

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 1.0



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE TEJIDOS M Y M  
MODA EN TEJIDO.**

**MODALIDAD: VIRTUAL**

MERCEDES ROJAS CALA.

CC 28338906

YUDY MILENA JIMENEZ GORDILLO

CC1101760959

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER**  
**Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales**  
**Bucaramanga 2022**

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 1.0



## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE TEJIDOS M Y M MODA EN TEJIDO.**

**MODALIDAD: VIRTUAL**

MERCEDES ROJAS CALA  
CC 28338906

YUDY MILENA JIMENEZ GORDILLO  
CC 1101760959

**Trabajo de Grado para optar al título de  
Tecnólogos en gestión empresarial**

**DIRECTOR**

JENNY PAOLA RANGEL

**Grupo de investigación en Ciencias Socioeconómicas y Empresariales – GICSE**

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER**

Facultad de ciencias socioeconómicas y empresariales

TECNOLOGIA GESTION EMPRENSARIAL

**Bucaramanga 11 de octubre 2022**

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 1.0

## Nota de Aceptación

Aprobado en cumplimiento de los requisitos exigidos por las Unidades Tecnológicas de Santander

---

para optar al título de tecnólogo en gestión empresarial, según acta del comité de trabajo de grado

---

numero 35 del día 16-11-2022

---

Evaluador: Dianey Yamile Sandoval Villamizar, Mg.

---



Plan de Negocios Tejido Nov. 17

**Firma del Evaluador**

Dianey Yamile Sandoval Villamizar, Mg



**Firma del Director**

Jenny Paola Rangel Chaves, Mg.

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

## DEDICATORIA

Primeramente, a Dios que me bendice, a mis hijos los cuales lo son todo en mi vida, mi motivación día a día de seguir en mi proyecto de vida, por darme su apoyo incondicional, y a mis hermanos los cuales me han brindado su apoyo siempre.

Mercedes Rojas C.

A DIOS por su gran bendición, por fortalecerme y darme las habilidades y competencias necesarias para emprender este camino y por ser mi guía; a mis padres, quienes gracias a sus esfuerzos he podido llegar hasta aquí, a ellos que han sido mi faro y motivo de superación y que siempre me aconsejaron y mostraron su apoyo durante toda mi vida; a mis hermanos y amigos por darme fortaleza e incluso en momentos difíciles.

Yudy M. Jiménez G.

## AGRADECIMIENTOS

A Dios padre primero que todo, agradezco y dedico este proyecto de grado a mis padres, a mis hijos, hermanos por la motivación y apoyo brindado para lograr todas mis metas y alcanzar mis sueños y anhelos.

A la universidad unidades tecnológicas de Santander por permitir formarnos y así poder brindar lo mejor a nuestra sociedad.

A la facultad de ciencias socioeconómicas y empresariales, docentes, compañeros por valorar nuestro esfuerzo como emprendedores.

Mercedes Rojas C.

Agradecer a Dios en primer lugar por darnos vida suficiente para cumplir nuestras metas y anhelos, a nuestra universidad por sus modalidades de estudio que hacen posible estudiar en diferentes horarios, A los docentes que impartieron sus conocimientos durante la carrera y a nuestra directora de grado por guiar nuestro proyecto con sus enseñanzas en el desarrollo del trabajo. A todas las personas que contribuyeron en mi vida para que pudiera avanzar y mejorar mis condiciones de vida a través de la educación y el fortalecimiento de mis conocimientos.

Agradezco a mi familia por su apoyo y amor infinito.

Yudy M. Jiménez G.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>12</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>13</b>
<b>1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>14</b>
<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>14</b>
<b>1.2. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>16</b>
<b>1.3. OBJETIVOS .....</b>	<b>17</b>
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	17
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	17
<b>2. MARCO REFERENCIAL.....</b>	<b>19</b>
<b>3. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO.....</b>	<b>25</b>
<b>3.1. ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>25</b>
3.1.1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO. ....	26
3.1.2. DEMANDA .....	26
3.1.3. PRODUCTOS. ....	27
3.1.4. PROVEDORES.....	28
3.1.5. COMPETENCIA.....	28
3.1.6. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING.....	30
3.1.7. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN. ....	31
<b>3.2. ANALISIS ADMINISTRATIVO. ....</b>	<b>32</b>
3.2.1. IMAGEN CORPORATIVA .....	32

3.2.2.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	32
3.2.3.	DOFA. ....	34
<b>3.3.</b>	<b>ESTUDIO FINANCIERO. ....</b>	<b>34</b>
3.3.1.	COSTOS E INVERSIONES .....	35
3.3.2.	INFRAESTRUCTURA .....	35
3.3.3.	MAQUINARIA Y EQUIPO.....	35
<b>3.4.</b>	<b>ESTUDIO IMPACTO AMBIENTAL .....</b>	<b>35</b>
<b>4.</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>40</b>
<b>4.1.</b>	<b>EJECUTAR UN ESTUDIO DE MERCADO PARA DETERMINAR PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA, POSIBLES COMPRADORES Y ANALIZAR LA DEMANDA, OFERTA Y PRECIO DEL PRODUCTO, QUE SE COMERCIALIZARA.....</b>	<b>40</b>
	<b>DETERMINAR LOS PROCEDIMIENTOS PARA LA LEGALIZACIÓN Y FORMALIZACIÓN DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN LA PRODUCCIÓN DE ARTÍCULOS HECHOS A CROCHET, INFORMACIÓN LEGAL Y DE FORMALIZACIÓN.....</b>	<b>56</b>
	<b>ELABORAR LA INVESTIGACIÓN FINANCIERA PARA DETERMINAR LAS INVERSIONES QUE SE REALIZARÁN EN LA CREACIÓN, FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO, MEDIANTE LA COTIZACIÓN DE MATERIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES, CONTRATACIÓN DE RECURSOS HUMANOS Y DISTRIBUCIÓN. ....</b>	<b>57</b>
	<b>SU VISIÓN Y MISIÓN, Y LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL NECESARIA PARA SU TRABAJO, MEDIANTE UN ANÁLISIS DE MATRIZ DOFA, IDENTIFICANDO EL TIPO DE NEGOCIO, LA IMAGEN QUE SE QUIERE PLASMAR Y SU ESLOGAN. LOS RECURSOS HUMANOS QUE SE NECESITAN PARA LLEVAR A CABO EL PROYECTO. ....</b>	<b>72</b>
	<b><u>ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL REALIZADO PARA EL MANEJO DE LA MATERIA PRIMA, TIEMPO EN BIODEGRADARSE. ....</u></b>	<b><u>76</u></b>

<b><u>6.</u></b>	<b><u>CONCLUSIONES.....</u></b>	<b><u>81</u></b>
<b><u>7.</u></b>	<b><u>RECOMENDACIONES .....</u></b>	<b><u>83</u></b>
<b><u>8.</u></b>	<b><u>REFERENCIAS.....</u></b>	<b><u>84</u></b>
<b><u>9.</u></b>	<b><u>APENDICES.....</u></b>	<b><u>88</u></b>

