** La Fundación Coomeva puso en marcha el Fondo de Capital de Riesgo de Coomeva que operará como fuente de apalancamiento en la creación y fortalecimiento de empresas de los asociados. La filosofía de Fomento Empresarial es la de garantizar el acceso de los asociados a las diferentes herramientas que posee el programa de Desarrollo Empresarial, tendientes a fomentar la creación y fortalecimiento de empresas sostenibles que les den a dichos asociados la seguridad de obtener su propia renta y su propio ingreso. (Fundación Coomeva, s.f.)

Además de los fondos mencionados anteriormente, en Bogotá existen dos organizaciones que agrupan a los inversionistas, y ejecutan el proceso de investigación de oportunidades, La Red Nacional de Ángeles Inversionistas, y TIC-HubBOG. Los Ángeles inversionistas: Son grupos

empresariales que invierten en emprendimientos o ideas de negocios, a cambio de participar en la creación del negocio y por medio de sus acciones, recibir un beneficio económico a futuro.

(Trato Contrato, s.f.)

- **Red nacional de Ángeles inversionistas:** A través de capital inteligente busca que las empresas pertenecientes a la Red reciban más que una inversión de capital, obtengan asesoramiento y mentoría por parte de los inversionistas y la posibilidad de generar e incrementar las relaciones con las redes de contacto de la RNAI. En la Red se hace Matchmaking de inversión acompañado, donde perfilan tanto a inversionistas como a emprendedores para mantener una línea de interés y posible inversión, siendo la alternativa más sofisticada y ágil en la industria de capital de riesgo del país. Esta red cuenta con aliados estratégicos e importantes en el país, la lideran la Fundación Bavaria y ha sido fondeada por el BIDFomin, iNNpulsa Colombia y Xcala; y apoyan la Fundación Bolívar - Davivienda, la Pontificia Universidad Javeriana Cali, la Universidad del Norte de Barranquilla, siendo estos los nodos regionales con el único objetivo de expandir la cobertura para llegar a tener oferta a nivel nacional. (Pontificia Universidad Javeriana, s.f.)

- **HubBOG:** Es una entidad privada que acompaña a los emprendedores y empresarios transformar las ideas en ventas por internet, y las ventas exponenciales en inversión, cuenta con aliados como, Innpulsa, Banco Intermediario de Desarrollo, Xcala, Escuela de Negocios Universidad de Montevideo y fondo Multilateral de Inversiones. (Hubbog, s.f.).

Teniendo en cuenta que “Salpicón S.A.S es una empresa dedicada a la producción y comercialización de camisetas estampadas con refranes típicos colombianos traducidos al idioma inglés” y después de la investigación efectuada, para analizar los fondos y organizaciones que

ofrecen ayuda financiera a los emprendedores, se identificó que la opción más adecuada a presentarle el proyecto es a la Red de Nacional de Ángeles inversionistas, dado a que esta cuenta una mayor cantidad de aliados, lo que brinda una mayor posibilidad de encontrar un inversionista, cuenta con inversionistas tipo Ángel, quienes piden una participación en la sociedad, pero luego de que el negocio incursione, venden su participación.

Capítulo 4: Análisis de datos y resultados

4.1 Introducción

El instrumento aplicado para el estudio de mercado se fundamentó en el instrumento desarrollado “encuesta”, compuesta por 14 preguntas aplicada a una la muestra de 20 personas estudiantes que se encontraban entre los 15 y 35 años. Posible mercado meta.

4.1.1 Análisis de datos y discusión de resultados

El análisis de los datos se inicia con la tabulación de las preguntas vrs las respuestas obtenidas, teniendo en cuenta las variables que llevan a otra posible segmentación. Para ello se utilizó como herramienta el programa Excel.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Tabla 10. Pregunta Número 1.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	95%
No	1	5%

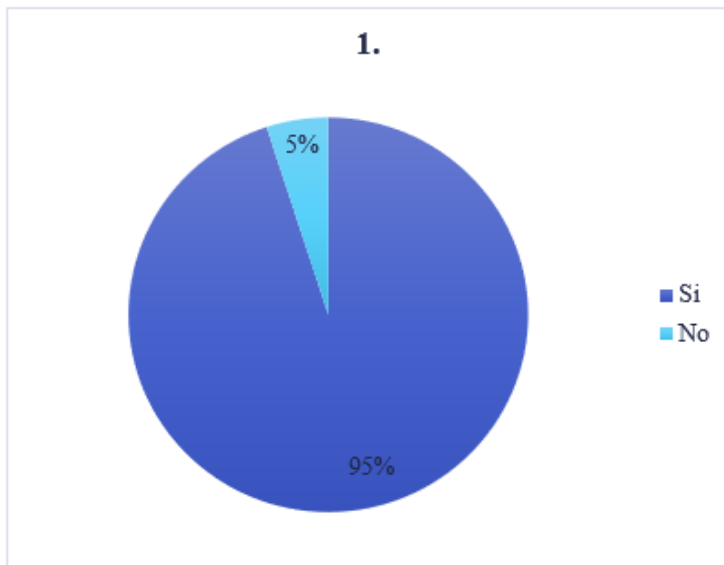


Figura 18. Gráfica Pregunta Número 1.

Tabla 11. Pregunta Número 1.1.

Opciones	Reflejan algo de mi personalidad	Se pueden personalizar	Son llamativas	Prefiero las camisetas de un solo color	Son Lindas	Dependiendo del estampado	Total
Frecuencia	9	4	4	1	1	1	20
Porcentaje	45%	20%	20%	5%	5%	5%	

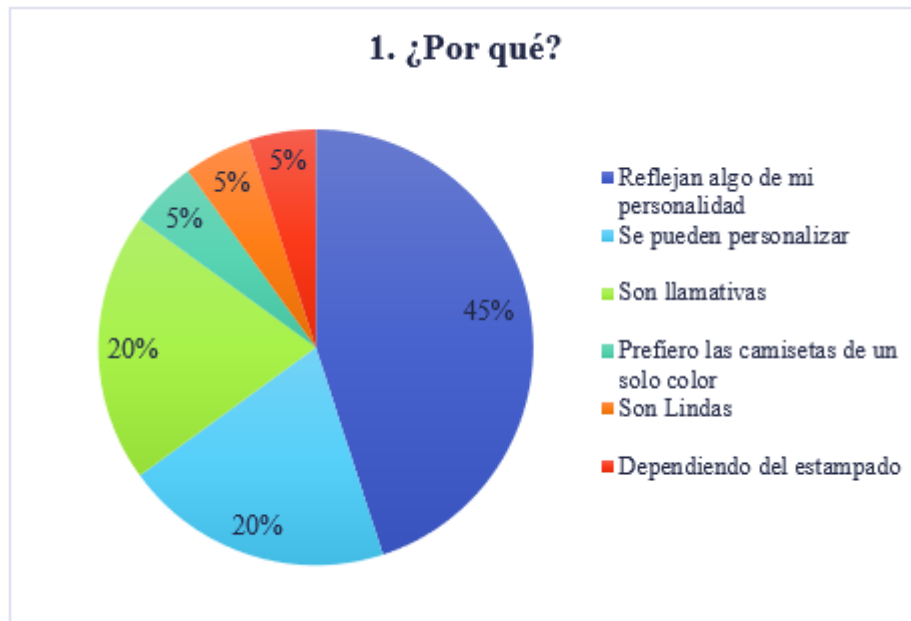


Figura 19. Gráfica Pregunta Número 1.1.

Análisis pregunta número 1:

La población responde que le llama la atención el producto, según los resultados de 20 personas que se encuestaron solo a una no le gustan las camisetas estampadas,

El mayor porcentaje con un 45% en el detalle de la pregunta lo arroja la respuesta “reflejan algo de mi personalidad” y el segundo en la encuesta con un 20% la opción de “se pueden personalizar”.

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado?

Tabla 12. Pregunta Número 2.

Opciones	Serigrafía	Transfer	Vinilo textil	Sublimación	Impresión digital directa	Otra
Frecuencia	3	5	4	6	7	2
Porcentaje	11%	19%	15%	22%	26%	7%

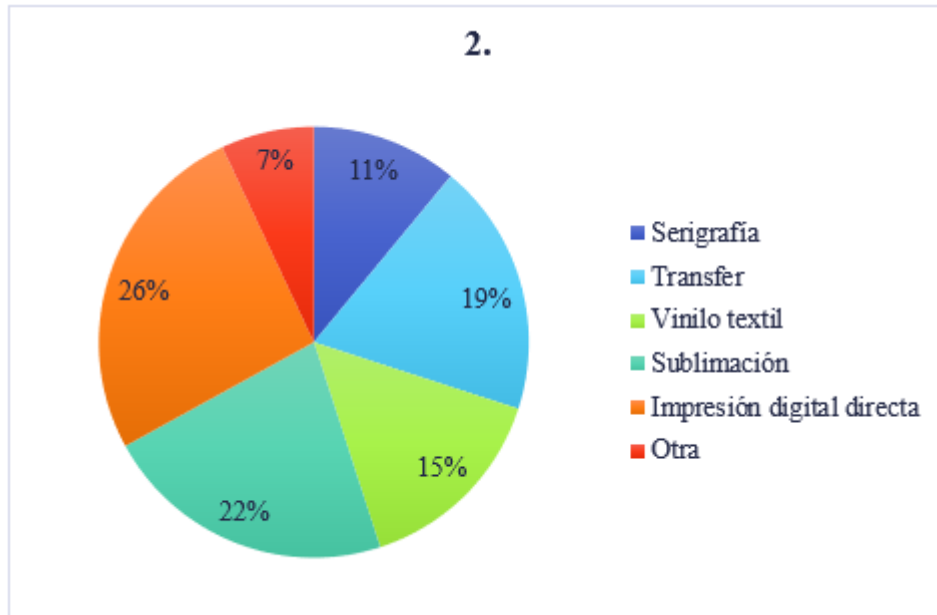


Figura 20. Gráfica Pregunta Número 2.

Tabla 13. Pregunta Número 2.1.

Opciones	Planchado	Ninguno	Total
Frecuencia	1	1	2
Porcentaje	50%	50%	

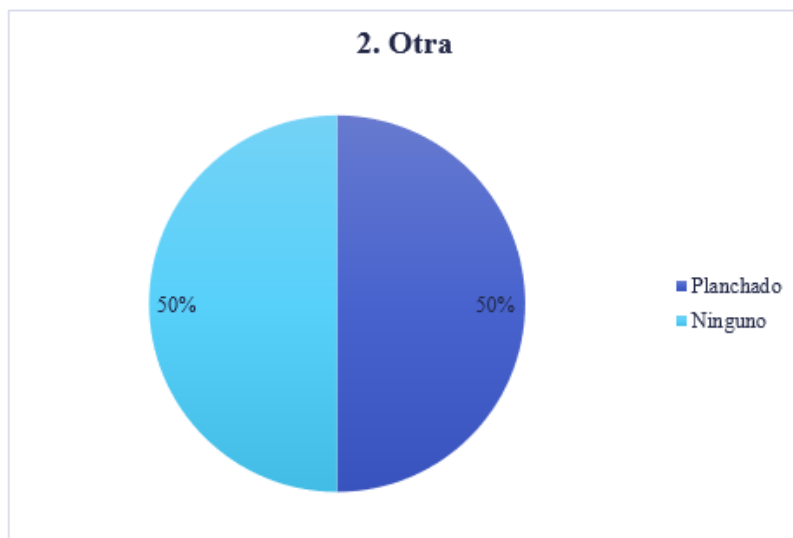


Figura 21. Gráfica Pregunta Número 2.1.

Análisis pregunta número 2:

la población responde que el método de estampado más conocido es la impresión digital directa con un 26%, seguido por la sublimación con un 22% y luego el transfer con un 19%.

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

Tabla 14. Pregunta Número 3.

Opciones	Comics	Cartoons	Bandas de música	Dichos/ refranes	Otro
Frecuencia	7	6	8	9	2
Porcentaje	22%	19%	25%	28%	6%

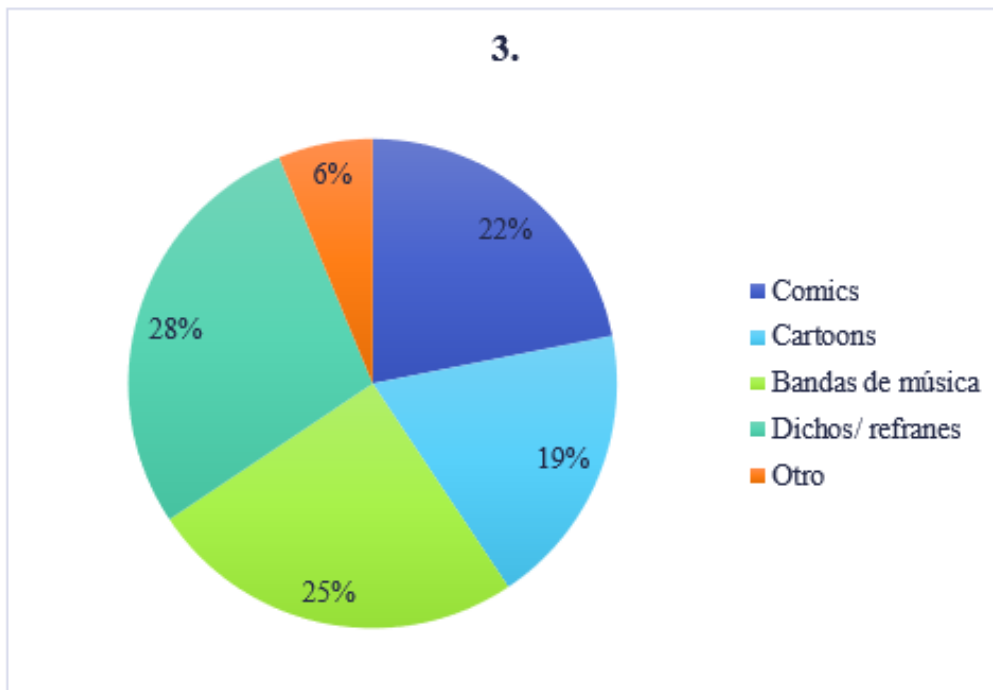


Figura 22. Gráfica Pregunta Número 3.

Tabla 15. Pregunta Número 3.1.

Opciones	Frases	Cultura colombiana	Total
Frecuencia	1	1	2
Porcentaje	50%	50%	

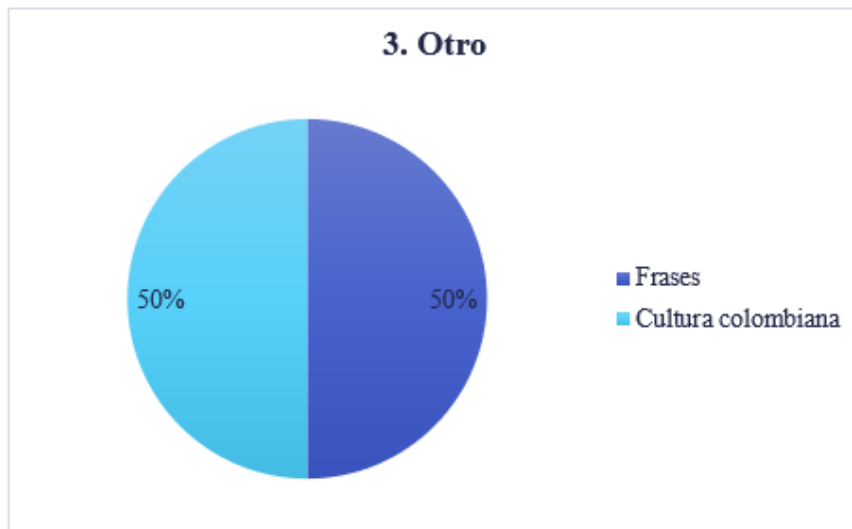


Figura 23. Gráfica Pregunta Número 3.1.

Análisis pregunta número 3:

La población responde que prefiere al momento de estampar: refranes el 28%, bandas musicales el 25% responde y los comics en tercer lugar un 22%.

