Fundación universitaria del área andina

Centro de investigación y desarrollo.

Cuellos y puños necesarios para la camisería masculina formal

Reina, J., Serge, V. (2015). *

*Autores candidatos a pregrado de Diseño de Modas de la Fundación Universitaria del Área Andina

Resumen

Con los datos obtenidos a lo largo de la investigación se realizó un análisis descriptivo, y de frecuencias. Se realiza por otro lado un análisis correlacional entre ellas variables del cuestionario de camisería masculina formal y las variables socio-demográficas, gracias a esto se entendieron las diferentes necesidades que tienen los posibles clientes, también los tipos de sistemas de cierre viables para la elaboración de camisas formales con cuellos y puños intercambiables y los materiales textiles adecuados para así lograr un producto de buena calidad y aceptación. Se empleo el método de recolección de datos de auto-reporte a posibles clientes potenciales y se realizaron visitas a las marcas pioneras situadas en Bogotá de camisería masculina formal.

Palabras claves: Cuellos, Puños, Intercambio, funcionalidad, comodidad.

Introducción: La investigación contiene procesos de búsqueda sobre tipos de cuellos y puños que ayuden a innovar la vestimenta del hombre empresario bogotano también que supla necesidades tales como, funcionalidad, comodidad y limpieza de nuestros posibles clientes, se indago en el mercado para saber qué tipos de sistemas de cierre son viables a la hora de combinarlos con los materiales textiles adecuados para el tipo de producto analizado, Camisería Masculina Formal. Se realizaron encuestas a

clientes reales llegando así a resultados favorables para suplir la necesidad y favorecer el desempeño laboral.

Método: Las variables a tener en cuenta en este estudio son las siguientes: 1) Dependientes: La Camisa masculina; y 2) Independientes: Puños, Cuellos, Material textil y Sistemas de cierre.

Para el desarrollo de esta investigación, se utilizó un cuestionario de auto-reporte que indagaba sobre las variables de estudio y las necesidades encontradas en el marco teórico, compuesta por las siguientes escalas:

Cuestionario de información demográfica y laboral. Se utilizó para la recolección de datos de tipo socio-demográfico y laboral, en el cual se recopila información relacionada con el participante: edad, estrato socioeconómico, formación académica, situación laboral, estado civil e ingresos mensuales

Cuestionario sobre camisería masculina formal. Este está compuesto por 14 preguntas, con opciones de respuesta múltiple y/o respuesta abierta. Con este se buscó encontrar información acerca de la frecuencia, preferencias, materiales, costos, entre otros, que los participantes tienen acerca del uso de la camisa masculina formal. También se indaga por el interés del sujeto por adquirir un nuevo servicio en camisería masculina formal.

Resultados:

Análisis correlacional

Se realizo un análisis de correlación para 17 variables, se encontraron los siguientes resultados:

A continuación se señalan las correlaciones positivas encontradas en el análisis, es decir las que muestran una asociación significativa positiva entre dos variables: Pago promedio – Ámbito; Vida útil –

Frecuencia de compra; Diseño – Funcionalidad; Durabilidad – Funcionalidad; Durabilidad – Diseño; Exclusividad – Funcionalidad; Exclusividad – Diseño; Exclusividad – Durabilidad; Disposición de pago – Pago promedio; Disposición de pago – Interés marca; Edad – Disposición de pago; Estrato – Pago Promedio; Nivel Educativo – Exclusividad; Nivel educativo – Estrato; Ingreso neto – Pago Promedio; Ingreso neto – Estrato; Ingreso neto – Nivel educativo.

En cuanto a las correlaciones negativas encontradas, dicho de otra manera, aquellas que presentan una asociación significativa negativa, o aquellas que cuando una variable crece, el valor de la otra variable decrece: Pago promedio – Cambio de camisa; Funcionalidad – Interés marca; Diseño – Interés marca; Diseño – Materiales; Durabilidad – Materiales; Durabilidad – Interés marca; Exclusividad – Materiales; Exclusividad – Interés marca; Disposición de pago – Funcionalidad; Disposición de pago – Diseño; Disposición de pago – Durabilidad; Disposición de pago – Exclusividad; Ocupación – Edad; Ocupación – Nivel educativo.

Análisis descriptivo

La muestra estuvo compuesta por 100 hombres empresarios de la ciudad de Bogotá. La variable género no se tuvo en cuenta, dado los objetivos del estudio. La muestra tiene una edad promedio de 40,7 años, con una desviación típica aproximada de 6,6 años. El rango de esta variable va desde los 30 años, hasta los 67 años.