## LISTA DE FIGURAS.

Figura 1: edad .....	41
Figura 2: lugar de residencia .....	42
Figura 3: genero .....	43
Figura 4: nivel economico .....	44
Figura 5: gusto por la ropa echa a mano.....	44
Figura 6 : productos favoritos para comprar.....	45
Figura 7: material favorito.....	46
Figura 8: porcentaje de alergias por materiales en posibles compradores .....	47
Figura 9: color preferido .....	48
Figura 10: frecuencia de compra.....	49
Figura 11: precios dispuestos a pagar por prendas .....	50
Figura 12: porcentaje de aceptacion tienda a crochet.....	51
Figura 13: estilo.....	52
Figura 14: interes en los productos .....	53
Figura 15: recomendación de prendas en crochet .....	54
Figura 16: sugerencia de uso para sobrantes de materia prima .....	54
Figura 17: Análisis DOFA para M y M moda en tejido.....	73
Figura 18: Logo tipo de la empresa.....	74
Figura 19: Correo electronico empresarial .....	75
Figura 20: Facebook empresarial.....	75
Figura 21: Instagram. ....	76
Figura 22: fibras de algodón y polietileno .....	79
Figura 23: gráfica de biodegradacion de fibras a campo abierto.....	80

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1: productos y especificaciones de M y M moda en tejido.....	27
Tabla 2. Productos ofrecidos y su respectivo valor promedio. ....	30
Tabla 3: Mercado meta para los departamentos de Bogotá, Boyacá y Santander. .....	55
Tabla 4: Posibles proveedores para M y M moda en tejido.....	56
Tabla 5: Maquinaria, equipos e insumos.....	58
Tabla 7: Equipos de oficina .....	58
Tabla 8: Herramientas.....	58
Tabla 9: Inversión Fija.....	58
Tabla 10: Inversión Diferida.....	59
Tabla 11: depreciaciones .....	59
Tabla 12: Materia Prima (Insumos).....	60
Tabla 13: Mano de Obra Directa .....	61
Tabla 14: mano de obra directa anual.....	62
Tabla 15: factores prestacionales.....	62
Tabla 16: Costos Indirectos de Fabricación .....	62
Tabla 17: total costos de producción.....	62
Tabla 18: Gasto de Personal Administrativo .....	62
Tabla 19: Gastos de Administración.....	63
Tabla 20: Gasto de Administración y Ventas.....	63
Tabla 21: Gastos Financieros.....	63
Tabla 22: Capital de Trabajo .....	64
Tabla 23: Inversión Total.....	64
Tabla 24: Definición de aportes.....	64

Tabla 25: Amortización De Crédito.....	66
Tabla 26: Resumen del Crédito.....	66
Tabla 27: Costos Fijos.....	67
Tabla 28: costos variables.....	67
Tabla 29: Costos Totales Unitarios .....	67
Tabla 30: Proyección de Unidades Por Vender.....	67
Tabla 31: Cálculo del Precio de Venta .....	67
Tabla 32: Estado de Resultados Proyectado .....	69
Tabla 33: Balance General Proyectado.....	69
Tabla 34: flujo de caja .....	70
Tabla 35: punto de equilibrio .....	71
Tabla 36: tarifas de mensajería expresa (2022).....	72
Tabla 37: Ventajas y desventajas de los materiales utilizados en crochet. ....	78
Tabla 38: biodegradación de los materiales usados .....	78

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio tiene como objetivo la creación y puesta en marcha de una empresa mediante el que se analiza la viabilidad técnica dedicada al tejido a crochet y ganchillo, diseño de ropa juvenil para dama, caballero y niños que serán comercializadas. M y M MODA EN CROCHET, es una empresa comprometida con el diseño, calidad y por tanto prendas exclusivas para lucir tejidas a crochet y ganchillo, donde se brindará un servicio personalizado, con novedosos colores y texturas. La formulación de este plan de negocios se desarrolló a partir de una serie de estudios, que incluyen investigaciones de mercado, técnicas, administrativas, legales y financieras, lo que permitió identificar los factores clave que influyen directamente en las actividades comerciales, como necesidades, tecnología, capacidades y administración. estructura, dirección estratégica, requisitos legales, capital de trabajo, inversiones y rendimientos de uno y otro.

### **PALABRAS CLAVE.**

M Y M MODA EN CROCHET, Estructura Administrativa, Inversión, Estrategia, Tecnología, Viabilidad.

## INTRODUCCIÓN

MY M MODA EN CROCHET, una empresa Colombiana dedicada a diseñar, producir y comercializar ropa femenina que refleje la belleza de la mujer colombiana, en estilos nuevos, únicos, modernos y de alta calidad.

Los productos que ofrece MY Y M MODA EN CROCHET están elaborados por madres cabeza de familia que tratan de ofrecer a sus clientes las mejores tendencias de moda, con productos de última generación que permitan resaltar la silueta de la mujer que quiere sentirse vanguardista diferente y original, esta idea de negocio nace en el 2022 como resultado de la culminación de nuestros estudios tecnológicos y la pasión por el tejido a mano.

Este es un estudio preliminar de factibilidad para el establecimiento de una empresa de prendas de vestir hechas a mano, con fibras naturales y pelo de animal, demostrar la factibilidad de su implementación en base a estudios de mercado, estudio análisis y cuentas técnicas, regulatorias, legales, de inversión finanzas, presupuesto de ingresos y gastos, análisis económico y financiero. En la investigación de mercados se identifican las zonas geográficas y el desarrollo de prendas tejidas a mano y la evolución del tipo de empresa en el mercado. Se especifican los principales productos, sus usos y una imagen completa de precios para ellos, de ventas en mercados además de varios canales de comercialización.

## 1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Del emprendimiento y la creación de empresas, según el último informe sobre “Dinámicas de Innovación en las Empresas” realizado por Confecámaras, en 2020 habrá alrededor de 280.000 empresas en todo el país. Lo anterior posicionó al país como uno de los líderes en el ecosistema de startups, una oportunidad de lo local a lo internacional.

En Colombia según Sistema de Información Estadística para las Artes Escénicas - SIEAA- el cual cuenta con 33.111 habitantes que se dedican a oficios artesanales en general el 42,27% de maestros artesanos tiene por oficio la tejeduría y elaboración de tejidos para cuyo oficio usan en mayor proporción Materiales de origen vegetal, especialmente para la fabricación de piezas manuales y maquinas simples o a motor, además el 50,1 % de los maestros artesanos está dentro de algún grupo de vulnerabilidad como población indígena, madre o padre cabeza de familia, víctima de la violencia o desplazado.

El arte de tejer ha experimentado un nuevo auge, muy beneficioso para la salud mental ya que tiene un efecto relajante, ayuda a la concentración y entrena la mente. Se puede considerar desde el emprendimiento como generador de una fuente principal de ingresos.

Tres tendencias globales definen el próximo otoño/invierno 2021/2022 según Tagwalk: optimismo, género y protección, este último grupo pertenece a Mascarillas donde 11 diseñadores las han incluido en sus desfiles, y Rick Owens es el único que las lleva en todos los modelos, Bergodos, trabaja en ropa infantil.