4. ¿Considera usted que los refranes son una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Tabla 16. Pregunta Número 4.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	100%
No	0	0%

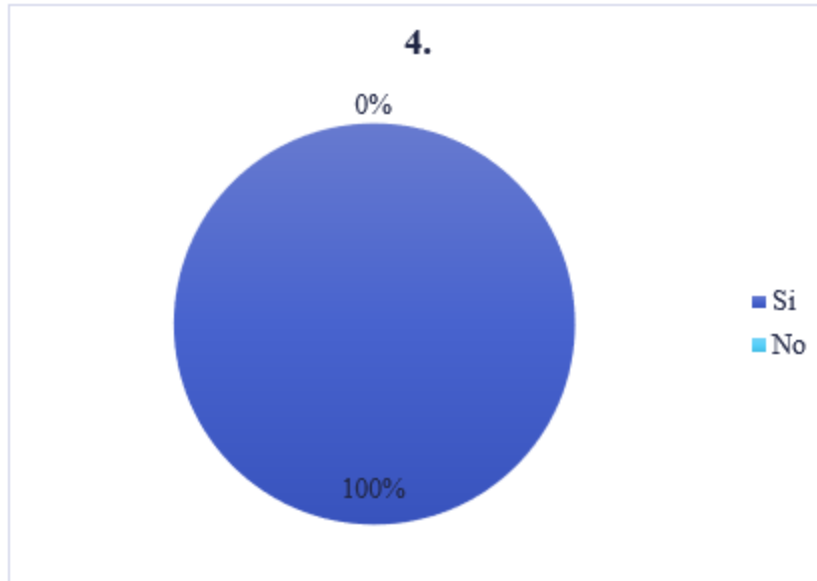


Figura 24. Gráfica Pregunta Número 4.

Tabla 17. Pregunta Número 4.1.

Opciones	Es un concepto típico	Son parte de la cultura y tradición	Son la realidad de un país	Son sinceros	Son nuestra esencia	Se conoce lo que se vive a diario en el país	A través de ellas se identifican de donde son	No contesta	Total
Frecuencia	5	7	1	1	1	3	1	1	20
Porcentaje	25%	35%	5,0%	5,0%	5,0%	15,0%	5,0%	5,0%	



Figura 25. Gráfica Pregunta Número 4.1.

Análisis pregunta número 4:

El 100% de la población considera que los refranes son una forma de dar a conocer la cultura colombiana, argumentando el 35% de las personas que los refranes hacen parte de la cultura y tradición colombiana y el 25% que es un concepto típico colombiano.

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Tabla 18. Pregunta Número 5.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	14	70%
No	6	30%

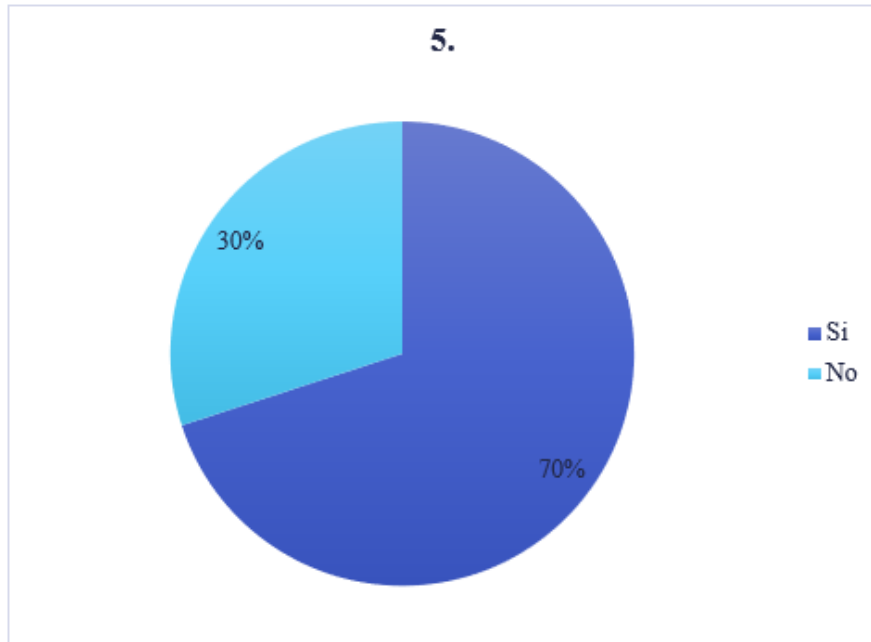


Figura 26. Gráfica Pregunta Número 5.

Tabla 19. Pregunta Número 5.1.

Opciones	Pierde significado y esencia	No se inglés	Total
Frecuencia	4	2	6
Porcentaje	67%	33%	

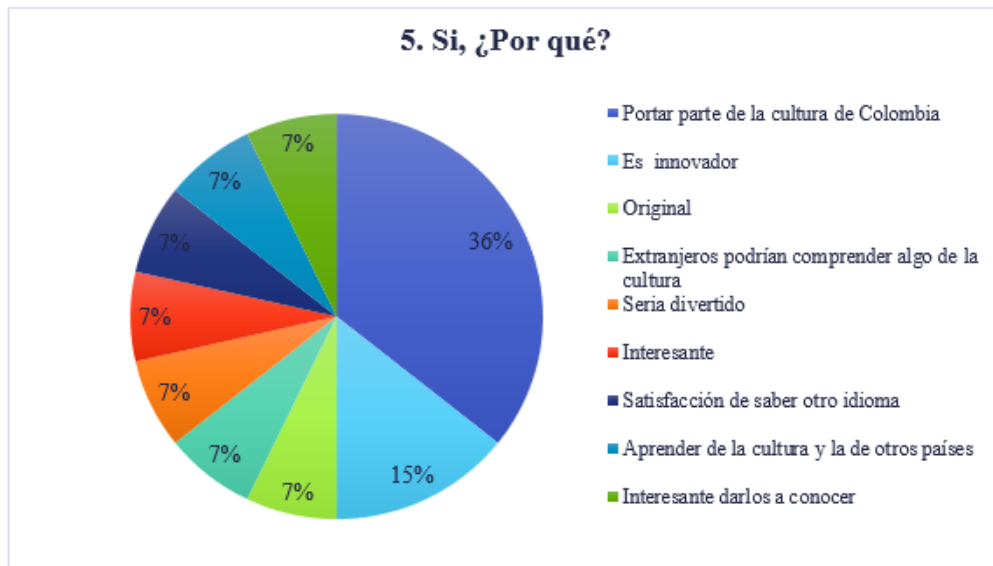


Figura 28. Pregunta Número 5.2.

Análisis pregunta número 5:

El 70% de la población encuestada está de acuerdo con ver refranes colombianos traducidos en otro idioma, el 36 % desea estampar refranes que hacen parte de la cultura colombiana, un 15% responde que es una idea innovadora y el restante argumenta diferentes conceptos.

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Tabla 21. Pregunta Número 6.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	75%
No	5	25%

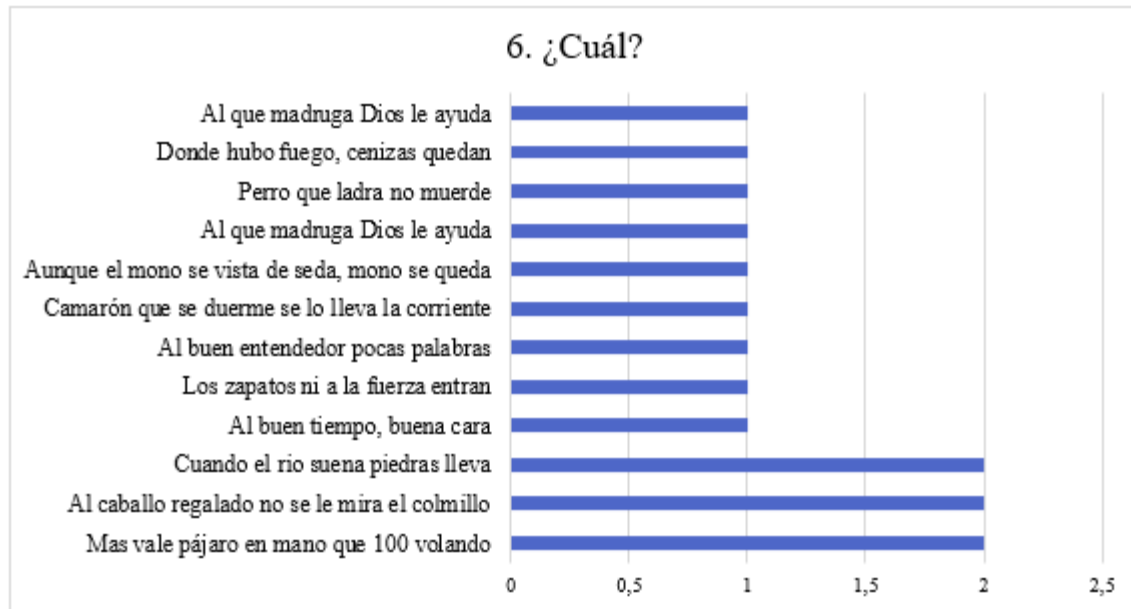


Figura 30. Gráfica Pregunta Número 6.1.

Análisis pregunta número 6:

El 75% de la población manifiesta conocer algún refrán o dicho colombiano, el 25% responde no conocer ningún dicho ni refrán. De los refranes con más reconocimiento se encuentran: “Al caballo regalado no se le mira el colmillo” y “más vale pájaro en mano que 100 volando”.

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Tabla 23. Pregunta Número 7.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	60%
No	8	40%

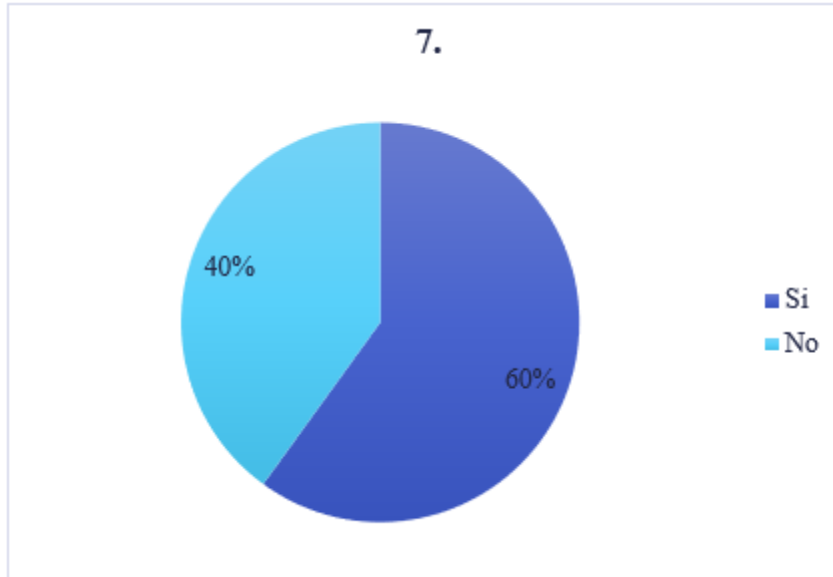


Figura 31. Gráfica Pregunta Número 7.

Tabla 24. Pregunta Número 7.1.

Opciones	Pierde significado y esencia	No se inglés	No es mi estilo	Total
Frecuencia	5	2	1	8
Porcentaje	62,5%	25,0%	12,5%	



Figura 32. Gráfica Pregunta Número 7.1.

Tabla 25. Pregunta Número 7.2.

Opciones	Es gracioso	Es único/original	Llamativo	Sería interesante explicarlo	Ayuda al aprendizaje de palabras en inglés	Sería algo colombiano	Total
Frecuencia	5	3	1	1	1	1	12
Porcentaje	41,7%	25,0%	8,3%	8,3%	8,3%	8,3%	

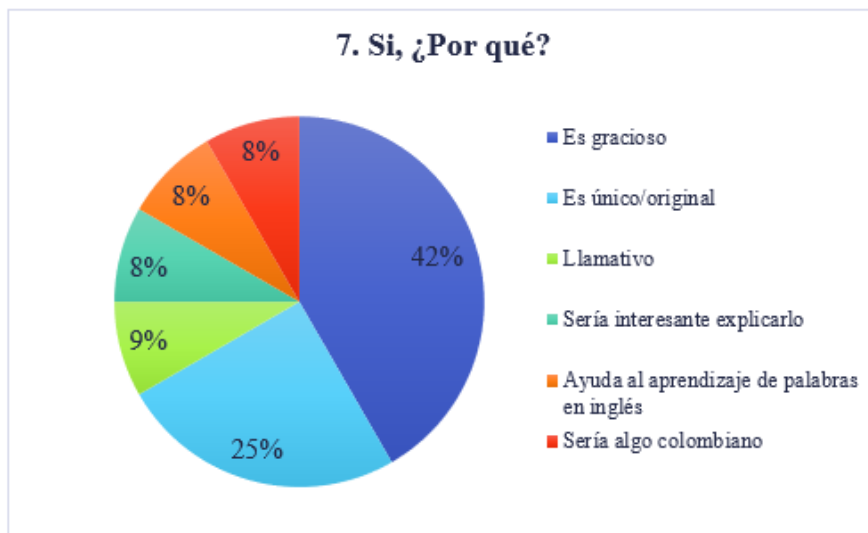


Figura 33. Gráfica Pregunta Número 7.2.

Análisis pregunta número 7:

El 60% de las personas responde que les gustaría portar una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al inglés de manera literal y el 40% afirma que no le gustaría que se traduzcan los refranes porque se pierde la esencia del refrán.

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Tabla 26. Pregunta Número 8.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	85%
No	3	15%

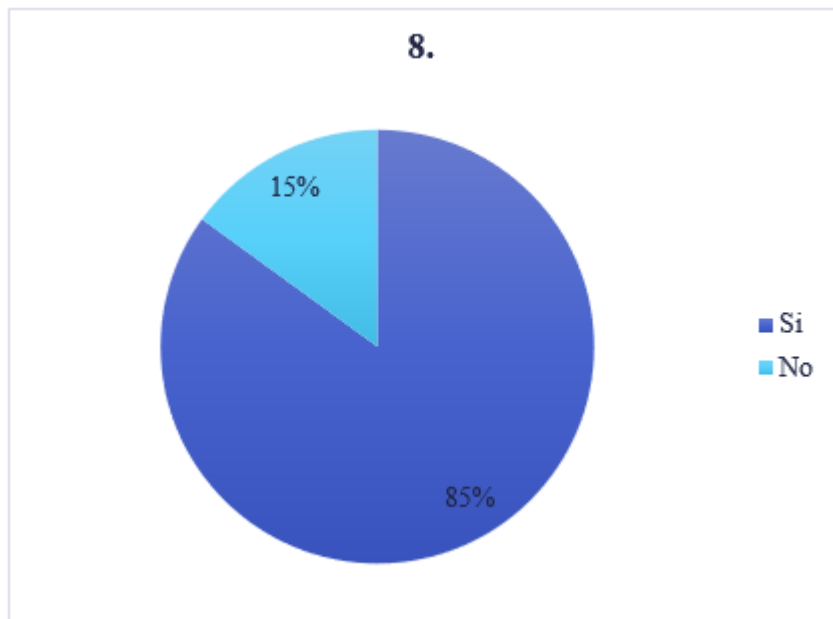


Figura 34. Gráfica Pregunta Número 8.

Tabla 27. Pregunta Número 8.1.

Opciones	No se inglés	No responde	No tendría de esencia de comedia	Total
Frecuencia	1	1	1	3
Porcentaje	33,3%	33,3%	33,3%	

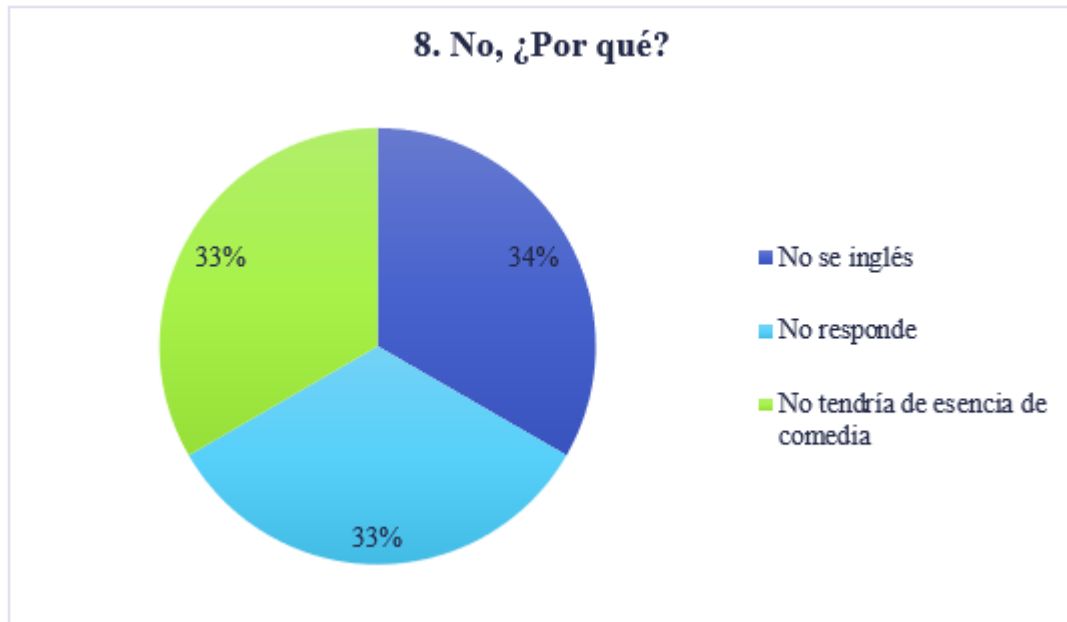


Figura 35. Gráfica Pregunta Número 8.1.