Los resultados arrojados nos mostraron que el 45% es de estrato 3, el 44% es de estrato 4 y que el 10% es de estrato 5.

La variable nivel educativo dio resultados favorables en cuanto a la educación de la muestra ya que todas son de nivel superior. El 25% tiene pregrado, el 23% Maestría, el 22% Especialización, el 15% Posgrado; y otro 15% Técnico, y Tecnólogo

Los resultados de la ocupación laboral de la arrojo que el 49% son Ingenieros, el 12% son Docentes, el 9% son Técnico, el 7% en Mercadeo, 5% son Administradores públicos, este grupo equivale al 89%, el 11% equivale a abogados, editores, analistas, coordinadores de seguridad, pensionados y documentalistas.

Acerca del ingreso económico mensual de la muestra los resultados mostraron que el 26% gana 5 salarios mínimos vigentes, el 19% gana 4 salarios mínimos vigentes, el 11% gana 6 salarios mínimos, el 17% gana 3 salarios mínimos vigentes equivalentes al 73% y el 27% restante gana entre 2 y 7 a 12 salarios mínimos vigentes

Los almacenes de camisería masculina formal que más frecuenta la muestra es Arturo Calle reportando 62%, seguida de Camisería Europea con 25%

Los resultados acerca de las prioridades muestran que el 33% de los encuestados busca en las camisas masculinas formales que compra Diseño, siendo la mayoría reportada, un 31% busca Comodidad y un 23% Calidad

Acerca de materiales textiles la muestra reportó que el 53% siendo la mayoría prefiere adquirir camisas en Algodón y que el 41% Mezcla Poliéster-Algodón.

Los resultados acerca de cuantas veces cambian de camisa masculina formal al día, el 49% de ellos lo hace una vez al día, 21% dos veces al día y un 30% ninguna vez.

Acerca del conocimiento de marcas que produzca camisas masculinas formales con cuellos y puños intercambiables un 100% respondió no, un resultado favorable en cuanto a competencia e innovación

En cuanto al interés de la marca como producto de innovación y funcionalidad el 83% de los empresarios bogotanos resulto estar interesado en adquirirlo, mientras que el 17% no le interesa y no aplica para los resultados necesarios en la investigación.

Acerca de los resultados de interés al ingresar el producto de camisas masculinas formales los resultados arrojaron que el 48% es la mayor probable que lo adquiera por Funcionalidad, el 25% sería muy probable, el 8% un poco probable y el 2% resulto estar menos interesado con menos probabilidad. El 17% restante es el resultado de la muestra que no está interesada en adquirir el producto, así que no aplica para los resultados que estamos analizando.

Acerca de los resultados de interés al ingresar el producto de camisas masculinas formales los resultados arrojaron que el 56% es la mayor probable que lo adquiera por Diseño, el 23% sería muy probable, el 4% un poco probable. El 17% restante es el resultado de la muestra que no está interesada en adquirir el producto, así que no aplica para los resultados que estamos analizando.

Acerca de los resultados de interés al ingresar el producto de camisas masculinas formales los resultados arrojaron que el 51% es la mayor probable que lo adquiera por Durabilidad, el 25% sería muy probable, el 6% un poco probable y el 1% resulto estar menos interesado, con menos probabilidad. El 17% restante es el resultado de la muestra que no está interesada en adquirir el producto, así que no aplica para los resultados que estamos analizando.

Acerca de los resultados de interés al ingresar el producto de camisas masculinas formales los resultados arrojaron que el 49% es la mayor probable que lo adquiera por Exclusividad, el 19% sería muy probable, el 9% un poco probable y el 6% resulto estar menos interesado, con menos probabilidad. El 17% restante es el resultado de la muestra que no está interesada en adquirir el producto, así que no aplica para los resultados que estamos analizando.

En el análisis de las variables: Funcionalidad por Diseño; Funcionalidad por Durabilidad y Funcionalidad por Exclusividad, muestran que la tendencia general de las personas que consideran importante la funcionalidad, se agrupan en niveles más altos de que la prenda presente las características más probables de diseño, durabilidad y exclusividad. Esto sugiere que para las personas las 4 características son importantes, y que a su vez es importante que una prenda presente las 4 características al mismo tiempo. Así, para lanzar una nueva marca al mercado, será imprescindible que esta cumpla con los requisitos de funcionalidad, diseño, durabilidad y exclusividad, que buscan los hombres al momento de adquirir las camisas masculinas formales.