En prendas de lana se diseñaron cobijas aprovechando la cuarentena del covid 19, convirtiéndose en reinas de las pasarelas.

¿Es viable la creación de la empresa moda en tejido, dedicada a la confección de artículos con técnica crochet?

## 1.2. JUSTIFICACIÓN

Este emprendimiento nace a través del gusto por el tejido que se había desarrollado como un pasatiempo para convertirse en una empresa, el plan de negocios está orientado a la creación de la empresa M y M moda en tejido, dedicada principalmente a los artículos tejidos con técnica en crochet, con la finalidad de darle al cliente un producto exclusivo y además generar empleo a través del uso de mano de obra representado por mujeres cabeza de hogar las cuales desempeñaron la labor de hacer las prendas con sus capacidades y conocimientos en el tejido que les ayudará a tener un medio de sustento.

La idea es generar un aporte a la investigación desde la perspectiva de la innovación en el diseño de tejidos permitiendo ofrecer una gran variedad de artículos como Vestidos, blusas, trajes de baño, ropa de bebe, bufandas, gorros y accesorios de cocina elaborados en tejidos a crochet que estarán dirigidos principalmente a la población femenina, estos artículos se elaborarán a mano y se ofrecerán cuando el producto esté terminado siguiendo las tendencias del mercado, pero siendo originales en los diseños.

### **1.3. OBJETIVOS**

#### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un plan de negocios mediante un estudio de factibilidad y viabilidad para crear una empresa de tejidos en Bucaramanga.

#### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Ejecutar un estudio de mercado para determinar proveedores de materia prima, posibles compradores (se tiene en cuenta la ubicación geográfica y situación económica) y analizar la demanda, oferta y precio del producto, que se comercializara.
- Determinar los procedimientos para la legalización y formalización de una empresa especializada en la producción de artículos de punto a crochet investigando en los a los puntos especializados para solicitar la información legal y de formalización
- Elaborar la investigación financiera para determinar las inversiones que se realizarán en la creación, fabricación y comercialización del producto, mediante la cotización de materiales y plataformas digitales, contratación de recursos humanos y distribución.
- Elaborar un estudio técnico para identificar la naturaleza del proyecto, su visión y misión, y la estructura organizacional necesaria para su trabajo, mediante un análisis de matriz DOFA, identificando el tipo de negocio, la imagen que se quiere plasmar y los recursos humanos que se necesitan para llevar a cabo el proyecto.

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 1.0

- Elaborar un estudio del impacto ambiental que tiene la producción y distribución de artículos hechos con técnica en crochet analizando las ventajas y desventajas de los materiales a usar, con el fin de ser más sostenibles y amigables con el medio ambiente.

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

## 2. MARCO REFERENCIAL

### MARCO TEÓRICO

La técnica de gancho o aguja de gancho consiste en hilo de lana grueso o delgado o materiales de su elección, así como agujas cortas especiales de metal, plástico o madera que parecen ganchos. El concepto de la aguja de gancho proviene de Francia. El origen de la tecnología de agujas de gancho no está claro porque después de una larga investigación, no se puede determinar su fuente exacta porque la tecnología se extendió a muchos países como África, Gran Bretaña, EE. UU. y China.

Es una técnica de aprendizaje, darlo a un número limitado de mujeres para que se convierta en su ingreso y sustento.

Estos proyectos dependen de las áreas que desarrollan y deben integrar diferentes conceptos teóricos para crear una base que sustente los planes de negocios. Por lo tanto, cualquier proceso empresarial debe basarse en autores teóricos y supuestos que puedan utilizarse como método metodológico propuesto para promover la referencia al mundo empresarial y apoyar la filosofía empresarial futura.

Por lo tanto, en nuestro caso, cuando una persona propuso iniciar una empresa especializada en la producción de ropa tejida para mujeres y hombres, niños, del común en la ciudad de Bucaramanga debe basarse en dos conceptos básicos: un plan de negocios, como contenido básico sirve como guía para el enfoque y la

estructura de negocios, y la moda, es fundamental para los esfuerzos de actividades que se llevarán a cabo en el juicio del proyecto, (Rocha Gomez , 2021)

## **MARCO AMBIENTAL**

Otro estudio básico para determinar la factibilidad de ejecución de un proyecto es el estudio relacionado con el posible impacto ambiental en el entorno circundante. Este estudio es también un análisis de intervención para examinar la distribución de los efectos esperados en aspectos específicos de la realidad. Análisis en otras dimensiones etc. Comenzando con la descripción ambiental, si la magnitud y la calidad de los impactos son inciertas, estos estudios recomiendan medidas adicionales para compensar las acciones planificadas que pueden reducir los impactos potenciales.

## **MARCO LEGAL**

En Colombia, gracias a la Ley nro. 36 (Ley de Artesanos), existe un interés por los textiles con características artesanales, porque 1. el artículo establece: se consideran artesanos las personas que ejercen una actividad profesional creativa en un determinado sector, principalmente a nivel artesanal. y de acuerdo a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas en el proceso de producción, las leyes colombianas vigentes incentivan y legalizan el establecimiento de empresas en todo el país.

Se cree que la Ley de 2000 no. 590 “expide normas para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas” (Congreso de Colombia, 2000). La ley promueve el desarrollo integral de las pequeñas y medianas empresas, busca la generación de nuevos puestos de trabajo, integra el sector económico y el desarrollo

regional, e integra la capacidad empresarial de Colombia. La ley anterior fue modificada por la Ley N° 905 de 2 de agosto de 2004.

La ley MIPYME, Ley 905 del 2 de agosto de 2004 Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. ley 2069 de 2020 tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. La industria textil en Colombia toma importancia para el desarrollo económico del país, pues el sector manufacturero de hilos, fibras y telas “representa el 7,5% del PIB manufacturero y el 3% del PIB nacional, constituye más del 5% del total de exportaciones del país” (Precolombina, 2015). Se relaciona la ley 1834 de 2017, “Por medio de la cual se fomenta la economía creativa, Ley Naranja, Congreso de Colombia, (2017).

El objeto de la Ley es fomentar, desarrollar y promover 31 ideas creativas de negocios; esto significa bienes y/o servicios que crean valor agregado a los bienes y/o servicios proporcionados, como resultado del conocimiento de la propiedad del empresario. En la investigación de gestión, el objetivo es determinar el nombre de la empresa y la estructura organizativa de la empresa para determinar cómo se distribuyen los puestos, así como qué perfiles, puestos y salarios se necesitan para dirigir la empresa. La investigación jurídica, a su vez, ayuda a determinar las normas y reglamentos que deben regir las empresas en cuanto a sus estatutos y su cumplimiento (Congreso de la República de Colombia, 2017)

## MARCO CONCEPTUAL

### **Plan de negocios:**

Más concretamente, se refiere al adecuado examen detallado y exhaustivo de una idea y/o proyecto empresarial con información relevante y precisa para su comprensión y análisis exhaustivos. (Rocha Gomez , 2021).