Tabla 28. Pregunta Número 8.2.

Opciones	Es único/Original	Es llamativo	Refleja y representa cultura	Aprendería algo del idioma inglés y otra cultura	Da un significado más claro	Ver contrastes entre culturas	Aporta cultura	No se	No contesta	Total
Frecuencia	2	2	4	3	1	1	1	1	2	17
Porcentaje	11,8%	11,8%	23,5%	17,6%	5,9%	5,9%	5,9%	5,9%	11,8%	

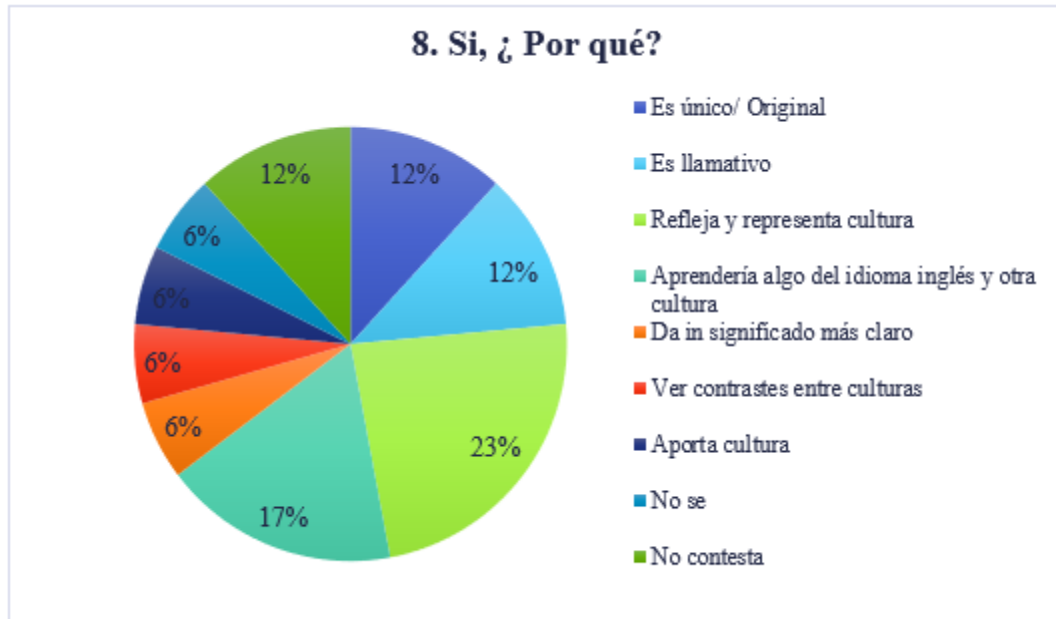


Figura 36. Gráfica Pregunta Número 8.2.

Análisis pregunta número 8:

El 85% de la población evidencia que el portar una camiseta con un refrán colombiano con su equivalente en inglés o traducido es una forma de mostrar la cultura. Solo un 15% no lo haría por el desconocimiento en el idioma, teniendo en cuenta que la mayoría de las personas pertenecientes a la muestra son universitarios, deja en evidencia las falencias en el conocimiento de una segunda lengua.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?

Tabla 29. Pregunta Número 9.

Opciones	\$ 25.000	\$ 30.000	\$ 35.000	\$ 40.000	Otro	Promedio
Frecuencia	6	6	4	2	2	\$ 34.167
Porcentaje	30,0%	30,0%	20,0%	10,0%	10,0%	

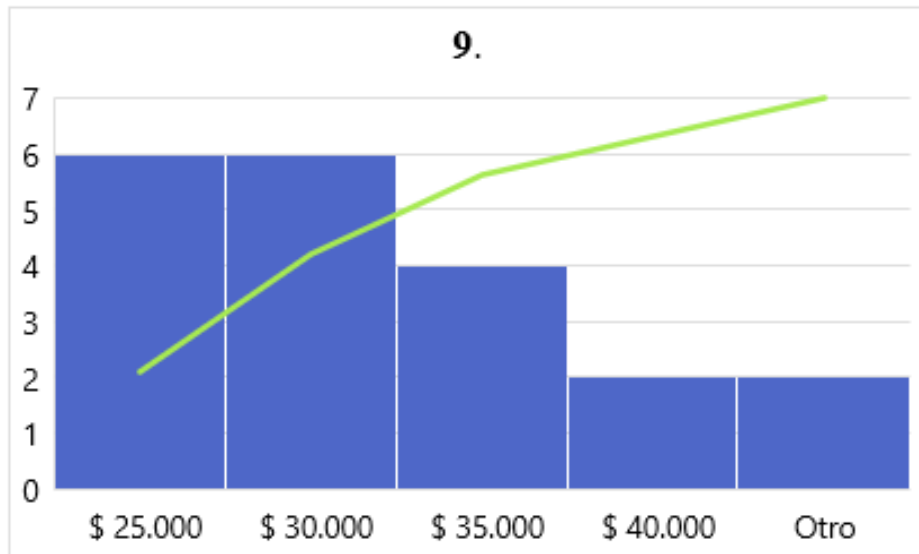


Figura 37. Gráfica Pregunta Número 9.

Tabla 30. Pregunta Número 9.1.

Opciones	\$ 20.000	\$55.000	Dependiendo de la calidad lo pagaría (respondió \$40.000)
Frecuencia	1	1	1
Porcentaje	33,3%	33,3%	33,3%

Análisis pregunta número 9:

El 60% de la población está dispuesta a pagar entre \$ 25.000 y \$ 30.000, el promedio a pagar fue de \$ 34.167.

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Tabla 31. Pregunta Número 10.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	80%
No	4	20%

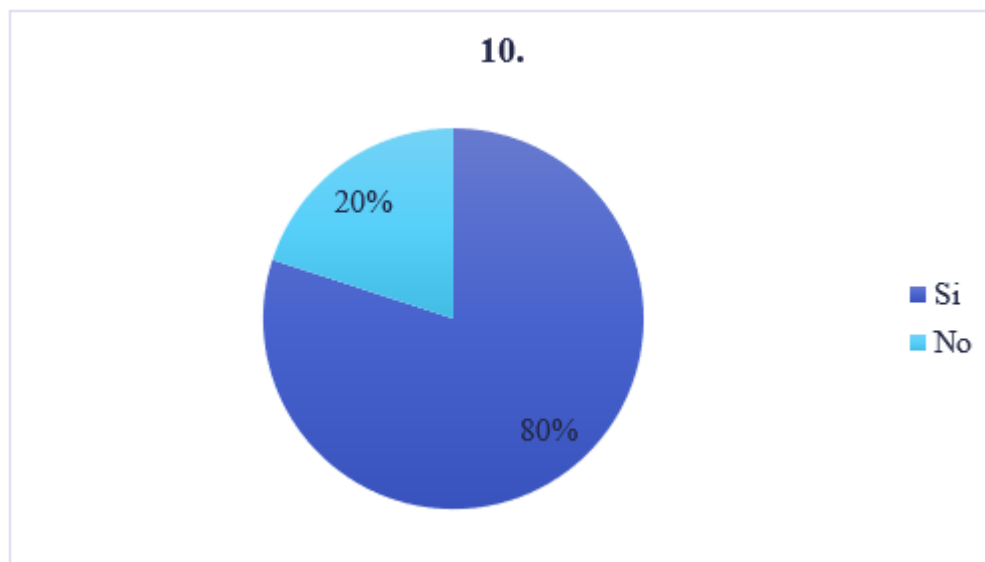


Figura 38. Gráfica Pregunta Número 10.

Tabla 32. Pregunta Número 10.1.

Opciones	No contesta	Pierde sentido y esencia	Las personas que no saben inglés no lo entenderían	Es mejor estampar los refranes en español	Total
Frecuencia	1	1	1	1	4
Porcentaje	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%	



Figura 39. Gráfica Pregunta Número 10.1.

Tabla 33. Pregunta Número 10.2.

Opciones	Es algo original/peculiar	Buen regalo para alguien que sepa inglés o extranjero	No contesta	Para que alguien se pueda sentir parte de nuestra cultura y tradición	Con buen diseño o lo haría	El regalo estaría más personalizado	Es algo bonito	Es algo que queda como recuerdo	Es un buen detalle	Total
Frecuencia	4	3	2	2	1	1	1	1	1	16
Porcentaje	25,0%	18,8%	12,5%	12,5%	6,3%	6,3%	6,3%	6,3%	6,3%	

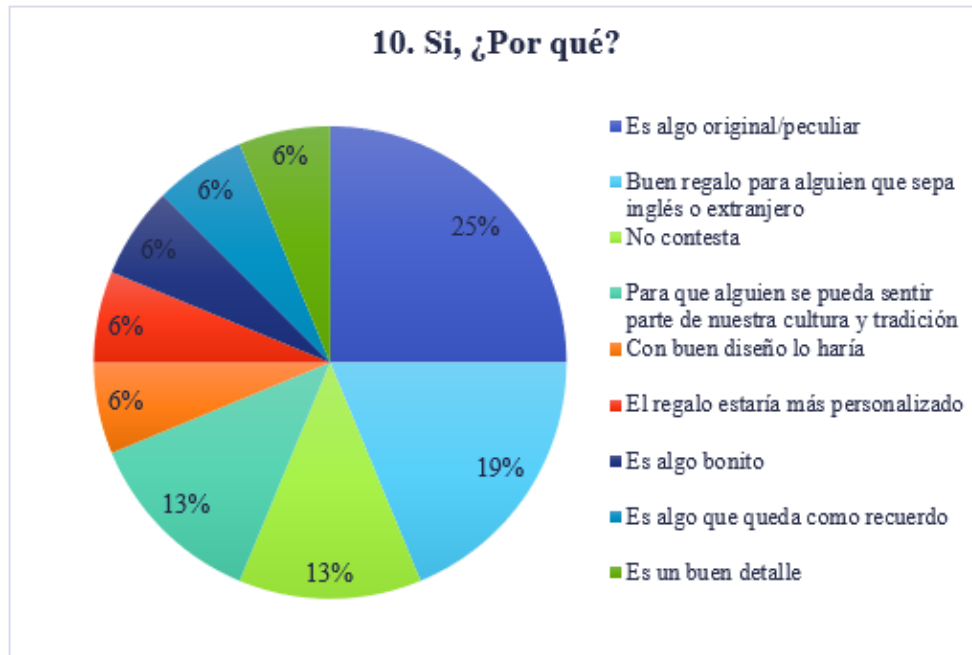


Figura 40. Gráfica Pregunta Número 10. 2.

Análisis pregunta número 10:

El 80% de la población responde que sí regalaría una camiseta estampada con un refrán o dicho traducido al inglés por motivos como: Es un regalo original, llamativo para una persona que maneja el idioma o para alguien que sea extranjero.

El 20% responde que no la regalarían, por desconocimiento del idioma y porque los refranes en inglés no tendrían la misma esencia.

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

Tabla 34. Pregunta Número 11.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	30%
No	14	70%

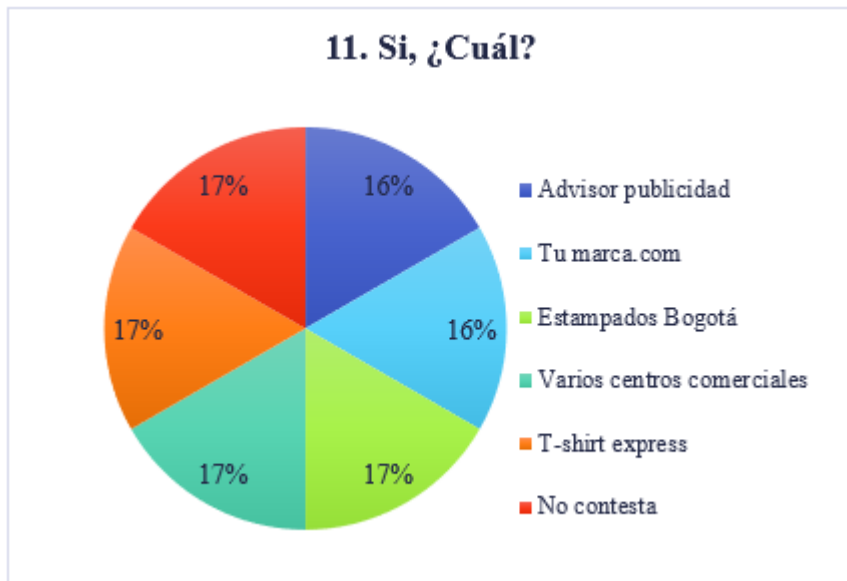


Figura 42. Gráfica Pregunta Número 11.1.

Análisis pregunta número 11:

El 70% de la población afirma que conoce del mercado, más no conocen del producto con las mismas técnicas y características que Salpicón S.A.S.

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

Tabla 36. Pregunta Número 12.

Opciones	Fomentar la cultura	Fomentar el empleo	Fomentar el bilingüismo	Fomenta expresión personal
Frecuencia	16	7	11	8
Porcentaje	38%	17%	26%	19%

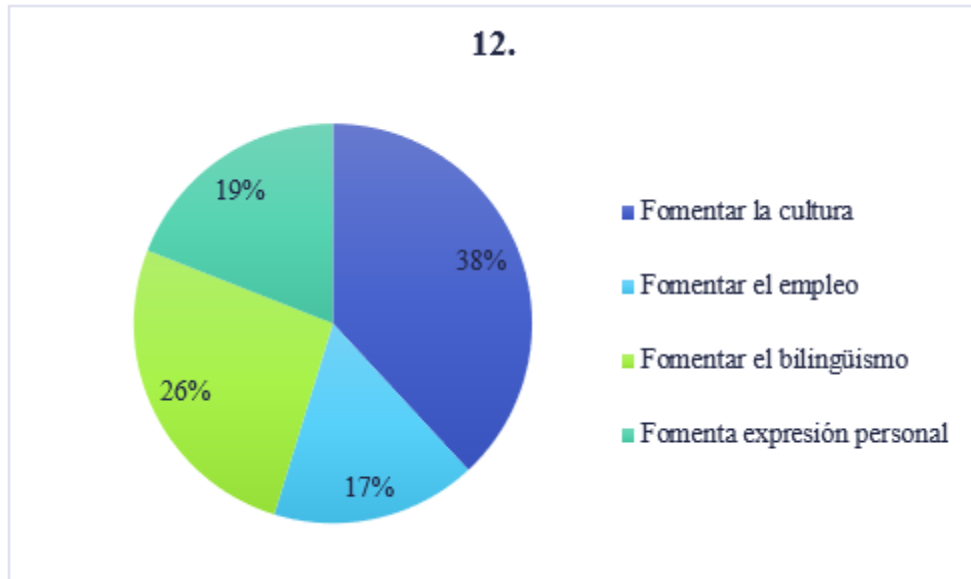


Figura 43. Gráfica Pregunta Número 12.

Análisis pregunta número 12:

El 38% de la población considera la empresa fomenta la cultura en Colombia, el 17% responde que sería fuente de empleo, el 26% manifiesta que fomenta el bilingüismo y 19% que sería una forma de expresión personal.

13. ¿A qué tipo de población considera usted puede ir dirigido este producto?

Tabla 37. Pregunta Número 13.

Opciones	Niños	Adolescentes	Adultos	Universitarios	Extranjeros
Frecuencia	2	11	4	13	11
Porcentaje	5%	27%	10%	32%	27%

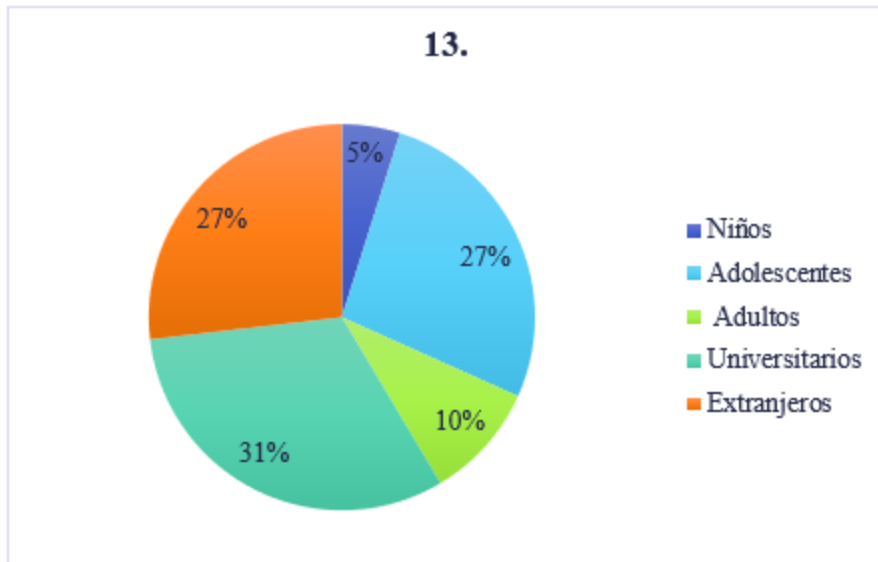


Figura 44. Gráfica Pregunta Número 13.