Los resultados del análisis de cuanto pagarían los empresarios bogotanos por el producto de investigación (camisa con 3 cuellos y 3 pares de puños intercambiables) fueron que el 32% pagaría de $100.000 pesos colombianos a $110.000 pesos colombianos, un 12% pagaría $125.000 pesos colombianos, un 8% pagaría $130.000 pesos colombianos, un 16% pagaría de $60.000 pesos colombianos a $95.000 pesos colombianos, un 23% pagaría de 115.000 pesos colombianos a $180.000 pesos colombianos, este análisis suma un 83% de la muestra y su disposición de pago, el 17% restante no aplica por qué no está interesado en adquirir el producto.

Discusión:

El hombre empresario bogotano formal paga más dependiendo de la ocasión de uso, mientras más importante sea la ocasión está dispuesto a pagar más por adquirir el producto, no le preocupa la inversión económica si el producto que adquiere le ofrece comodidad, limpieza, funcionalidad, diseño, durabilidad, exclusividad, características que tienen las camisas masculinas formales con cuellos y puños intercambiables.

Les interesa más la vida útil de la camisa, entonces una estrategia de mercado es generar productos de buena calidad para que tenga mayor recordación y se identifiquen más con el producto y lo sigan adquiriendo. La importancia del material textil disminuye cuando el producto tiene las características que suplan sus deseos y necesidades. Mientras los empresarios bogotanos sean de mayor edad y nivel educativo existe mayor estabilidad económica, mayores ingresos económicos y está dispuesto a pagar por productos siempre y cuando cumplan con lo que ellos buscan.

Los resultados también nos muestran que las hombres empresarios a mayor edad se desinteresan por la moda, entonces una estrategia es ofrecer el producto de camisería masculina formal con cuellos y puños intercambiables con las características que la muestra prefirió y también incluyendo diseño e innovación

Gracias a los resultados arrojados se pudo llegar a la conclusión que un 83% de posibles clientes están dispuestos a pagar una cantidad de dinero considerable y justa dejando claro que cada camisa incluirá características adicionales (cuellos y puños intercambiables).

Se espera que los resultados de esta investigación sirvan para realizar nuevos estudios, para así seguir mejorando la calidad de vida de los empresarios. Esta investigación abre la posibilidad a nuevas preguntas en cuanto a los sistemas de cierre que se pueden implementar para continuar optimizando la calidad del producto.

Bibliografía:

BBVA research (2013). *Situación Colombia* (segundo trimestre 2013). Recuperado de https://www.bbvaresearch.com/.

Caicedo, (I semestre de 2005). La globalización: las economías del mundo y Colombia. *Apuntes del Centro de Estudios Económicos, CESNES.* Recuperado de http://virtual.uptc.edu.co/drupal/files/rac_13.pdf.

Consumidor (2008). De poliéster – algodón, camisas de vestir. *El Laboratorio profeco reporta*, Recuperado de http://www.consumidor.gob.mx/wordpress/wp-content/uploads/2012/04/RC-375-Camisas-vestir.pdf

DANE, (2010). *Censo general 2005.* Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/11000T7T000.PDF.

Hernández, X., Suarez, C., Cataño, E., Canal, L., Restrepo, D., Bohórquez, C., & Patiño, D. (2013) *Crecimiento de mercados inclusivos. Estrategias empresariales para la superación de la pobreza y la exclusión en Colombia*. Recuperado del sitio de internet de http://www.pnud.org.co/img_upload/36353463616361636163616361636163/LIBRO_FINAL_FINAL_baja_.pdf.

Lozano, R (2014, 14 de enero), En el 2013 se crearon 63.500 empresas en Colombia. *Portafolio.* Recuperado de http://www.portafolio.co/.

Muñoz, D. (2006) *Elaboración de un estudio de tiempos y movimientos como herramienta de optimización en líneas de ensamble de camisas en una planta de confección*, Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.

Roetzel, B. (2004). *Manual del caballero: manual de moda masculina clásica.* Alemania: editorial Konemann.

Ruiz, C., Volcy, A. y Villamizar, p. (2007). Plan de negocios fit, camisas a la medida a la medida. Universidad de la Sabana, Especialización en Gerencia Estratégica.

Salguero, J., (2002). Globalización, economía y regiones de Colombia. *Sociedad geográfica de Colombia, academia de ciencias geográficas.* Recuperado del sitio de internet de http://www.sogeocol.edu.co/documentos/GLOBALIZACION.pdf.