### **Emprendimiento:**

Es crear algo, nace de una idea, independientemente de su tamaño, puede ser un negocio, una misión social, el negocio suele ser un factor necesario de gestión empresarial que controla la producción, los aspectos humanos, económicos y materiales. desarrollo del proyecto. Editorial Etece, (junio 2022).

### **Moda:**

La moda es uno de los temas más importantes en el mundo de hoy, y el consumo, la cultura, la música e incluso la personalidad se miden por cómo te vistes o usas accesorias. Dicen que las primeras impresiones pueden decir mucho, o todo lo que se te viene a la cabeza no está muy lejos. FAIJOA, (4 feb 2020).

### **Marca:**

Es una de las variables estratégicas más importantes de la compañía por su creciente importancia. No podemos olvidar que actualmente estamos en la fase de marketing de percepción, por lo que las marcas se destacan con los productos. Para que la marca de nuestra empresa esté bien posicionada en la mente de los consumidores y líderes de opinión, la marca de nuestra empresa debe ser mejor reconocida y posicionada en su mercado e industria.

Según la Asociación Estadounidense de Marketing, una marca es un nombre, término, logotipo, símbolo, diseño o cualquier combinación de los mismos que se utiliza para identificar y distinguir los productos y servicios de una empresa de los de la competencia. Sin embargo, una marca es más que un nombre y un símbolo

porque, como mencioné anteriormente, se ha convertido en una herramienta estratégica en el entorno económico actual. Esto se debe en gran medida a que el producto transita de venta en venta, emociones y soluciones, que inevitablemente incluyen no solo las características finales del producto vendido, sino también su carácter intangible y emocional, Centro de Estudios Financieros, (2022)

## **Técnica crochet**

### **Las 4 técnicas básicas.**

- El montaje. Existen varias formas de empezar la labor, te presentamos con sencillos pasos e imágenes una de ellas.
- Punto de cadeneta para crochet.
- Punto bajo para crochet.
- Punto alto para crochet.
- Rematar las hebras o unir piezas.

### **Técnica a dos agujas, técnica continental.**

- Punto Santa Clara
- Punto arroz
- Punto fantasía
- Punto elástico simple
- Punto elástico doble
- Ochos o trenzas: dos técnicas para realizar el cruce de puntos
- Punto vainilla
- Punto peruano
- Punto arroz doble
- Punto trigo
- Punto garbanzo
- Punto panal
- Punto cruzado
- Punto fantasía con puntos pasados
- Punto damero
- Punto damero calado
- Punto nido de abeja

- Punto fantasía de estrellas.  
Domestika, (nov 10, 2020).

## **Sostenibilidad**

El ganchillo ha inspirado a muchos diseñadores, ¿por qué? Nuestra predicción es su durabilidad; crochet utiliza bucles de ganchillo para crear textiles, y las fibras más sostenibles son la lana, la seda, el algodón reciclado, orgánico o tencel. La moda lenta es una comprensión y un enfoque de la moda que tiene en cuenta los procesos y los recursos necesarios para producir ropa, con un enfoque particular en la sostenibilidad.

La aparición de esta tendencia en la alta moda también depende de su versatilidad. No solo es un estilo atemporal, sino que también se puede transformar con múltiples estampados y diferentes tipos de prendas. Hemos visto vestidos tejidos a crochet, camisetas, bañadores, pantalones, monos, shorts. Es la combinación perfecta de libertad creativa, expresión artística y conciencia medioambiental. Debido a que el ganchillo está en tantas colecciones de pasarela, es oficial: la era en la que se etiquetaba al ganchillo como "obsoleto" o se lo asociaba injustamente con algo "antiguo". Ahora significa lujo, clase y sensualidad, como se ve en la gran escalera de hoy. (Verano de Ganchillo, 2020).

### 3. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO.

#### 3.1. ESTUDIO DE MERCADO

El mercado objetivo de M Y M MODA EN CROCHET son niños desde 0 meses, jóvenes, adultos y adultos mayores por noches frías y personas que trabajan en lugares con aire acondicionado o cámaras frigoríficas. También se descubrió que es posible utilizar artículos tejidos en lugares calientes, debido a los materiales que se utilizan para hacer ropa.

La investigación realizada enfatiza la posibilidad de desarrollar este plan de negocios en la ciudad y su entorno, teniendo en cuenta diversos factores como los materiales y el clima. El propósito de este plan de negocios es ofrecer a cada comprador de productos un producto popular, innovador de varios diseños y un producto cotidiano cómodo, elegante y práctico; con su beneficio, nos permite desarrollar con éxito nuestra filosofía empresarial.

Por lo anterior, Bucaramanga es un buen mercado para el plan de negocios de M Y M MODA EN CROCHET por el desarrollo de la empresa, el clima y la diversidad de la población.

#### **Ciente.**

Utilizando la investigación de mercado, se crearon las siguientes estrategias.

- Ofrecer a los mayoristas precios convenientes y descuentos especiales para atraer nuevos clientes.
- Utilizar medios para comunicarse con los clientes a través de WhatsApp, redes sociales para ofrecer promociones mensuales.
- Promocionar nuevos diseños en línea.

- Analice estos lugares para averiguar qué productos pueden ofrecer para su clima.
- Participar en exposiciones en la región y sus alrededores, así como en ciudades cercanas.

### **3.1.1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.**

#### **Mercado meta**

Los productos de moda M y M en telas tienen un estilo relajado, elegante, clásico que puede cubrir diferentes áreas y puede usarse en climas fríos, cálidos y calurosos dependiendo del material y los requerimientos del cliente. Para obtener más información sobre posibles compradores, competidores, proveedores y métodos de comercialización y distribución.

Teniendo en cuenta que es una tienda en línea de productos tejidos a mano con técnica crochet y palillo se espera que la participación en el mercado al iniciar alcance un 0.5% por tanto el mercado meta es de 11.423 personas entre los 18 a 25 años.

### **3.1.2. DEMANDA**

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) publicó datos oficiales sobre la producción de prendas de vestir, tejidos y procesamiento de textiles, lo que permitió el crecimiento de la industria manufacturera del país; la industria de la confección fue la que más creció con un 43,7 %, seguida de la hilatura, la tejeduría y los acabados con un 37,9 %. El crecimiento de estos bienes está impulsado por factores como la recuperación de la demanda interna y externa y las dificultades de importación (DANE, 2022).

En una sociedad más consciente de la influencia de los consumidores y que se esfuerza por dar éticamente, es evidente que estos productos tienen una gran demanda ya que se ven como negocios potenciales porque se catalogan como

insatisfechos. No hay muchos especialistas en este campo que puedan desarrollar productos de diseño originales. En la industria de la confección, se puede ver que, aunque hay muchas opciones en el campo de la ropa, porque no es un estilo o ropa, no puede satisfacer las necesidades. de ropa. a los consumidores Suficiente para causar controversia por alguna razón, la ropa codiciada a veces es difícil de conseguir, pero dado que los compradores quieren un consumo ético, las prendas de punto se caracterizan por un cuidado especial, materiales y un diseño innovador. Buena recepción significa que están agregando valor al mercado.