Análisis pregunta número 13:

El 31% de la población responde que el público al que va dirigido este producto el 27% a universitarios el 27% a extranjeros, 10% a adolescentes y el 5% a adultos y a niños.

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Tabla 38. Pregunta Número 14.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	90%
No	2	10%

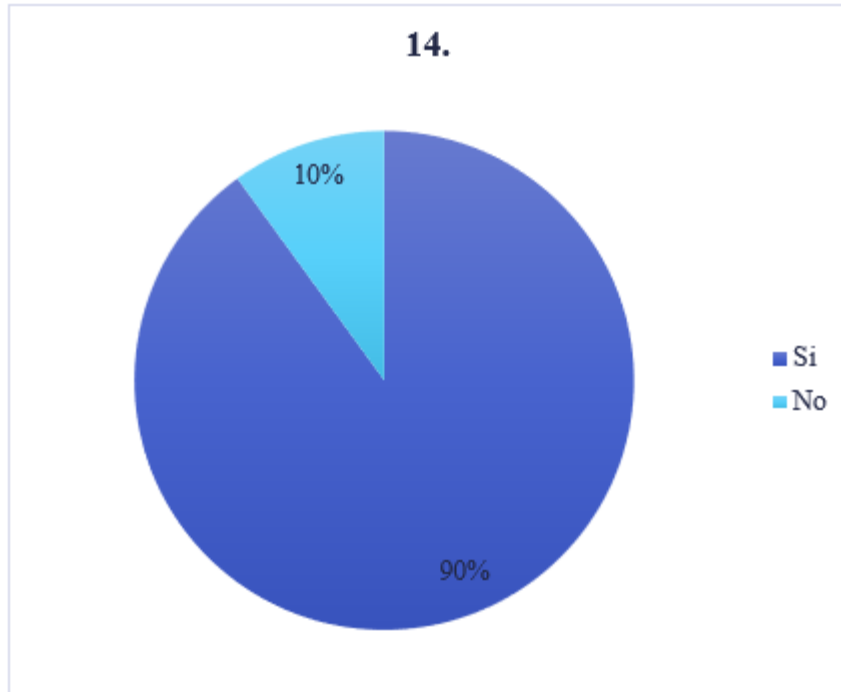


Figura 45. Gráfica Pregunta Número 14.

Tabla 39. Pregunta Número 14.1.

Opciones	No sería un negocio viable	No me llamaría la atención y no es atractivo	Total
Frecuencia	1	1	2
Porcentaje	50,0%	50,0%	



Figura 46. Gráfica Pregunta Número 14.1.

Tabla 40. Pregunta Número 14.2.

Opciones	Es una idea innovadora y única	Amplia conocimientos en el idioma inglés	Es un negocio rentable	Muchos se interesarían por portar algo de su cultura	Interesante para universitarios y personas que conocen del idioma inglés	Fomenta la cultura	Con la traducción por la otra cara	Las cosas típicas dan buenos resultados	Personalizan a las personas	Los colombianos nos interesamos por el uso de palabras en inglés	Total
Frecuencia	7	1	1	1	2	2	1	1	1	1	18
Porcentaje	38,9%	5,6%	5,6%	5,6%	11,1%	11,1%	5,6%	5,6%	5,6%	5,6%	



Figura 47. Gráfica Pregunta Número 14.2.

Análisis pregunta número 14:

El 90% de la población responde que la idea de negocio de camisetas estampadas con refranes y dichos colombianos traducidos al inglés es viable, el 38.9% indica que es una idea innovadora y única, el 11.1% argumentan que es una idea llamativa o interesante para universitarios y extranjeros y porque a través de esta idea de negocio se fomenta la cultura colombiana.

Capítulo 5: Limitaciones Recomendaciones y Conclusiones

5.1 Limitaciones del estudio

Durante la elaboración del proyecto encontramos como limitación, la falta de conocimiento en diseño gráfico y publicidad, pues esto no permitió hacer diseños que plasmaran en las imágenes al 100%, lo que se pretende en los estampados de las camisetas.

5.2 Recomendaciones para investigaciones posteriores

Teniendo en cuenta la responsabilidad e importancia que tiene la universidad frente a la formación de profesionales y el compromiso que tiene con la sociedad para aportar al desarrollo económico del país, es necesario y vital que desde las asignaturas de emprendimiento y planes de negocios le permitan al estudiante conocer y desarrollar habilidades e ideas productivas no solo desde el saber sino desde el hacer, motivándolos desde el conocimiento de las oportunidades que ofrece el gobierno y las entidades financieras.

5.3 Conclusiones

- Este proyecto se planteó con el objetivo de desarrollar el plan de negocio de la empresa “Salpicón S.A.S”, con el propósito de presentarlo a posibles inversionistas y fondos de capital de riesgo, con el fin de incursionar en el sector comercial en la ciudad de Bogotá. Es como se logra demostrar que el proyecto cumple con las fases que componen la elaboración del plan de negocio, desde el planteamiento de la idea de productiva, el marco legal, el análisis del mercado, la estructura organizacional, análisis financiero y la evaluación de los fondos de capital de riesgo. Ya que el poder indagar y conocer los planes de acción y las oportunidades generadas desde el gobierno permitieron creer y proponernos a poner la idea en marcha y así aportar a la empleabilidad.
- Al conocer las oportunidades que ofrece el gobierno con los fondos de capital de riesgo, pudimos encontrar a “La Red de Ángeles inversionistas”, quienes están conformadas por diferentes entidades y empresarios del país; cuyo objeto es brindar asesorías a las nuevas empresas con el fin de buscar recursos financieros que les permitan poner en marcha las diferentes ideas productivas que allí se presentan y garantizar la disminución del riesgo de la inversión.

- La realización del proyecto además de ser un medio de poner en práctica el conocimiento de lo visto durante la carrera, fue el punto para crear la empresa Salpicón S.A.S. como una oportunidad para apoyarnos económicamente no solo nosotras, si no con la idea de llegar a ofrecer oportunidad de empleo y mejorar las condiciones de muchas familias.
- De acuerdo a los resultados obtenidos desde el estudio de mercado y el instrumento que se aplicado “encuesta” a estudiantes y universitarios donde se indago por gusto al estampado, el uso de las diferentes técnicas y el gusto por portar una camiseta que lleve estampado refranes colombianos traducidos al idioma inglés; de manera literal y equivalente, nos mostró la aceptación por la población argumentando que es una forma de mostrar la cultura y fomentar el bilingüismo.
- Así mismo, después de desarrollar el análisis financiero, donde se proyectaron los activos los gastos los costos y la recuperación de la inversión hallando el punto de equilibrio. Se pudo determinar que el proyecto Salpicón S.A.S. financieramente es viable, lo que nos permite ser presentado a inversionistas como “La Red de Ángeles Inversionistas”.

Capítulo 6: Referencias

Alcaldía de Medellín. (2010). *Guía de trámites legales para la constitución y funcionamiento de empresas en Medellín*. Cámara de Comercio de Medellín para Antioquía. Medellín:

Dirección de Comunicaciones. Recuperado el 8 de marzo de 2017, de

http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2011/tramites_constitucion_empresas.pdf

Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (29 de mayo de 1987). *Decreto 1042 de 1987*. Recuperado el 15 de agosto de 2017, de por el cual se dictan, reglamentan y unifican las normas para el

Área Central de Bogotá Distrito Especial.:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1378>

Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (19 de mayo de 1990). *Decreto 246 de 1989*. Recuperado el 15 de agosto de 2017, de

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=2385>

Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (20 de noviembre de 2006). *Decreto 468 de 2006*. Recuperado el 16 de agosto de 2017, de por el cual se reglamenta la Unidad de Planeamiento Zonal (UPZ) No. 99, CHAPINERO, ubicada en la localidad de CHAPINERO.:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=22188>

Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (23 de diciembre de 2008). *Decreto 462 de 2008 Alcalde Mayor*. Recuperado el 15 de agosto de 2017, de Por el cual se adopta la Política para el Manejo del Suelo de Protección en el Distrito Capital:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=34288>

Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (28 de diciembre de 2011). Recuperado el 15 de agosto de 2017, de <http://www.bogotajuridica.gov.co/sisjurMantenimiento/normas/Norma1.jsp?i=45167>

Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (2012). *Proyecto de Acuerdo 87 de 2012 Concejo de Bogotá D.C.* Recuperado el 17 de agosto de 2017, de

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=46510>

Amaya Correa, J. (abril de 2010). *El método DOFA, un método muy utilizado para diagnóstico de vulnerabilidad y planeación estratégica*. Recuperado el 4 de marzo de 2018, de

<http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/portal/sites/default/files/8.%20M%C3%A9todo%20DOFA%20para%20diagn%C3%B3stico.pdf>

Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. (2016). *Balance 2016 y Perspectivas 2017*.

Recuperado el 11 de octubre de 2017, de <http://www.andi.com.co/Uploads/ANDI-Balance%202016-Perspectivas2017.pdf>

Banco de la República de Colombia. (17 de julio de 2018). *Tasas de empleo y desempleo*.

Recuperado el 20 de julio de 2018, de <http://www.banrep.gov.co/es/tasas-empleo-desempleo>

Bloomfield, S. (2005). *Venture Capital Funding*. En S. Bloomfield. London, United Kingdom:

Kogan page. Recuperado el 30 de junio de 2018, de *A practical Guide to Raising Finance*: <https://www.leadersummaries.com/ver-resumen/fondos-de-capital-riesgo>

Bordocol PCTA. (s.f.). Recuperado el 10 de octubre de 2017, de <https://www.bordocol.com/>

Cámara de Comercio. (16 de junio de 1971). *Decreto 410 de 1971*. Recuperado el 23 de octubre

de 2016, de Por el cual se expide el Código de Comercio:

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html

Cámara de Comercio de Bogotá. (Diciembre de 2006). *Perfil económico y empresarial,*

localidad de Chapinero. Horizontales Gráficos LTDA. Recuperado el 3 de octubre de 2017, de

http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2879/6222_perfil_economico_chapinero.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cámara de Comercio de Bogotá. (enero de 2017). *Colombia: los retos de la industria textil en*

2017. Recuperado el 11 de octubre de 2017, de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2017/Enero/Colombia-los-retos-de-la-industria-textil-en-2017>

Cámara de Comercio de Bogotá. (03 de noviembre de 2017). *Tablero de indicadores de Bogotá y Cundinamarca - Segundo semestre 2017*. Recuperado el 22 de julio de 2018, de

<http://hdl.handle.net/11520/19431>

Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). *Cluster de prendas de vestir*. Recuperado el 3 de octubre de 2017, de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Directorio>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2017). *Tablero De Indicadores*. Bogotá. Recuperado el 22 de junio de 2018, de <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/19431>

Carlos Alberto Velásquez Restrepo. (5 de diciembre de 2010). *La Sociedad por Acciones Simplificada*. Recuperado el 13 de abril de 2017, de Cámara de Medellín:

<http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/Memorias/2011/7SAS.pdf>

Cerda Gutiérrez, H. (1991). Capítulo 7: Medios, instrumentos, Técnicas y Métodos en la Recolección de Datos e Información. En H. Cerda, *Metodología de la Investigación II*. Venezuela. Recuperado el 20 de junio de 2018, de

<http://postgrado.una.edu.ve/metodologia2/paginas/cerda7.pdf>

Chamber of Commerce of Metropolitan Montreal's. (s.f.). *Introducción a los estudios del mercado*. Recuperado el 8 de febrero de 2018, de Infoentrepreneurs:

<http://www.infoentrepreneurs.org/fr/documents/espagnol/introduction-aux-etudes-de-marche/>

Chelén, R., & Gutiérrez Bello, G. (mayo de 2014). *Capital de Riesgo para el Desarrollo de Empresas Innovadoras*. (A. Foro Consultivo Científico y Tecnológico, Ed.) Recuperado el 15 de mayo de 2018, de

http://www.foroconsultivo.org.mx/libros_editados/ricardo_chelen_capital_de_riesgo.pdf

Computrabajo. (s.f.). Recuperado el 10 de octubre de 2017, de

<https://www.computrabajo.com.co/empresas/acerca-de-scan-representaciones-sas-C2C8244E1C13293A>

Congreso de Colombia. (2006). *Ley 1014 de 2006*. Diario Oficial No 46. 164 de 27 de Enero de 2006, Bogotá. Recuperado el 22 de Julio de 2018, de

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

Congreso de la República de Colombia. (24 de Diciembre de 1959). *Ley 155 de 1959*.

Recuperado el 6 de marzo de 2017, de Por La Cual Se Dictan Algunas Disposiciones Sobre Prácticas Comerciales: <https://centrocedec.files.wordpress.com/2011/07/4-normas-2.pdf>

Congreso de la República de Colombia. (24 de enero de 1979). *Por la cual se dictan Medidas Sanitarias*. Recuperado el 16 de agosto de 2017, de

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1177>

Congreso de la República de Colombia. (26 de diciembre de 1995). Recuperado el 15 de agosto de 2017, de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=316>

Congreso de la República de Colombia. (20 de diciembre de 1995). *Ley 222 de 1995*.

Recuperado el 20 de agosto de 2017, de Por la cual se modifica el Libro II del Código de Comercio, se expide un nuevo régimen de procesos concursales y se dictan otras disposiciones.: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0222_1995.html

Congreso de la República de Colombia. (05 de diciembre de 1995). *Por el cual se suprimen y reforman regulaciones, procedimientos o trámites innecesarios existentes en la Administración Pública*. Recuperado el 15 de agosto de 2017, de

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1208>

Congreso de la República de Colombia. (29 de diciembre de 1998). *Ley 489 de 1998*.

Recuperado el 20 de agosto de 2017, de por la cual se dictan normas sobre la organización y funcionamiento de las entidades del orden nacional, se expiden las disposiciones, principios y reglas generales para el ejercicio de las atribuciones previstas en los numerales 15 y 16 del artículo 189:

<https://www.unidadvictimas.gov.co/sites/default/files/documentosbiblioteca/ley-489-de-1998.pdf>

Congreso de la República de Colombia. (18 de agosto de 2000). *Ley 610 de 2000*. Recuperado el 17 de agosto de 2017, de Por la cual se establece el trámite de los procesos de responsabilidad fiscal de competencia de las contralorías.:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=5725>

Congreso de la República de Colombia. (21 de diciembre de 2002). Recuperado el 2017 de 22 de agosto, de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=6778>

Congreso de la República de Colombia. (2 de agosto de 2004). *Ley 905 de 2004*. Recuperado el 22 de julio de 2018, de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html

Congreso de la República de Colombia. (5 de diciembre de 2008). *Ley Número 1258 de 2008*.

Recuperado el 13 de abril de 2017, de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html

Congreso de la República de Colombia. (30 de junio de 2011). *Ley 1466 de 2011*. Recuperado el 13 de abril de 2017, de

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=43211>

Congreso de la República de Colombia. (29 de julio de 2016). *Ley 1801 De 2016*. Recuperado el 15 de agosto de 2017, de Por la cual se expide el Código Nacional de Policía y

Convivencia: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=66661>

Congreso de la República de Colombia. (29 de diciembre de 2016). *Ley 1819 de 2016*.