### 3.1.3. PRODUCTOS.

Artículo	Vestidos, blusas, trajes de baño, conjuntos de bebe, bufandas, gorros, abrigo y accesorios de cocina, calzado.
Diseño	Una persona estará encargada de diseñar y otra de hacer las prendas personalizadas.
Tallas	Están pueden variar según la prenda, es decir se manejan tallas para bebes, niñas, adolescentes y adultos.
Materiales	Con el fin de que cada prenda sea cómoda se tienen en cuenta materiales sintéticos, lanas de origen animal y vegetal para que la diseñadora pueda trabajar de acuerdo con la prenda, además las agujas de crochet pueden ser de aluminio, madera u otro material según el punto y el número que necesite la operaria.

Elaboración propia

**Tabla 1: productos y especificaciones de M y M moda en tejido.**

### **3.1.4. PROVEDORES.**

Existen una gran cantidad de posibles proveedores, teniendo en cuenta características como precios, diversidad de material y las políticas ambientales que tienen.

### **3.1.5. COMPETENCIA.**

Porter cree que la competitividad es un proceso de aprendizaje que depende de factores microeconómicos y de la capacidad del territorio para promover la actividad económica, la competencia crea tecnología.

Mejoras en los procesos y sistemas de los productos ofrecidos para incrementar no solo la competitividad de la empresa, sino también la competitividad de todo el país en relación con el exterior, (García Pujadas, 2022)

Cuando se les preguntó si conocían alguna otra tienda de crochet o ganchillo, algunos dijeron que no, mientras que otros dijeron que compraban en tiendas como Falabella, revistas como Carmel y Loguin Leonissa, tiendas en línea, tiendas locales o tiendas de artesanía y carpas navideñas. Al respecto, se considera que la debilidad de la competencia puede ser el nivel de producción y el precio, pues la ventaja es la variedad y calidad de los materiales utilizados, 100% originales, sin mezcla, se sugiere que algunos materiales pueden provocar alergias, pueden venderse con productos de la competencia, comunicarse directamente con los clientes para lograr una mayor satisfacción y modelos de negocio sostenibles que apunten a la creación de empleo a través de la cultura medioambiental.

## **VENTAJA COMPETITIVA.**

La competencia es inevitable, por lo que cultivar la ventaja competitiva preserva el valor de una organización y la hace sostenible en el tiempo. Esto significa cambiar la forma en que opera para mejorar los bienes o servicios que brinda, para garantizar el impacto en la industria, es importante mantener la continuidad y la mejora continua. (Ruiz barroeta, 2020).

Michael Porter, el padre de la estrategia empresarial, creía que existen dos tipos de ventajas competitivas en el mercado, a saber, el liderazgo en costos y la diferenciación de productos, por lo que estas tres estrategias competitivas se pueden combinar o aplicar por separado para lograr una ventaja competitiva. Asegurar el crecimiento del negocio. M Y M MODA EN CROCHET decidió utilizar una estrategia de diferenciación que permita a los clientes identificar a la empresa a través de sus elementos únicos, lo cual se logra entendiendo la competencia y las necesidades del consumidor.

Aprovechamiento de los recursos estrategia ambiental y económica.

Estos son los elementos que hacen que M y M MODA EN CROCHET se destaque en el mercado del ganchillo.

- Los diseños pueden ser diseños personales u originales de M y M Moda en Tejido, hacemos envíos a la mayoría de las ciudades de Colombia con materiales de diferente calidad, personal capacitado, diferentes métodos de pago y servicios de envío combinados.
- Para prendas personalizadas consultar por talla, material, color.
- Se gestionará una línea directa de atención al cliente para sus necesidades.
- M Y M MODA EN CROCHET es una empresa respetuosa con el medio ambiente

y eficiente en el uso de los recursos, donde el material restante de cada pieza de joyería se utiliza para fabricar el artículo y se fija un precio más bajo.

### 3.1.6. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING.

#### Producto y Precio.

Precio de manejo al vender y distribuir es directo es la tarifa promedio, se tiene en cuenta que este puede variar de acuerdo con los materiales.

Productos	Precios
Gorros pasa montañas	\$35.000
Bufandas	\$ 45.000
Blusas	\$ 65.000
Vestido de baño una pieza	\$ 140.000
Vestido de baño 2 piezas	\$ 95.000
Guantes	\$ 35.000
Suéter	\$ 170.000
Pasminas	\$ 140.000
Vestidos dama	\$ 180.000
Vestidos niña	\$ 80.000
Pantalón niño	\$ 40.000
Short	\$ 48.000
Salidas de baño	\$ 145.000
Ropa para bebe	\$ 55.000
Zapatos	\$ 95.000
Escarpines	\$ 35.000
Bléiser	\$ 140.000

*Elaboración propia*

Tabla 2. Productos ofrecidos y su respectivo valor promedio.

#### Promociones y descuentos.

Las Promociones se establecerán para fechas especiales y aniversarios, los descuentos por compras mayoristas se realizarán a partir de 6 piezas.

### 3.1.7. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.

Una tienda de crochet que está iniciando en el mercado los productos se ofrecerán por plataformas digitales tales como Instagram, Facebook, whatsapp bussines y la página web de crochet moda en tejido.

Con el fin de encontrar cada uno de los segmentos se desarrolló la encuesta la cual arrojó en departamentos de posibles clientes a Santander con un **58 %**

Formas de distribución:

- El cliente pide la prenda y realiza el pago a través de nequi, Bancolombia o daviplata.
- Se envían productos a través de inter-rapidísimo este servicio conecta muchos municipios de Colombia con un servicio rápido, económico y seguro, el costo puede variar según el peso y la ciudad a la cual hay que hacer él envío. La mensajería expresa garantiza la recolección transporte y entrega de documentos, periódicos, impresos, mercancía, y paquetes pequeños con peso de hasta 5 kilos, las formas de pago a esta pueden ser al contado, crédito y al cobro porcentaje de sobre. A continuación, se muestra las tarifas de mensajería expresa.

Consolidado tarifas interrapidísimo S.A, (2021,2022).

### ESTUDIO TÉCNICO.

Realizar investigaciones técnicas para comprender los aspectos y características fundamentales de la oferta de productos de cada marca para planificar estrategias de toma de decisiones para mejorar productos, métodos de implementación y activos.

Entonces, para comprender la creación del producto, debe hacer lo siguiente:

- Funciones
- Precio y costo del artículo.

- Estudios territoriales
- canal de ventas
- método requerido

### **3.2. ANALISIS ADMINISTRATIVO.**

Implementar actividades de planificación estratégica para unir las áreas de producción de la empresa con el fin de organizar, promover la productividad y el orden de la empresa tanto como sea posible; por lo tanto, es necesario estudiar los tipos de arreglos organizacionales existentes, para aplicar la empresa ideal de acuerdo a las características de la empresa, teniendo en cuenta los empleados iniciales, se reduce el número de personas para atender la demanda futura del mercado durante el periodo de construcción .

#### **3.2.1. IMAGEN CORPORATIVA**

La imagen de una organización incluye la percepción que el público tiene de la empresa, así como las creencias, pensamientos, sentimientos y actitudes del público hacia la empresa.