Recuperado el 17 de agosto de 2017, de

http://servicios.minminas.gov.co/compilacionnormativa/docs/ley_1819_2016.htm

Congreso de la República de Colombia. (18 de abril de 2016). *Por el cual se modifica el Decreto 1066 de 2015, con el fin de reglamentar el artículo 21 de la Ley 1575*. Recuperado el 16 de agosto de 2017, de

<http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20638%20DEL%2018%20DE%20ABRIL%20DE%202016.pdf>

Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2008). *Documento CONPES 3527, Política Nacional de Competitividad y Productividad*. Consejo Nacional de Política Económica y Social, Departamento Nacional de Planeación, Bogotá. Recuperado el 22 de Julio de 2018, de <https://www.ica.gov.co/getattachment/9ead52fd-f432-4175-b42a-484ea0662194/2008CN3527.aspx>

Cotton Incorporated. (2003). *Boletín Técnico, Estampado textil*. Carolina del Norte. Recuperado el 10 de junio de 2017, de <https://www.cottoninc.com/wp-content/uploads/2017/12/ISP-1004-Estampado-Textil.pdf>

Cotton Incorporated. (2003). *Boletín Técnico, Estampado textil*. Carolina del Norte. Recuperado el 10 de Junio de 2017, de <https://www.cottoninc.com/wp-content/uploads/2017/12/ISP-1004-Estampado-Textil.pdf>

- Del Canto, E., & Silva Silva, A. (2013). Metodología Cuantitativa Abordaje desde la complementariedad en ciencias sociales. *revista de ciencias sociales, III*, 3. Recuperado el 20 de junio de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/153/15329875002.pdf>
- Delgado, E. E. (noviembre de 2010). *www.dane.gov.co*. Recuperado el 20 de julio de 2018, de https://www.dane.gov.co/files/noticias/presentacion_lacea_medellin.pdf
- Departamento Administrativo de la Función Pública. (10 de Octubre de 2005). *Decreto No. 3626 de 2005*. Recuperado el 5 de noviembre de 2017, de Por el cual se reglamenta el Decreto Ley 765 de 2005: [file:///C:/Users/catal/Downloads/DECRETO-REGLAMENTARIO%203626-2005%20Reglamenta%20el%20Decreto%20Ley%20765-05%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/catal/Downloads/DECRETO-REGLAMENTARIO%203626-2005%20Reglamenta%20el%20Decreto%20Ley%20765-05%20(1).pdf)
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2018). *Boletín técnico, Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), Mercado laboral por departamentos, 2017*. Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Bogotá D.C. Recuperado el 2018 de julio de 18, de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ml_depto/Boletin_dep_17.pdf
- Derry, T., & Williams, T. I. (1977). *Historia de la tecnología, desde la antigüedad hasta 1750* (Vol. 1). Madrid, España: Siglo veintiuno de españa editores s.a. Recuperado el 15 de octubre de 2016, de <https://books.google.com.co/books?id=eYSk0q9ZNJ4C&pg=PA6&dq=Libro+Historia+de+la+tecnolog%C3%ADa+de+la+antig%C3%BCedad+hasta+1750&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiVqY3-kbTcAhUDk1kKHAP3DJAQ6AEILTAB#v=onepage&q&f=false>

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (3 de abril de 2015). *Preguntas Frecuentes de la*

DIAN Actualizado 2010. Recuperado el 10 de agosto de 2017, de

<http://www.accounter.co/boletines/preguntas-frecuentes-de-la-dian-actualizado-2010.html>

Duque, E. D. (2015). *Informe de Desempleo en Colombia : 2001- 2015*. Universidad Nacional,

Área de Economía Colombiana. Recuperado el 10 de julio de 2018, de

<http://www.fce.unal.edu.co/boletines/uamf/boletin7/005.pdf>

Facultad de Economía UNAM. (s.f.). *II. Estudio Técnico*. Recuperado el 10 de mayo de 2017, de

<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>

Fernández Camargo, L. S. (2009). *Plan de negocio para la creación de una empresa productora*

y comercializadora de arte urbano a través de camiseta en Bogotá. Pontificia

Universidad Javeriana, Bogotá D.C. Recuperado el 20 de octubre de 2016, de

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis93.pdf>

Fincowsky, E. B. (1998). *Organización de empresas. Análisis, diseño y estructura*. México D.F.,

México: Mcgraw-Hill Interamericana Editores, S.A. Recuperado el 9 de marzo de 2017,

de <file:///C:/Users/catal/Downloads/62967629-Organizacion-de-Empresas-Enrique-Benjamin-Franklin-3.pdf>

Fundación Bavaria. (s.f.). *Bavaria*. Recuperado el 21 de agosto de 2017, de

<https://www.bavaria.co/fundacion/conoce-fundacion-bavaria>

Fundación Coomeva. (s.f.). *REDCOO*. Recuperado el 21 de agosto de 2017, de Red de

empresarios asociados a Coomeva:

<http://fundacion.coomeva.com.co/publicaciones.php?id=21324>

Garzozzi Pincay, R., Messina Scolaro, M., Moncada Marino, C., Ochoa Luna, J., Ilabel Pérez, G.,

& Zambrano Segura, R. (marzo de 2014). *Planes de negocios para emprendedores*. (I. L.

(LATIn), Ed.) Recuperado el 18 de junio de 2018, de

[http://www.emprenur.edu.uy/sites/default/files/publicaciones/small_plan_de_negocios_p
ara_emprendedores_cc_by-sa_3.0.pdf](http://www.emprenur.edu.uy/sites/default/files/publicaciones/small_plan_de_negocios_para_emprendedores_cc_by-sa_3.0.pdf)

Gestión Legal Colombia Consultores. (s.f.). *¿Qué impuestos pagan las empresas en Colombia?*

Recuperado el 2 de julio de 2017, de <http://www.gestionlegalcolombia.com/impuestos-empresas-colombia.html>

Ghai, D. (2003). Trabajo decente. concepto e indicadores. *Revista Internacional del Trabajo*,

122(2), 1. Recuperado el 17 de julio de 2018, de

<http://ilo.org/public/spanish/revue/download/pdf/ghai.pdf>

Gómez Henao, R. (s.f.). *Tasa de Desempleo*. Recuperado el 2 de Agosto de 2018, de

aprendeonline.udea.edu.co/.../TASA_DE_DESEMPLEO-_aprendeonline.doc

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la*

Investigación (Vol. V). (J. M. Chacón, Ed.) Mexico: McGRW-HILL/
INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 20 de junio de 2018, de

[https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20inve
stigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf)

Hubbog. (s.f.). *Campus for Startups*. Recuperado el 14 de mayo de 2018, de <https://hubbog.com>

Lorenzo Rocha, N. D., Perestelo Pérez, L., de Castro Peraza, M. E., & M., P. H. (25 de julio de

2018). *Marco Referencial o Teórico de la Investigación*. Obtenido de Universidad de

Texas: <file:///C:/Users/catal/Downloads/OCW%20Modulo%202-2.pdf>

Luna, M. Á. (2004). *Tesis digitales UNMSM*. Recuperado el 15 de octubre de 2016, de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Ingenie/angulo_lm/angulo_lm.pdf

Luna, M. Á. (2004). *Tesis digitales UNMSM*. Recuperado el 15 de Octubre de 2016, de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Ingenie/angulo_lm/angulo_lm.pdf

Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. (22 de abril de 2008). *Decreto Número 1299*. Recuperado el 5 de noviembre de 2017, de Por el cual se reglamenta el departamento de gestión ambiental de las empresas a nivel industrial y se dictan otras disposiciones:

http://www.minambiente.gov.co/images/normativa/decretos/2008/dec_1299_2008.pdf

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (26 de mayo de 2011). *Decreto 1749*. Recuperado el 5 de noviembre de 2016, de Por el cual se reglamentan los artículos 11,12, numeral 3 del artículo 15; 24, 32, 41; numeral 5 del artículo 43; 60, 61, 67; numeral 1 y párrafo 2 del artículo 69; 74; numeral 1 del artículo 78; 82, 83, 95, 110, 111 y 112 de la Ley 1116 de 2006.: <https://actualicese.com/normatividad/2011/05/26/decreto-1749-de-26-05-2011/>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (13 de abril de 2012). *Decreto Número 0731 de 2012*. Recuperado el 5 de noviembre de 2017, de Por el cual se establece el procedimiento para la adopción de medidas de salvaguardia: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Decretos/2012/Documents/Abril/13/dec73113042012.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). *Resolución Número 8934 de 2014*. Recuperado el 18 de agosto de 2017, de Por la cual se establecen directrices en materia de gestión documental y organización de archivos que deben cumplir los vigilados por la

Superintendencia de Industria y Comercio:

http://www.sic.gov.co/sites/default/files/normatividad/Resolucion_8934_2014.pdf

Ministerio de Salud. (16 de Febrero de 1996). *Decreto Número 326 de 1996*. Recuperado el 9 de abril de 2017, de Por el cual se reglamenta la afiliación y las cotizaciones al Sistema General de:

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%200326%20DE%201996.pdf

Ministerio de Salud. (29 de mayo de 2008). *Por el cual se reglamentan la Ley 2.1~ de 1995, el artículo 27 de la Ley 962 de 2005, los*. Recuperado el 20 de agosto de 2017, de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/INEC/IGUB/Decreto-1879-de-2008.pdf>

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (22 de mayo de 1979). *Resolución 2400 de 1979*. Recuperado el 18 de febrero de 2018, de Por la cual se establecen algunas disposiciones sobre vivienda, higiene y: <http://copaso.upbbga.edu.co/legislacion/Res.2400-1979.pdf>

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (14 de marzo de 1984). *Decreto Número 614 de 1984*. Recuperado el 9 de abril de 2017, de por el cual se determinan las bases para la organización y la administración de Salud Ocupacional en el país: http://copaso.upbbga.edu.co/legislacion/decreto_614%2084%20Organizacion%20y%20Administracion%20Salud%20Ocupacional.pdf

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (27 de junio de 1994). *Decreto Número 1346 de 1994*. Recuperado el 5 de noviembre de 2017, de Por el cual se reglamenta la integración, la financiación y el funcionamiento de las: <http://www.manizales.gov.co/RecursosAlcaldia/201504241921137581.pdf>

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (4 de agosto de 1994). *Decreto Número 1832 de 1994*.

Recuperado el 5 de noviembre de 2017, de Por el cual se adopta la Tabla de

Enfermedades Profesionales:

file:///C:/Users/catal/Downloads/decreto%201832%20de%201994%20sobre%20la%20ta
bla%20de%20enfermedades%20profesionales.pdf

Ministerio del Medio Ambiente. (5 de junio de 1995). *Decreto 948 de 1995*. Recuperado el 1 de
noviembre de 2017, de Reglamento de protección y control de la calidad del aire:

http://www.minambiente.gov.co/images/normativa/app/decretos/54-dec_0948_1995.pdf

Monferrer Tirado, D. (2013). Fundamentos del marketing. En U. Jaume, *Departament de
Ciències Jurídiques* (págs. 47-52-54). Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de
Comunicació i Publicacions. Recuperado el 28 de mayo de 2018

Nateras González, M. E. (15 de febrero de 2005). La importancia del método en la investigación.
(U. A. México, Ed.) *Espacios Públicos, XVIII*. Recuperado el 20 de junio de 2018, de
<http://www.redalyc.org/pdf/676/67681519.pdf>

Nava Rosillón, M. A. (octubre-diciembre de 2009). Análisis financiero: una herramienta clave
para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia, 14(48)*, 606-628.
Recuperado el 25 de junio de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/290/29012059009.pdf>

Novaprint. (s.f.). *novaprint innovación sublime*. Recuperado el 10 de octubre de 2017, de
<http://novaprint.co/>

Organización Internacional del Trabajo. (1982). Conferencia Internacional de Estadígrafos del
Trabajo. *Resolución sobre estadísticas de la población económicamente activa, del
empleo, del desempleo y del subempleo, adoptada por la decimotercera*, (pág. 3).

Recuperado el 21 de julio de 2018, de

<http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/download/res/ecacpop.pdf>

Organización Internacional del Trabajo. (1993). La decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo. *Resolución sobre la Clasificación Internacional de la Situación en el Empleo (CISE), adoptada por la decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo*, (pág. 2). Recuperado el 21 de Julio de 2018, de

<http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/download/res/icse.pdf>

Organización Internacional del Trabajo. (9 de agosto de 2004). *¿Qué es el trabajo decente?*

Recuperado el 2 de junio de 2018, de https://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_LIM_653_SP/lang--es/index.htm

Pérez Gregorio, M. G. (25 de marzo de 2016). *La importancia del organigrama en la empresa.*

P, 69,1. Recuperado el 1 de octubre de 2017, de Publicaciones didácticas:

<http://publicacionesdidacticas.com/hemeroteca/articulo/069061/articulo-pdf>

Pontificia Universidad Javeriana. (s.f.). *Red Nacional de Ángeles Inversionistas*. Recuperado el 15 de mayo de 2018, de <https://www.javerianacali.edu.co/red-nacional-de-angeles-inversionistas>

Quintero, J. R. (2009). *La Camiseta a tu estilo*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil.

Recuperado el 20 de octubre de 2015, de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/4847/1/PROYECTO%20LA%20CAMISETA%20A%20TU%20ESTILO.pdf>

Red Cultural Del Banco de la República de Colombia. (s.f.). *Enciclopedia*. Recuperado el 5 de marzo de 2018, de

http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Competencias_del_mercado

Restrepo, O. L., & Marín, M. E. (2002). *Investigación Cualitativa Estado del Arte*. Universidad de Antioquia, Medellín. Recuperado el 30 de junio de 2018, de

<http://josemramon.com.ar/wp-content/uploads/Estado-Del-Arte-Sobre-Fuentes-Documentales-en-Investig-Cualitativa.pdf>

Saavedra, M. F. (diciembre de 2012). *La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos Guía N° 39*. Recuperado el 24 de julio de 2018, de Ministerio de Educación

Nacional: https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-287822_archivo_pdf.pdf

Salas, S., López, J., & Loli, C. (2004). *Tienes un buen producto...Identifica mercados*. Lima, Perú. Recuperado el 4 de marzo de 2018, de

<https://books.google.com.co/books?id=KfsGrB-vazgC&pg=PP2&lpg=PP2&dq=Tienes+un+buen+producto+identifica+mercados,+Sonia+Salas,+Jonathan+L%C3%B3pez+y+Carla+Loli+Lima,+Per%C3%BA&source=bl&ots=aLi28M1IiT&sig=bCWEkizqIIT2HQtPAWNrlirjh1Y&hl=es-419&sa=X&ved=2ahU>

Secretaría Distrital de Salud. (27 de diciembre de 1993). *Resolución 10984 de 1993 Secretaría Distrital de Salud*. Recuperado el 17 de agosto de 2017, de

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=648>

Senado de la República. (2010). *Proyecto de ley 70 de 2010 Senado*. Recuperado el 13 de abril

de 2017, de <http://www.bdlaw.com/assets/htmldocuments/Colombia%20-%20Proyecto%20ley%20070%20de%202010.pdf>

Serrano D, L. (1 de Junio de 2018). *pymes online*. Obtenido de www.pymes-online.com

Serrano, L. D. (s.f.). *Pymes online*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de www.pymes-online.com

Servicio Nacional de Aprendizaje. (2007). *Ser empresario, Plan de Negocio*. (D. S.A, Editor)

Recuperado el 10 de Febrero de 2017, de

https://repositorio.sena.edu.co/sitios/ser_empresa/serempresario4/index.html

Servicio Nacional de Aprendizaje. (2011). *Fondo emprender por un país de propietarios*.

Recuperado el 21 de agosto de 2017, de <http://www.uao.edu.co/emprendimiento/wp-content/uploads/2011/03/FONDO-EMPRENDER.pdf>

Trato Contrato. (s.f.). *Negocios y Franquicias*. Recuperado el 14 de mayo de 2018, de

<https://www.tratocontrato.com/content/24-corporaciones-para-iniciar-idea-de-emprendimiento-colombia>

Universidad Naval. (2016). *Metodología de la Investigación*. Secretaría Marina. Recuperado el

20 de junio de 2018, de

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/133491/METODOLOGIA_DE_INVESTIGACION.pdf

Vallejo Zamudio, L. E. (Junio de 2010). El desempleo y la pobreza. *Revista Apuntes del CENES*,

XXIX, 7-8. Recuperado el 2 de agosto de 2018, de

<http://www.redalyc.org/pdf/4795/479549646001.pdf>

Vélez Cabrera, L. G., Rodríguez López, E. F., Camacho Rios, M. T., & Cubillos Castaño, N. M.

(2013). *Desempeño del Sector Textil, Confección 2008 - 2012*. Superintendencia de

Sociedades, Delegatura de Asuntos Económicos y Contables, Bogotá D.C. Recuperado el

15 de octubre de 2016, de [https://www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-](https://www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-Textil-Oct152013.pdf)

[Sector-Textil-Oct152013.pdf](https://www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-Textil-Oct152013.pdf)

Vélez Cabrera, L. G., Rodríguez López, E. F., Camacho Rios, M. T., & Cubillos Castaño, N. M.

(2013). *Desempeño del Sector Textil, Confección 2008 - 2012*. Superintendencia de

Sociedades, Delegatura de Asuntos Económicos y Contables, Bogotá D.C. Recuperado el

15 de Octubre de 2016, de <https://www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe->

Sector-Textil-Oct152013.pdf

Anexos

3

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCI; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Sí No

¿Por qué? NO son de mi gusto, Prefiero Camisetas de un solo color o tono

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (quis) al lado de la opción que conozca

a. Serigrafía
b. Transfer
c. Vinilo textil
d. Sublimación
e. Impresión digital directa
f. Otra ¿Cuál? _____

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

a. Comics
b. Cartoons
c. Bandas de música
d. Dichos/ refranes
e. Otra. ¿Cuál? _____

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Sí No

¿Por qué? Los Extranjeros Pueden aprender más de nuestra Cultura

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Sí No

¿Por qué? Sería orgullo en portar algo Colombiano

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si ___ No ___

¿Cuál? Camarón que se duerme se lo lleva la corriente.