Eslogan: La belleza está en tus manos

#### **3.2.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

Una organización que realiza regularmente actividades necesarias para el funcionamiento de una empresa pública o privada, con o sin fines de lucro. La organización optimiza el espacio, el tiempo y los recursos utilizados para las actividades operativas, comerciales o manuales de la organización. Luca, Roberto y Lazzati, Santiago. (2018).

En el caso de la microempresa MY M MODA EN CROCHET, ofrecer un organigrama funcional significa mejorar el uso de los recursos humanos, materiales y monetarios. De esta manera aprendemos cuál es la dirección interior y la necesidad de comunicación entre las personas que componen el taller artesanal. Los empleados serán reclutados trabajo por trabajo.

## PROCESO PRODUCTIVO

Para el desarrollo de nuestros artículos utilizaremos diferentes tipos de lanas:

**Fibras sintéticas:** son más económicas, no producen alergias.

**Lanas de origen natural:** pueden ser de origen animal o vegetal

- Origen animal: alpaca, oveja, oveja merino

La lana merina es hipoalergénica (mejor calidad), perfecta para bebés y pieles sensibles, tiene una textura cerosa que evita que se absorban los puntos de presión y es muy transpirable; la alpaca es muy suave y se puede teñir. Bien cuidada, la lana de oveja es más barata que la lana animal antes mencionada.

- Origen vegetal: algodón, bambú, lino

El algodón es excelente para la ropa fresca, muy transpirable y mejor para la ropa de bebé porque es hipoalergénico, las prendas son más claras, la ropa es áspera, las fibras salen fácilmente, son más livianas que el algodón y el bambú es más liviano y brillante que antes. En el caso de la ropa de verano, las mejores fibras para la confección de productos son las fibras vegetales porque son más frescas, mientras que, para los productos de invierno, las mejores fibras son las fibras animales.

Al hacer vestidos, camisas, trajes de baño, ropa para niños, bufandas, sombreros, abrigos, zapatos, considere materias primas a base de lana sintética o fuentes naturales (animales o vegetales).

Para la elaboración de cada producto se realiza una muestra la cual se entrega a las tejedoras junto con los materiales que se utilizarán para realizar el proyecto, cada tejedora aporta la lana sobrante o material dado ya que se puede reutilizar para hacer utensilios de cocina y otros no. indicado.

### **3.2.3. DOFA.**

Es una herramienta de estudio de la situación del proyecto, analizando su fortalezas, debilidades, oportunidad y amenazas.

### **3.3. ESTUDIO FINANCIERO.**

El objetivo era investigar la viabilidad económica de la idea. Presupuesto: ventas, inversiones, gastos. Esto determinará si el proyecto es factible o necesita cambios, investigación

El objetivo financiero es analizar la viabilidad financiera del proyecto. La contabilidad refleja la realidad económica y financiera de una empresa, por lo que esta información debe ser interpretada y analizada para comprender de dónde provienen los recursos y las operaciones de la empresa. Cada parte de los estados financieros tiene un significado y un efecto sobre la estructura contable y financiera de la empresa, y este efecto debe ser identificado y, si es posible, cuantificado., (gerencie, 2019).

### **3.3.1. COSTOS e INVERSIONES**

También conocidos como costos pre operacionales, corresponden al precio de compra de los activos necesarios para poner en operación el proyecto. En resumen, son todos los costos incurridos desde la idea de un proyecto hasta la producción del primer producto o servicio. El primer paso para decidir si un proyecto es factible es determinar su costo. Conociendo los recursos financieros necesarios para la ejecución del proyecto, se podrá determinar si el trabajo a realizar es posible, (Conexión ESAN , 2018)

### **3.3.2. INFRAESTRUCTURA**

M y M MODA EN CROCHET Como proyecto, comenzará a darse a conocer y lograr ventas a través del sitio web, Whatsapp y en línea; el tejido se hará en máquinas domésticas, lo que significa que no se requieren pagos locales. La madre de cada tejedor trabaja desde casa para producir más bienes.

### **3.3.3. MAQUINARIA Y EQUIPO.**

Se hace el análisis de equipos tecnológicos que son necesarios para llevar a cabo las actividades de la empresa.

## **3.4. ESTUDIO IMPACTO AMBIENTAL**

Los impactos ambientales incluyen cambios significativos y permanentes en los ecosistemas, cuyos efectos negativos conducen a la destrucción y extinción de especies, afectando así la sustentabilidad de la vida. Según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio e Industria, la industria textil es la segunda mayor fuente de contaminación del mundo, a pesar de que crea millones de puestos de trabajo en todo el mundo. Desde la producción de la materia prima hasta su

comercialización, consume recursos naturales y energía en su proceso, por lo que es responsable del uso excesivo del agua y la contaminación asociada al 4% al 10% de emisiones de CO<sub>2</sub>, desarrollo animal, generación de residuos, que termina en vertederos (Organización de las Naciones Unidas, 2019).

Organizaciones como Forum for the Future se especializan en abordar desafíos globales clave, trabajando con empresas, gobiernos y la sociedad civil para abordar problemas de suelo, carbono del suelo, gestión del agua, escorrentía, emisiones de gases de efecto invernadero y eficiencia energética,(Forum for the Future, 2022).

Teniendo en cuenta el impacto negativo de los materiales utilizados, se proponen las siguientes medidas para hacerlos más sostenibles y respetuosos con el medio ambiente.

- Respecto a los proveedores de materiales, se debe tener en cuenta que tengan una buena política ambiental, social y cultural.
  - Diversifique los materiales para reducir su huella energética mediante el uso de plantas, animales y materiales sintéticos.
  - La fabricación bajo demanda optimiza los recursos y reduce los impactos negativos en el proceso.
  - En la elaboración de artículos tejidos a ganchillo se desarrollarán los hilos sobrantes del trabajo, a partir de los cuales realizar:

Nuevos productos: frazadas, cojines, adornos, conjuntos camiseros, peluches. Un detalle para nuestros clientes, Llaveros.

Donación: En nuestra comunidad hay niños, niñas, madres, adultos mayores de escasos recursos, pretendemos ayudar a cada grupo en el tejido para donar frazadas, calcetines, abrigos, bufandas.

## **LEGALIZACION Y FORMALIZACION.**

En cuanto a la composición legal del proyecto, de acuerdo con las reglas y requisitos, el número ideal de proyectos a crear es de comerciantes individuales. En esta etapa se consolidan los requisitos legales básicos para la creación de una empresa textil estatal.

**Tipo de sociedad a constituir:** propietario único, socio/propietario quien dirige el desarrollo de la actividad económica es quien se beneficia directamente de las utilidades obtenidas y es responsable a su vez de la pérdida de la sociedad; también es responsable del mantenimiento de la propiedad.

### **Trámites de Legalización.**

La propiedad unipersonal, según el artículo 71 de la Ley 222 de 1995, “es un procedimiento legal mediante el cual una persona u organización que reúna las condiciones comerciales necesarias puede apartar parte de su propiedad para llevar a cabo un proyecto de uno o más planes de negocios diferentes (Colombia, 1995). Para el desarrollo legal de la actividad económica, también son necesarios otros procesos.