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No ___

¿Por qué? Es gracioso. Por lo tanto me gusta.

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No ___

¿Por qué? Son refranes de mi país, que solo los colombianos por cultura entendemos.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa? \$25.000

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil ___ c. 35mil ___ d. 40mil ___ e. otra,

¿cuánto? _____

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No ___

¿Por qué? Se la daría para otra persona que sepa inglés.

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

NO.

Si No

¿Cual? _____

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- a. Fomentar la cultura
- b. Fomentar el empleo
- c. Fomentar el bilingüismo
- d. Fomenta la expresión personal

Otro. _____

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- d. Universitarios
- e. Extranjeros

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Puede ser interesante especialmente para las personas que conocen el idioma inglés.

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCI; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Si No

¿Por qué? Demuestra lo que me gusta

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (equis) al lado de la opción que conozca

- a. Serigrafía
- b. Transfer
- c. Vinilo textil
- d. Sublimación
- e. Impresión digital directa
- f. Otra ¿Cuál? planchado

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

- a. Comics
- b. Cartoons
- c. Bandas de música
- d. Dichos/ refranes
- e. Otra. ¿Cuál?

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Si No

¿Por qué? _____

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Si No

¿Por qué? Pierde significado

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si No

¿Cuál? _____

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No

¿Por qué? La traducción literal hace que el refrán carezca de significado

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No

¿Por qué? Refleja cultura

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil c. 35mil d. 40mil e. otra,

¿cuánto? _____

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Es un buen detalle :v

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

No

Si ___ No ___

¿Cual? _____

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- a. Fomentar la cultura
- b. Fomentar el empleo
- c. Fomentar el bilingüismo
- d. Fomenta la expresión personal

Otro. *Todas las anteriores*

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- d. Universitarios
- Extranjeros

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si No ___

¿Por qué? *Porque es innovador* _____

Juan Ariza

Daniel Castro.

1

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCI; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?
Sí No
¿Por qué? Porque hacen que el día sea más divertido.

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (equis) al lado de la opción que conozca
a. Serigrafía
b. Transfer
c. Vinilo textil
d. Sublimación
e. Impresión digital directa
f. Otra ¿Cuál? _____

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?
a. Comics
b. Cartoons
c. Bandas de música
d. Dichos/ refranes
e. Otra ¿Cuál? _____

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?
Sí No
¿Por qué? Porque transmite nuestra esencia.

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?
Sí No
¿Por qué? Porque sería interesante que los extranjeros pudieran comprender parte de nuestra cultura.

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si No

¿Cuál? Al buen entendido pocas palabras

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No

¿Por qué? No es mi estilo

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No

¿Por qué?

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil c. 35mil d. 40mil e. otra,

¿cuánto? _____

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Para que la persona se pueda sentir parte de nuestra cultura y herencia

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

No

Si ___ No X

¿Cual? _____

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- a. Fomentar la cultura
- b. Fomentar el empleo
- c. Fomentar el bilingüismo
- d. Fomenta la expresión personal

Otro. _____

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- d. Universitarios
- e. Extranjeros

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si X No ___

¿Por qué? Porque muchos se interesarían en la idea de portar algo que nos represente frente a otras culturas.

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCI; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Si No

¿Por qué? Solo grupo musicales

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (equis) al lado de la opción que conozca

- a. Serigrafía
- b. Transfer
- c. Vinilo textil
- d. Sublimación
- e. Impresión digital directa
- f. Otra ¿Cuál?

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

- a. Comics
- b. Cartoons
- c. Bandas de música
- d. Dichos/ refranes
- e. Otra ¿Cuál?

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Si No

¿Por qué? Ayuda a formar cultura y mas conciencia

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Si No

¿Por qué? Porque es Latin America, NO otro idioma

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?
- Si ___ No ___
- ¿Cuál? _____
7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?
- Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?
- Si No ___
- ¿Por qué? _____
8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?
- Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"
- Si ___ No
- ¿Por qué? *Es propio el idioma*
9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?
- La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.
- a. 25mil ___ b. 30mil c. 35mil d. 40mil ___ e. otra.
- ¿cuánto? _____
10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?
- Si No ___
- ¿Por qué? *familiar*
11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?
- Si ___ No

¿Cual? _____

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- a. Fomentar la cultura ✓
- b. Fomentar el empleo ✓
- c. Fomentar el bilingüismo
- d. Fomenta la expresión personal

Otro.

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños ✓
- b. Adolescentes ✓
- c. Adultos ✓
- d. Universitarios ✓
- e. Extranjeros ✓

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si ___ No ___

¿Por qué?

_____ puede ser _____

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCI, del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Si No

¿Por qué? Los diseños son atractivos en una prenda como estas y definen una parte de la personalidad

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (equis) al lado de la opción que conozca

- a. Serigrafía
- b. Transfer
- c. Vinilo textil
- d. Sublimación
- e. Impresión digital directa
- f. Otra ¿Cuál?

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

- a. Comics
- b. Cartoons
- c. Bandas de música
- d. Dichos/ refranes
- e. Otra. ¿Cuál?

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Si No

¿Por qué? Nuestra diversidad cultural es única y diferente

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Si No

¿Por qué? Es algo atractivo para despertar la curiosidad de otras culturas.

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si No

¿Cuál? A caballo regalado no se le mira el diente.

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No

¿Por qué? Se ve atractivo, curioso y chistoso.

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No

¿Por qué? Innovación y atractivo.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil c. 35mil d. 40mil e. otra,

¿cuánto? _____

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Es algo diferente y despierta curiosidad

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

Si No

¿Cual? _____

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- a. Fomentar la cultura
- b. Fomentar el empleo
- c. Fomentar el bilingüismo
- d. Fomenta la expresión personal

Otro, _____

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- d. Universitarios
- e. Extranjeros

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Para un nicho de población. Mucha atención y un producto de calidad.

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCI; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la visibilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Si No

¿Por qué? Por que me gustan en estilo específico.

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (equis) al lado de la opción que conozca

- a. Serigrafía
- b. Transfer
- c. Vinilo textil
- d. Sublimación
- e. Impresión digital directa
- f. Otra ¿Cuál?

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

- a. Comics
- b. Cartoons
- c. Bandas de música
- d. Dichos/ refranes
- e. Otra. ¿Cuál?

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Si No

¿Por qué? Por que es algo tipo Colombiano.

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Si No

¿Por qué? Por que me define como Colombiano.

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si No

¿Cuál? Quand'et'réo s'ena, Pradeas lleva.

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No

¿Por qué? Sepo' llamado.

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No

¿Por qué? Es original!

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil c. 35mil d. 40mil e. otra,

¿cuánto? _____

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Me gustaría algún que quedara como recuerdo.

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

Si No

¿Cual? T-shirt express

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- a. Fomentar la cultura
- b. Fomentar el empleo
- c. Fomentar el bilingüismo
- d. Fomenta la expresión personal

Otro.

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- d. Universitarios
- e. Extranjeros

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si No

¿Por qué?

Porque las cosas típicas dan buenos resultados

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCI; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Si No

¿Por qué? Por que se pueden personalizar.

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (equis) al lado de la opción que conozca

- a. Serigrafía
- b. Transfer
- c. Vinilo textil
- d. Sublimación
- e. Impresión digital directa
- f. Otra ¿Cuál?

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

- a. Comics
- b. Cartoons
- c. Bandas de música
- d. Dichos/ refranes
- e. Otra. ¿Cuál?

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Si No

¿Por qué? Porque son algo típico q' no en todos los países se encuentra.

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Si No

¿Por qué? Sería divertido

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si No

¿Cuál? ¿Pis vale pajar en mano q' soo volando

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No

¿Por qué? Porq' sería algo chistoso y muy colombiano.

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No

¿Por qué? Xq' es llawativo.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil c. 35mil d. 40mil e. otra,

¿cuánto? _____

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Sería original.

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

Si No

¿Cual? _____

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- Fomentar la cultura
- Fomentar el empleo
- Fomentar el bilingüismo
- Fomenta la expresión personal

Otro.

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- Universitarios
- e. Extranjeros

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Es innovador.

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCI; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Si No

¿Por qué? le da estilo y diseño a la prenda y define muchas veces personalidad y gusto

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (equis) al lado de la opción que conozca

- a. Serigrafía
- b. Transfer
- c. Vinilo textil
- d. Sublimación
- e. Impresión digital directa
- f. Otra ¿Cuál?

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

- a. Comics
- b. Cartoons
- c. Bandas de música
- d. Dichos/ refranes
- e. Otra, ¿Cuál?

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Si No

¿Por qué? porq' muchos de los refranes son muy originales-propios y por no decir autenticos q' definen la cultura colombiana

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma? Colombian

Si No

¿Por qué? Si es un refran tiene significados diferentes y personalmente no lo prefiero así ya que para ti puede ser una cosa, pero para otras personas otra.

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si No

¿Cuál? mas vale un pajara en mano q' 100 volando.

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No

¿Por qué? sería una traducción muy mala... personalmente es decir no se entendena igual o la q' realmente se refiere.

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No

¿Por qué? el refran se entiende en ingles y pues da su significado mas claro.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil c. 35mil d. 40mil e. otra.

¿cuánto? dependiendo la calidad, lo pagaria.

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? si tiene un buen diseño lo haria.

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

Si No

¿Cual? _____

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- a. Fomentar la cultura
- b. Fomentar el empleo
- c. Fomentar el bilingüismo
- d. Fomenta la expresión personal

Otro, _____

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- d. Universitarios
- e. Extranjeros

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? amplia Cultura- y conocimientos en el Idioma,
Ingles.

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCI; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Si No

¿Por qué? Son llamativas

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (equis) al lado de la opción que conozca

a. Serigrafía
b. Transfer
c. Vinilo textil
d. Sublimación
e. Impresión digital directa
f. Otra ¿Cuál?

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

a. Comics
b. Cartoons
c. Bandas de música
d. Dichos/ refranes
e. Otm. ¿Cuál?

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Si No

¿Por qué? porque es algo típico

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Si No

¿Por qué? seria Original

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si No

¿Cuál? Al mal tiempo, buena cara

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No

¿Por qué? Es chetoso

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No

¿Por qué?

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil c. 35mil d. 40mil e. otra,

¿cuánto? _____

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? _____

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

Si No

¿Cual? _____

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- a. Fomentar la cultura
- b. Fomentar el empleo
- c. Fomentar el bilingüismo
- d. Fomenta la expresión personal

Otro.

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- d. Universitarios
- e. Extranjeros

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Son una prenda de vestir, que expresan nuestra personalidad

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCI; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Si No

¿Por qué? Por que Pueden tener diseño exclusivo

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (equis) al lado de la opción que conozca

- a. Serigrafía
- b. Transfer
- c. Vinilo textil
- d. Sublimación
- e. Impresión digital directa
- f. Otra ¿Cuál?

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

- a. Comics
- b. Cartoons
- c. Bandas de música
- d. Dichos/ refranes
- e. Otra, ¿Cuál?

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Si No

¿Por qué? Porque son cosas propias de nuestra cultura

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Si No

¿Por qué? Como medio de difusión de nuestra cultura

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si No

¿Cuál? _____

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No

¿Por qué? sería algo distinto

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No

¿Por qué? por enseñar algo nuevos (cultural)

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil c. 35mil d. 40mil e. otra,

¿cuánto? _____

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? podría ser algo original

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

Si No

¿Cual? Estampados Bogotá

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- a. Fomentar la cultura
- b. Fomentar el empleo
- c. Fomentar el bilingüismo
- d. Fomenta la expresión personal

Otro.

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- d. Universitarios
- e. Extranjeros

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Por que es algo novedoso.

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCI; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Si No

¿Por qué? porque hace más llamativa la camiseta y no las hace ver tan simples

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (equis) al lado de la opción que conozca

- a. Serigrafía
- b. Transfer
- c. Vinilo textil
- d. Sublimación
- e. Impresión digital directa
- f. Otra ¿Cuál?

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

- a. Comics
- b. Cartoons
- c. Bandas de música
- d. Dichos/ refranes
- e. Otra. ¿Cuál?

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Si No

¿Por qué? porque demuestra la forma de vida y el lexico de los colombianos

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Si No

¿Por qué? Se perdería el sentido y la esencia

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si No

¿Cuál? Cuando el rio suena piedras lleva

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No

¿Por qué? Se perdería el sentido y no suena agradable

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No

¿Por qué? No se

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil c. 35mil d. 40mil e. otra,

¿cuánto? _____

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? ES mejor regalar algo que ya conoce la persona, los refranes en Español.

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

Si No

¿Cual? _____

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- a. Fomentar la cultura
- b. Fomentar el empleo
- c. Fomentar el bilingüismo
- d. Fomenta la expresión personal

Otro.

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- d. Universitarios
- e. Extranjeros

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? No me llamaría la atención, no es
- atractivo.

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCE; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Si No

¿Por qué? son llamativas

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (equis) al lado de la opción que conozca

- a. Serigrafía
- b. Transfer
- c. Vinilo textil
- d. Sublimación
- e. Impresión digital directa
- f. Otra ¿Cuál?

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

- a. Comics
- b. Cartoons
- c. Bandas de música
- d. Dichos/ refranes
- e. Otra. ¿Cuál?

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Si No

¿Por qué? los dichos son una muestra de nuestra cultura

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Si No

¿Por qué? sería interesante

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si No

¿Cuál? buen a la rata

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No

¿Por qué? en ese caso sería un insulto al pollo

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No

¿Por qué? es la forma de ver contrastes entre culturas

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil c. 35mil d. 40mil e. otra,

¿cuánto? _____

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Expandir la cultura

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

Si No

¿Cual?

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- a. Fomentar la cultura
- b. Fomentar el empleo
- c. Fomentar el bilingüismo
- d. Fomenta la expresión personal

Otro.

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- d. Universitarios
- e. Extranjeros

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si No

¿Por qué?

es un negocio no explorado aún

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCE; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Si No

¿Por qué? Muchos logos de las camisetas estampadas son muy llamativas, especialmente si refleja algo que nos gusta.

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (equis) al lado de la opción que conozca

- a. Serigrafía
- b. Transfer
- c. Vinilo textil
- d. Sublimación
- e. Impresión digital directa
- f. Otra ¿Cuál?

Vingura.

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

- a. Comics
- b. Cartoons
- c. Bandas de música
- d. Dichos/ refranes
- e. Otra. ¿Cuál?

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Si No

¿Por qué? Si el diseño es llamativo y el logo es cómico será muy fácil difundir los refranes no solo de Colombia sino de otros países.

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Si No

¿Por qué? Es algo que refleja mi cultura, por tal razón me gustaría difundir el refrán.

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si No

¿Cuál? Donde hubo fuego, cenizas quedan.

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No

¿Por qué? Es una manera graciosa de mostrar la cultura colombiana.

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No

¿Por qué? No tendría la misma esencia de comedia.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil c. 35mil d. 40mil e. otra,

¿cuánto? _____

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Es un producto llamativo para regalárselo a un amigo que sepa inglés.

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

Si ___ No

¿Cuál? _____

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- a. Fomentar la cultura
- b. Fomentar el empleo
- c. Fomentar el bilingüismo
- d. Fomenta la expresión personal

Otro.

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- d. Universitarios
- e. Extranjeros

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si No ___

¿Por qué? Es un producto que nunca antes he visto, por tal motivo al ser innovador lo compraría.

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCT; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Sí No

¿Por qué? Permiten expresarse sin hablar

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (equis) al lado de la opción que conozca

- a. Serigrafía
- b. Transfer
- c. Vinilo textil
- d. Sublimación
- e. Impresión digital directa
- f. Otra ¿Cuál?

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

- a. Comics
- b. Cartoons
- c. Bandas de música
- d. Dichos/ refranes
- e. Otra. ¿Cuál?

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Sí No

¿Por qué? Ya que se conoce más lo que se vive a diario

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Sí No

¿Por qué? Probablemente por la satisfacción de saber otro idioma

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si No

¿Cuál? Perros que ladra no muerde

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No

¿Por qué? tendrá sentido en español, pero quizás en otro idioma
Yo cultura no lo tendré.

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No

¿Por qué? se puede aprender los refranes utilizados en las
diferentes culturas.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil c. 35mil d. 40mil e. otra,

¿cuánto? _____

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Porque el regalo estaría más personalizado

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

Si ___ No

¿Cual? _____

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- Fomentar la cultura
- Fomentar el empleo
- Fomentar el bilingüismo
- Fomenta la expresión personal

Otro.