Para su inscripción y registro, se deben realizar los siguientes trámites:

- Presentar copia del documento privado o escritura pública junto con la Carátula única empresarial.
- Completar el formulario adicional de registro para fines tributarios, con el fin de elaborar el Número de Identificación Tributaria NIT, quedar inscrito en el Registro Único Tributario RUT que lleva la DIAN.

- Cancelar el valor de los derechos de inscripción e impuesto de registro por concepto del documento de constitución y los derechos de matrícula que le liquidará el cajero con base en el capital de la empresa.
- Alta en el Censo de Empresarios de la Agencia Tributaria.
- Obtención del número identificativo de Afiliación a la Seguridad Social en la Tesorería General de la Seguridad Social (solo en caso de no tenerlo)
- Alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social.
- Inscripción de la empresa en la Tesorería territorial de la Seguridad Social, que asigna al empresario un número para su identificación y control de sus obligaciones un Código de cuenta de cotización.
- Comunicación de apertura del centro de trabajo en la consejería de Trabajo de su Comunidad Autónoma.
- Solicitud de las licencias de acuerdo con la naturaleza de trabajo de la empresa
- Obtención del número identificativo de Afiliación a la Seguridad Social en la Tesorería General de la Seguridad Social (solo en caso de no tenerlo).
- Alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social.
- Es lo estrictamente específico que aplica a la futura empresa constituida, no enunciar teorías.
- consulte en cámara y comercio Según la normatividad colombiana, los siguientes ases la cual es un sistema que ofrece la posibilidad de realizar la creación de la figura de empresario individual (autónomo) por medios telemáticos. De esta forma se evita el desplazamiento y se produce un ahorro sustancial en tiempo y costes, Es lo estrictamente específico que aplica a la futura empresa constituida, no enunciar teorías.

- Véase también Cámara y Comercio. De acuerdo con la legislación colombiana, los siguientes ases, que son sistemas que brindan la oportunidad de crear una imagen del vendedor (autónomo) utilizando métodos telemáticos. Así se evita el desplazamiento y se ahorra un tiempo y dinero valiosos .Esto es algo muy específico que funciona en la empresa conjunta del futuro, no un enunciado teórico.
- Antes de dar el nombre de una empresa, asegúrese de que no haya ningún nombre registrado en la Cámara de Comercio que sea igual o similar al que se utilizará.
- En el caso de inversión inmobiliaria, mostrar los linderos y el número de registro del predio y presentar un documento de propiedad válido. En este caso, deberá aportar un recibo a la Cámara por el pago de la tasa de registro de los derechos cancelados en la oficina de registro.
- Una vez inscrita la empresa unipersonal en la Cámara, se deberán registrar los libros de actas y contabilidad.

## 4. RESULTADOS

Los resultados obtenidos durante el diseño del plan de negocios para establecer la empresa M Y M MODA EN CROCHET a través redes sociales en la ciudad de Bucaramanga, se muestran los resultados después de la realización y análisis de los objetivos planteados:

### **4.1. Ejecutar un estudio de mercado para determinar proveedores de materia prima, posibles compradores y analizar la demanda, oferta y precio del producto, que se comercializara.**

Para conocer la aceptación de los productos en el mercado, el atractivo de estos productos para los consumidores, se realizó una encuesta, cuya información se envió a través de Internet para facilitar la recopilación y el análisis de datos.

Diseño del cuestionario.

#### M Y M MODA EN CROCHET

Cordial saludo,

Este es M y M MODA EN TEJIDO, a continuación, encontrara un breve encuesta dirigida a los clientes, con el fin de conocer sus preferencias relacionadas al tejido en crochet.

el crochet es una técnica de tejido a mano en la cual se usa un ganchillo o gancho para formar cadenas con hilos fino o gruesos de diferentes materiales. A continuación, encontrara una encuesta, agradecemos su colaboración y pedimos por favor responder sinceramente.

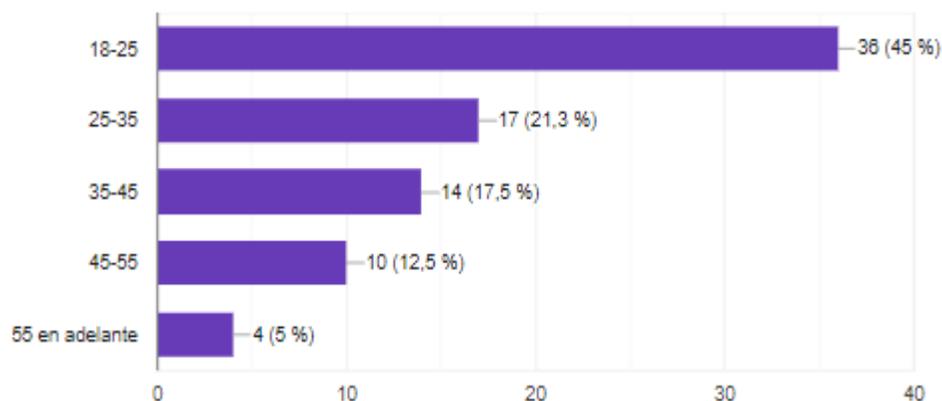
GRACIAS.

Marca con una x o responde las siguientes preguntas.

1. ¿Edad?

- (18-25)
- (25-35)
- (35-45)
- (55 en adelante)

**Figura 1: edad**

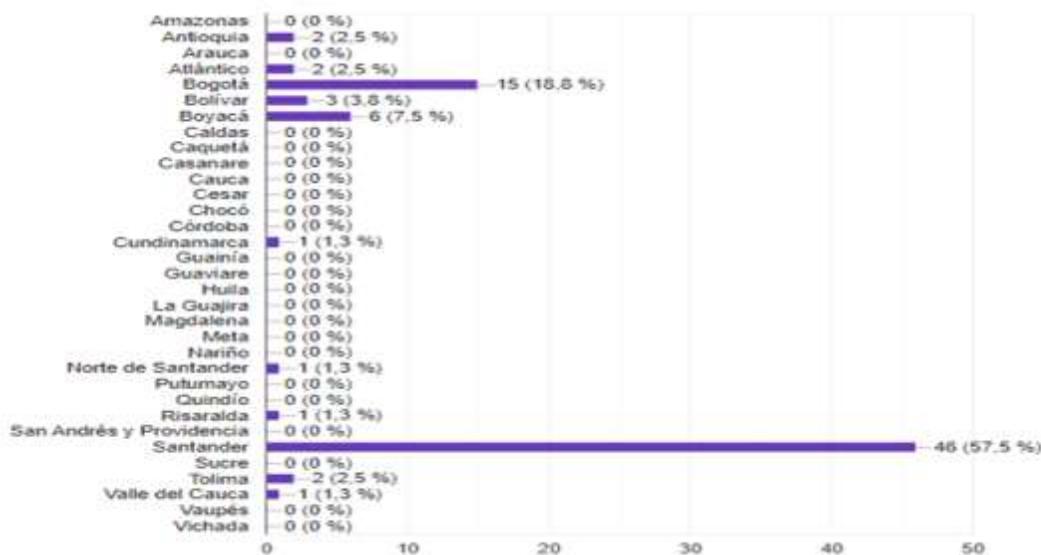


Elaboración propia

Nota: La grafica revelo que los posibles compradores se encuentran principalmente entre los 18 a 25 años.