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños
- Adolescentes
- c. Adultos
- Universitarios
- Extranjeros

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si No ___

¿Por qué? Es innovadora _____

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCT; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Si No

¿Por qué? Las uso diariamente ya que representan la música y la cultura que me encanta.

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (equis) al lado de la opción que conozca

- a. Serigrafía
- b. Transfer
- c. Vinilo textil
- d. Sublimación
- e. Impresión digital directa
- f. Otra ¿Cuál?

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

- a. Comics
- b. Cartoons
- c. Bandas de música
- d. Dichos/ refranes
- e. Otra. ¿Cuál? Cultura Colombiana

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Si No

¿Por qué? Porque son dichos populares en los que podemos sentirnos identificados.

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Si No

¿Por qué? Interesante, pero dar a conocerlos por medio de mi persona.

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si No

¿Cuál? A caballo regalado no se le mira el diente

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No

¿Por qué? Puede que ayude al aprendizaje de palabras en inglés
may no gramaticalmente justo.

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No

¿Por qué? Aparta o la cultura

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil c. 35mil d. 40mil e. otra,

¿cuánto? _____

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Es un regalo bastante peculiar

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

Si ___ No

¿Cual? _____

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- a. Fomentar la cultura
- b. Fomentar el empleo
- c. Fomentar el bilingüismo
- d. Fomenta la expresión personal

Otro. _____

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- d. Universitarios
- e. Extranjeros
- f. TODOS

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si No ___

¿Por qué? La cultura colombiana, específicamente en Bogotá por
entendemos mucho por el uso de palabras en inglés.

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCI; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Si No

¿Por qué? expresión

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (equis) al lado de la opción que conozca

- a. Serigrafía
- b. Transfer
- c. Vinilo textil
- d. Sublimación
- e. Impresión digital directa
- f. Otra ¿Cuál?

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

- a. Comics
- b. Cartoons
- c. Bandas de música
- d. Dichos/ refranes
- e. Otra. ¿Cuál?

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Si No

¿Por qué? representan cultura

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Si No

¿Por qué? seria llevar a Colombia

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si No

¿Cuál? Al que madruga Dios lo ayuda

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No

¿Por qué? Sería original

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No

¿Por qué? representa mi patria

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil c. 35mil d. 40mil e. otra,

¿cuánto?

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Sería un regalo bonito

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

Si No

¿Cuál? _____

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- a. Fomentar la cultura
- b. Fomentar el empleo
- c. Fomentar el bilingüismo
- d. Fomenta la expresión personal

Otro.

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- d. Universitarios
- e. Extranjeros

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? No sería un negocio viable

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCI; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Si No

¿Por qué? Son distintas a Todas las Camisetas que venden

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (quis) al lado de la opción que conozca

- a. Serigrafía
- b. Transfer
- c. Vinilo textil
- d. Sublimación
- e. Impresión digital directa
- f. Otra ¿Cuál?

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

- a. Comics
- b. Cartoons
- c. Bandas de música
- d. Dichos/ refranes
- e. Otra. ¿Cuál?

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Si No

¿Por qué? Es agradable ver un pedazo de Nuestra cultura en algo que siempre usamos

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Si No

¿Por qué? Es algo innovador

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si No

¿Cuál? _____

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No

¿Por qué? es algo diferente para mí y es divertido

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No

¿Por qué? Me gusta que la gente conozca acerca de nuestra cultura

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil c. 35mil d. 40mil e. otra,

¿cuánto? _____

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? _____

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

Si

Sí No

¿Cual? TU Marca .Com

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- a. Fomentar la cultura
- b. Fomentar el empleo
- c. Fomentar el bilingüismo
- d. Fomenta la expresión personal

Otro.

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- d. Universitarios
- e. Extranjeros

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Sí No

¿Por qué? Trabaja en una Empresa de Estampados y es muy viable trabajar en esto se gana una mucha plata

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCT; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Si No

¿Por qué? Porque hay muchos estilos muy lindos y además tienen estampados según lo que a uno le gusta.

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (equis) al lado de la opción que conozca

- a. Serigrafía
- b. Transfer
- c. Vinilo textil
- d. Sublimación
- e. Impresión digital directa
- f. Otra ¿Cuál?

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

- a. Comics
- b. Cartoons
- c. Bandas de música
- d. Dichos/ refranes
- e. Otra. ¿Cuál?

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Si No

¿Por qué? Porque a través de ellos muchas personas identifican de dónde son

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Si No

¿Por qué? Porque aprende la cultura, los dichos de otro país.

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si No

¿Cuál? _____

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No

¿Por qué? Porque es gracioso y ordenó libertad

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No

¿Por qué? Porque es llamativo y se aprende del refran en ingles y español

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa? \$ 55.000.

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil c. 35mil d. 40mil otra,

¿cuánto? \$ 55.000

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Porque se vende muy barato y muchas personas no saben ingles entonces no lo entenderian.

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

Si No

¿Cual? _____

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- a. Fomentar la cultura
- b. Fomentar el empleo
- c. Fomentar el bilingüismo
- d. Fomenta la expresión personal

Otro.

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- d. Universitarios
- e. Extranjeros

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si No

¿Por qué?

Porque así aportaría a fomentar más cultura dentro y fuera del país.

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCI; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Si No

¿Por qué? Dependiendo el estampado

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (equis) al lado de la opción que conozca

- a. Serigrafía
- b. Transfer
- c. Vinilo textil
- d. Sublimación
- e. Impresión digital directa
- f. Otra ¿Cuál?

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

- a. Comics
- b. Cartoons
- c. Bandas de música
- d. Dichos/ refranes
- e. Otra, ¿Cuál?

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Si No

¿Por qué? Considero la Cultura Hermana de la tradición.

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Si No

¿Por qué? No tendría el mismo significado

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si No

¿Cuál? A caballo regalado no se le mira el diente

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No

¿Por qué? No tendría el mismo significado para los Colombianos.

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No

¿Por qué? Por la misma razón a la anterior pregunta.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil c. 35mil d. 40mil e. otra,

¿cuánto? _____

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Respuesta # 7

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

Si No

¿Cual? Adverse Publicidad

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- a. Fomentar la cultura
- b. Fomentar el empleo
- c. Fomentar el bilingüismo
- d. Fomenta la expresión personal

Otro.

13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- d. Universitarios
- e. Extranjeros

14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Si la población son universitarios con conocimientos en español

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días, somos estudiantes de la universidad ECCI; del programa de lenguas modernas. Realizamos esta encuesta, con el fin de determinar la viabilidad de crear una empresa de estampados en camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Le gustan las camisetas estampadas?

Si No

¿Por qué? Son lindas.

2. ¿Conoce alguna técnica de estampado? Marque con una X (equis) al lado de la opción que conozca

- a. Serigrafía
- b. Transfer
- c. Vinilo textil
- d. Sublimación
- e. Impresión digital directa
- f. Otra ¿Cuál?

3. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría usar en una camiseta?

- a. Comics
- b. Cartoons
- c. Bandas de música
- d. Dichos/ refranes
- e. Otra. ¿Cuál? Frases

4. ¿Considera usted que los refranes es una forma de dar a conocer la cultura colombiana?

Si No

¿Por qué? Son frases comunes aquí y se podrían expandir a nivel mundial.

5. ¿Utilizaría usted una camiseta que contenga un refrán colombiano en otro idioma?

Si No

¿Por qué? Porque es única.

6. ¿Conoce usted algún refrán típico colombiano?

Si No

¿Cuál? Aunque el mono se vista de seda, mono se queda

7. ¿Le gustaría portar una camiseta con un refrán colombiano traducido de manera literal al idioma inglés?

Ejemplo: who order chicken? ¿Quién pidió pollo?

Si No

¿Por qué? Es único

8. ¿Le gustaría portar una camiseta con algún refrán en inglés que es equivalente a los que se usan en Colombia?

Ejemplo: The early bird catches the worm, "Al que madruga dios le ayuda"

Si No

¿Por qué? Es único

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta de algodón estampada en impresión digital directa?

La impresión digital directa de camisetas se realiza a través de una impresora de alta definición sobre la prenda, es la evolución de una técnica clásica llamada serigrafía, no hay límites en los colores sobre los cuales se puede estampar, realiza degradados y sombras con una calidad increíble y con un resultado aún menos perceptible al tacto.

a. 25mil b. 30mil c. 35mil d. 40mil otra,

¿cuánto? 20 mil

10. ¿Regalaría usted una camiseta estampada con un refrán colombiano traducido al idioma inglés?

Si No

¿Por qué? Porque es un regalo poco común

11. ¿Conoce usted empresas de estampados que ofrezcan este tipo de producto?

Si ___ No X

¿Cual? _____

12. ¿Considera usted que al crear una empresa de estampados dirigido a este tipo de producto aportaría a?

- X a. Fomentar la cultura
- b. Fomentar el empleo
- c. Fomentar el bilingüismo
- d. Fomenta la expresión personal

Otro. _____

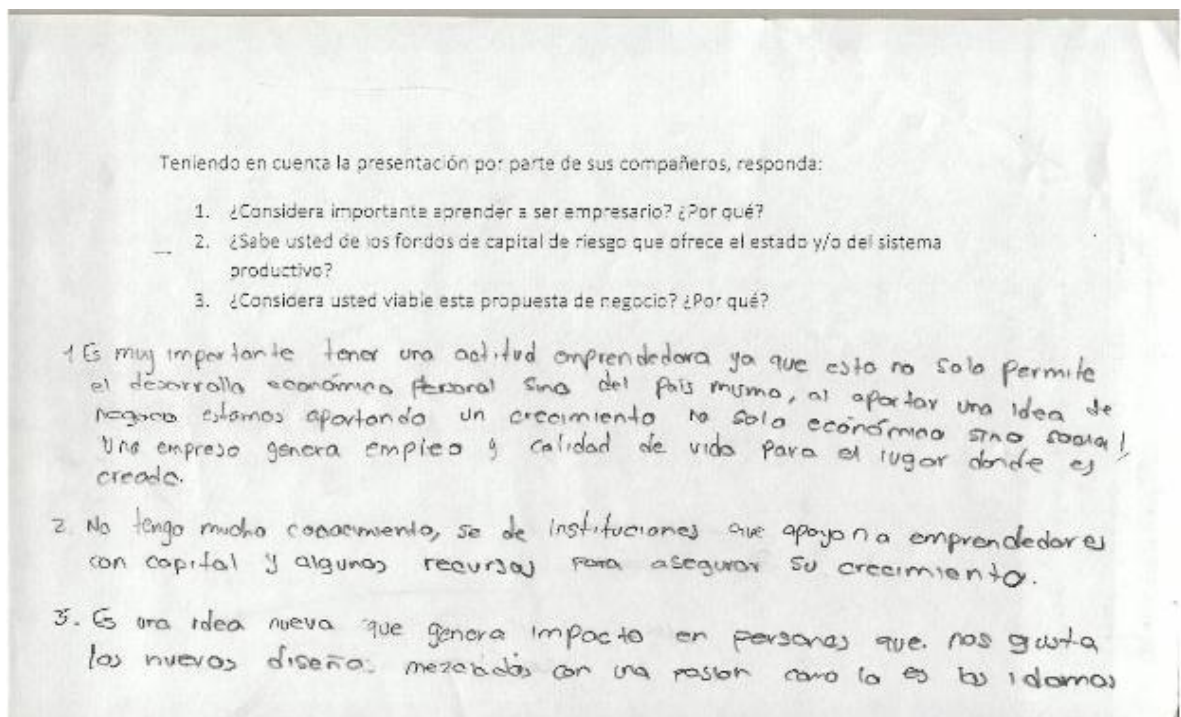
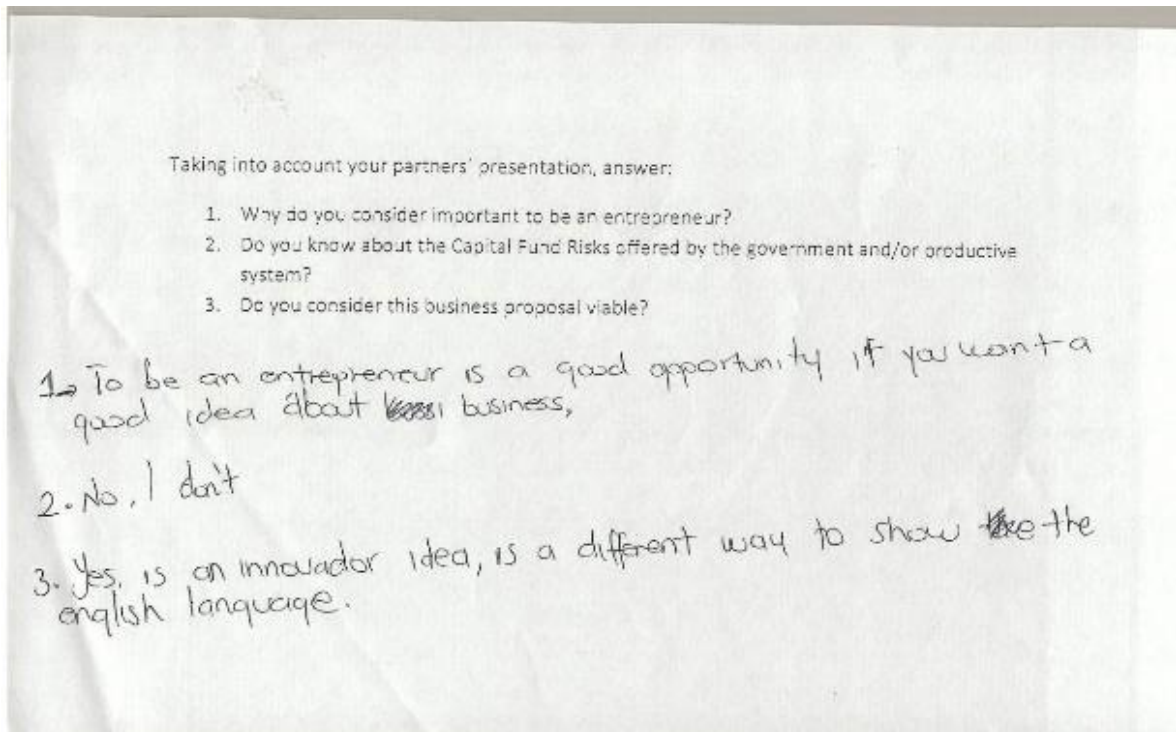
13. ¿A qué tipo de población considera usted que puede ir dirigido este producto?

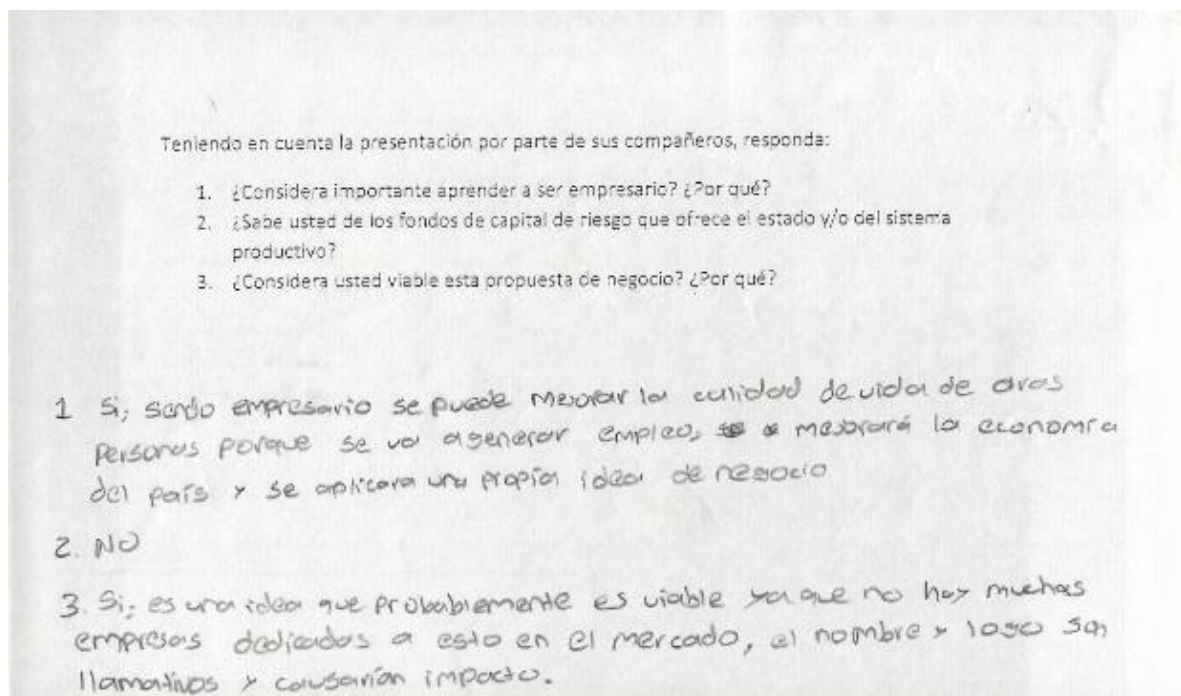
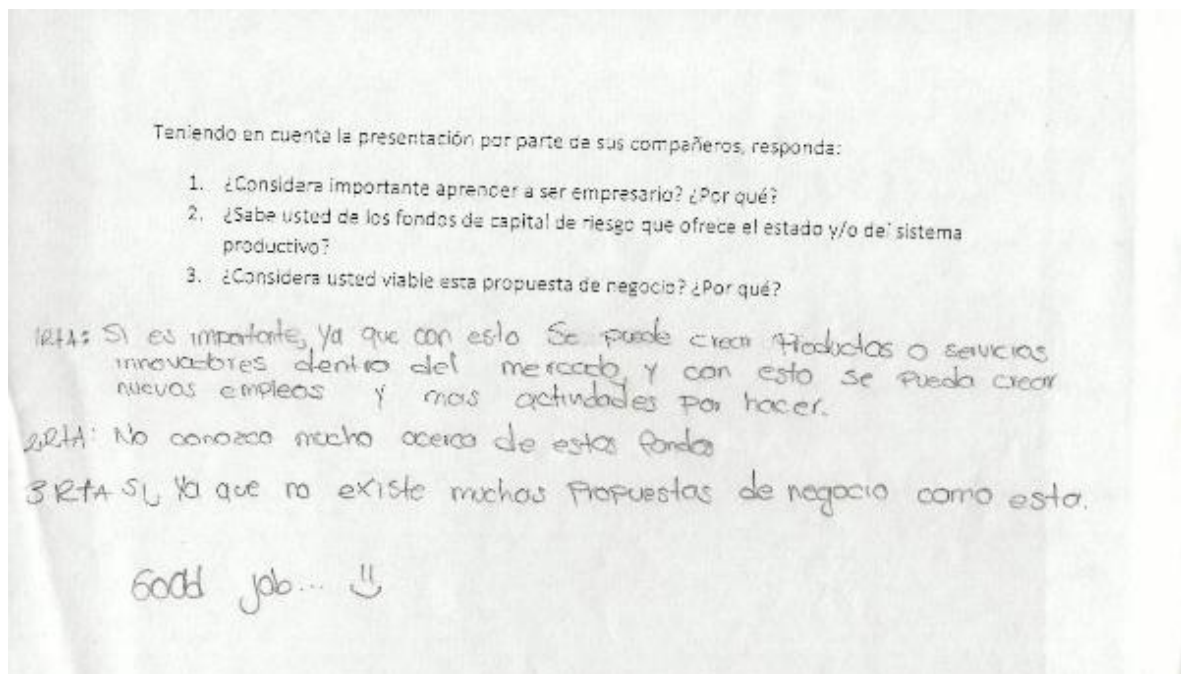
- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- d. Universitarios
- X e. Extranjeros

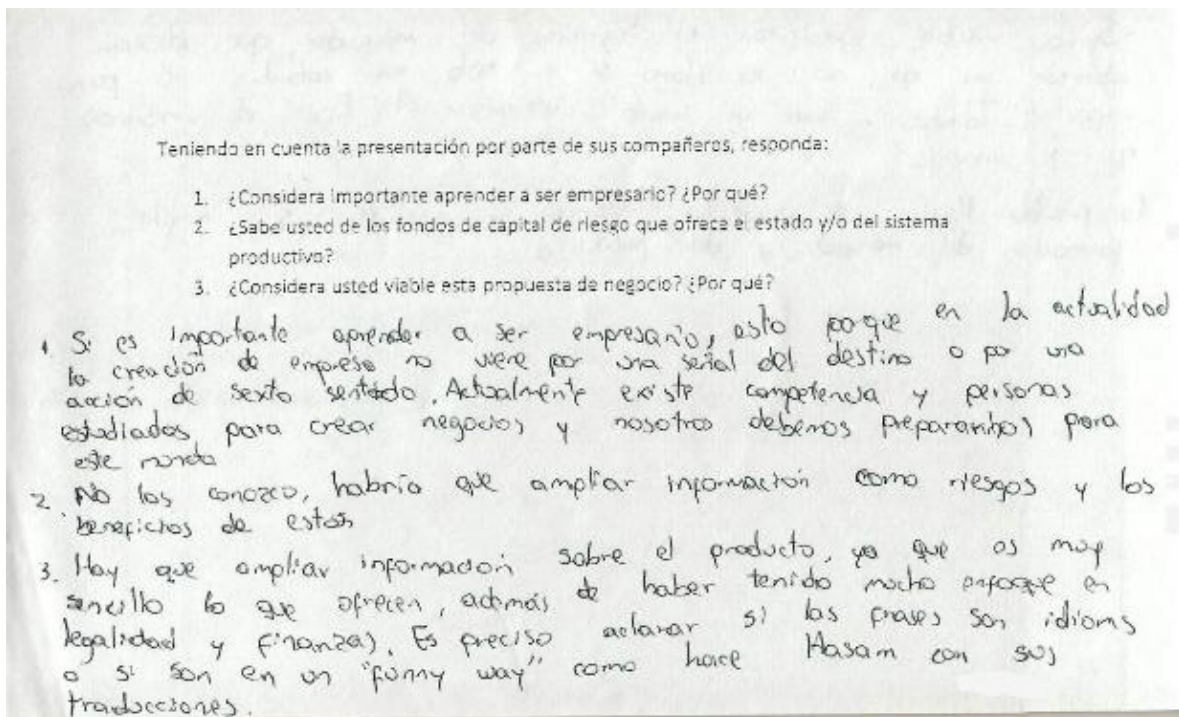
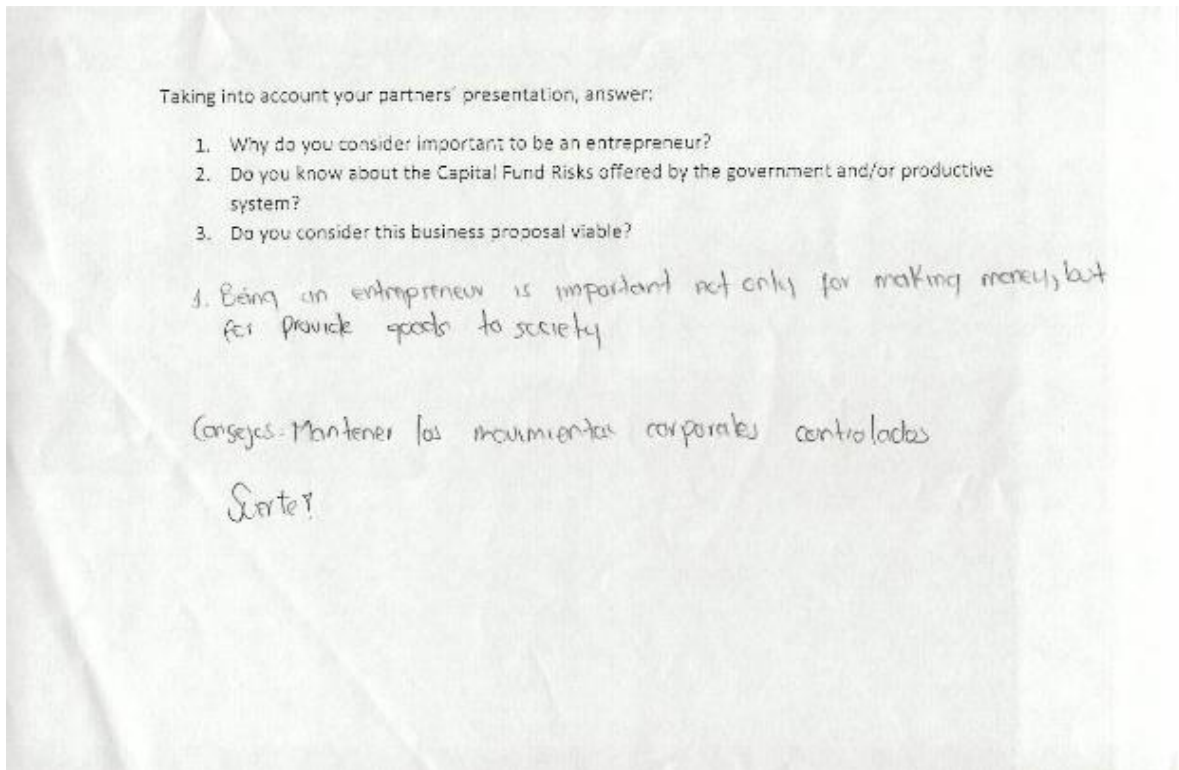
14. ¿Considera usted viable la idea de negocio de estampado de camisetas con refranes colombianos traducidos al idioma inglés?

Si X No ___

¿Por qué? Porque es una idea unica e innovadora.







Taking into account your partners' presentation, answer:

1. Why do you consider important to be an entrepreneur?
2. Do you know about the Capital Fund Risks offered by the government and/or productive system?
3. Do you consider this business proposal viable?

1. Because is the better way to be successful. A good entrepreneur is able to generated employment and improve the economic situation of a country. Taking into account that nowadays find a job is difficult, be an entrepreneur is an excellent option

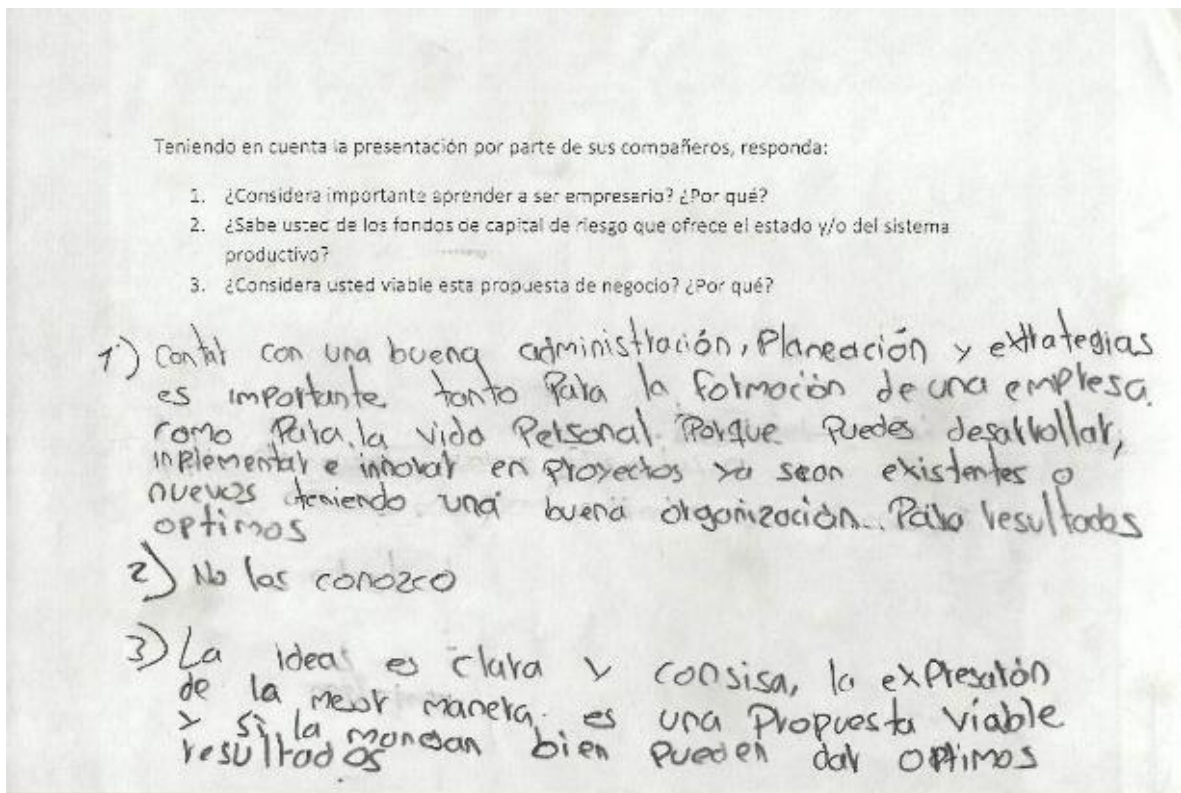
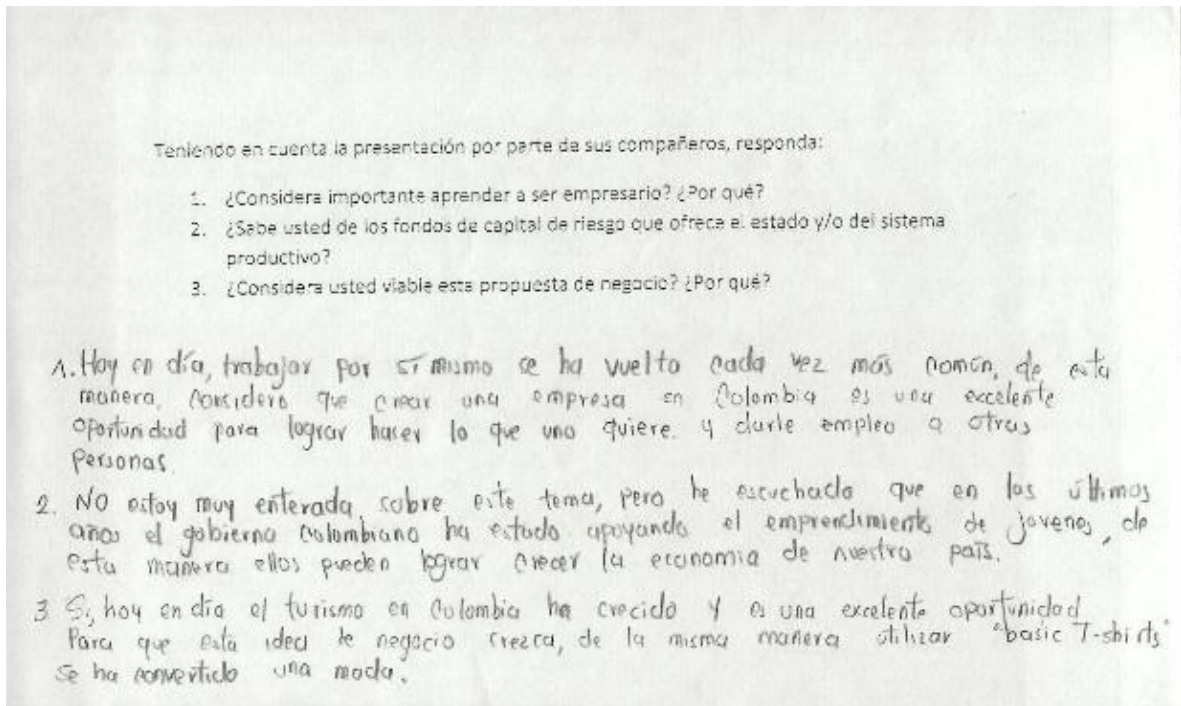
2. I don't have the knowledge with respect to this concept, but I consider that it is related to a help giving by the government to the new business

3. I consider that the business proposal is viable because is an innovated idea that reinforce the culture of the country in a funny way

Taking into account your partners' presentation, answer:

1. Why do you consider important to be an entrepreneur?
2. Do you know about the Capital Fund Risks offered by the government and/or productive system? - NO
3. Do you consider this business proposal viable?

Because is the opportunity to develop the knowledge learned in the University and also the way form to grow professionally
yes, because I consider that they created a good benchmarking and strategic plans in order to have success in the market



Teniendo en cuenta la presentación por parte de sus compañeros, responda:

1. ¿Considera importante aprender a ser empresario? ¿Por qué?
2. ¿Sabe usted de los fondos de capital de riesgo que ofrece el estado y/o del sistema productivo?
3. ¿Considera usted viable esta propuesta de negocio? ¿Por qué?

→ Claro que sí, ya que especialmente necesitamos saber cómo se manejan algunas cosas dentro de una organización que nosotros especialmente no estamos empalmados. Así mismo para poder que la empresa pueda crecer y tener mejores ingresos.

→ No conozco ningún Fondo de Capital de riesgo.

→ Sí, me parece que tienen la idea muy establecida y el posicionamiento. Sin embargo creo que la información para la audiencia debe ser más clara. ☺

Taking into account your partners' presentation, answer:

1. Why do you consider important to be an entrepreneur?
2. Do you know about the Capital Fund Risks offered by the government and/or productive system?
3. Do you consider this business proposal viable?

1) I think you can develop amazing skills by being an entrepreneur.

2) No, don't.

3) Yes, Absolutely! it's a great idea of business.