2. Lugar de residencia.

**Figura 2: lugar de residencia**



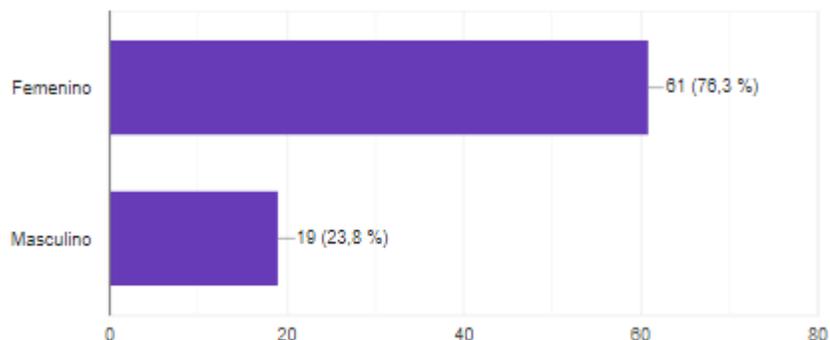
Elaboración propia

Nota: El gráfico muestra que la mayoría de los clientes potenciales son de Santander, donde las principales actividades económicas van desde el cuero y la confección hasta la avicultura y el sector agrícola. Estas diferencias mantienen la estabilidad de esta zona, que también es impulsada por su área técnica para el desarrollo del turismo.

### 3. Genero

- Masculino
- Femenino

**Figura 3: genero**



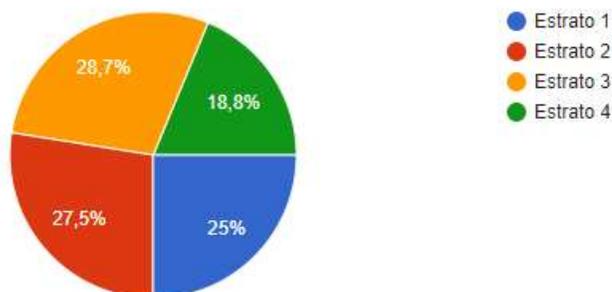
Elaboración propia

Nota: En esta pregunta se evidenció que las mujeres son las más interesadas en nuestros productos serían nuestros clientes mayoritarios con un 76,3% de la encuestadas son mujeres.

#### 4. Nivel socio económico

- ESTRATO 1
- ESTRATO 2
- ESTRATO 3
- ESTRATO 4

**Figura 4: nivel economico**



Elaboración propia

Nota: En esta pregunta notamos que nuestros clientes se encuentran en el estrato 3 ya que nuestros precios de los productos son asequibles.

5. ¿Le gusta la ropa echa a mano?

- Si
- No

**Figura 5: gusto por la ropa echa a mano**



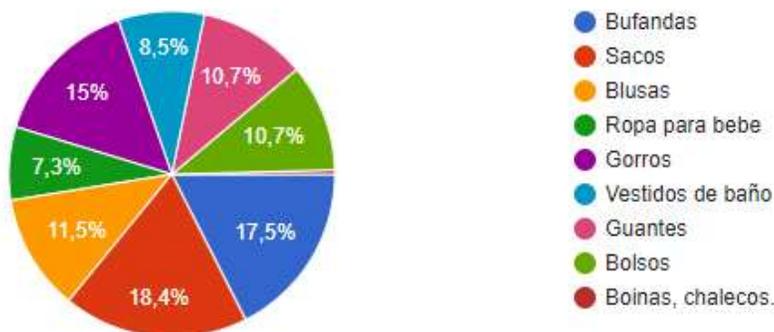
Elaboración propia

Nota: Se evidencia con la gráfica que es de agrado las prendas tejidas a mano con un 98,8%.

6. ¿Cuáles de estos productos le gustaría comprar?

- Bufandas
- Sacos
- Blusas
- Ropa para bebe
- Gorros
- Vestidos de baño
- Guantes
- Bolsos

**Figura 6 : productos favoritos para comprar**



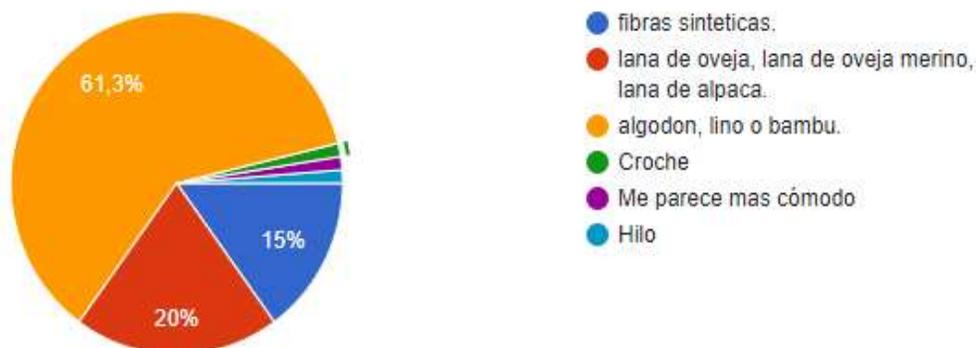
Elaboración propia

Nota: Según la gráfica en un 18,4% el producto de mayor gusto son los sacos, seguido por las bufandas con un 17,5%.

7. ¿Cuál es el material de su preferencia al momento de adquirir los siguientes artículos?

- fibras sintéticas.
- lana de oveja, lana de oveja merino, lana de alpaca.
- algodón, lino o bambú.
- Hilo
- Otro.

**Figura 7: material favorito**



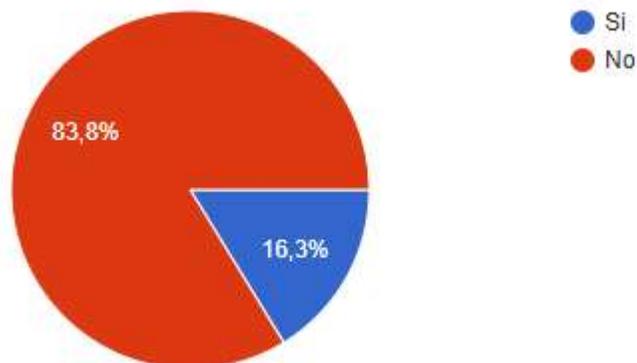
Elaboración propia

Nota: Según los resultados de esta grafica con un 61,3% eligió de preferencia las fibras naturales para nuestros productos.

8. La fibra textil puede ser naturales, sintéticas o una combinación de los dos materiales. las fibras naturales incluyen seda, lana, algodón y lino, las fibras sintéticas o artificiales incluyen, nailon, poliéster y fibra. ¿A tenido dermatitis o alergia por uso de algún material antes mencionado?

- Si
- No

**Figura 8: porcentaje de alergias por materiales en posibles compradores**



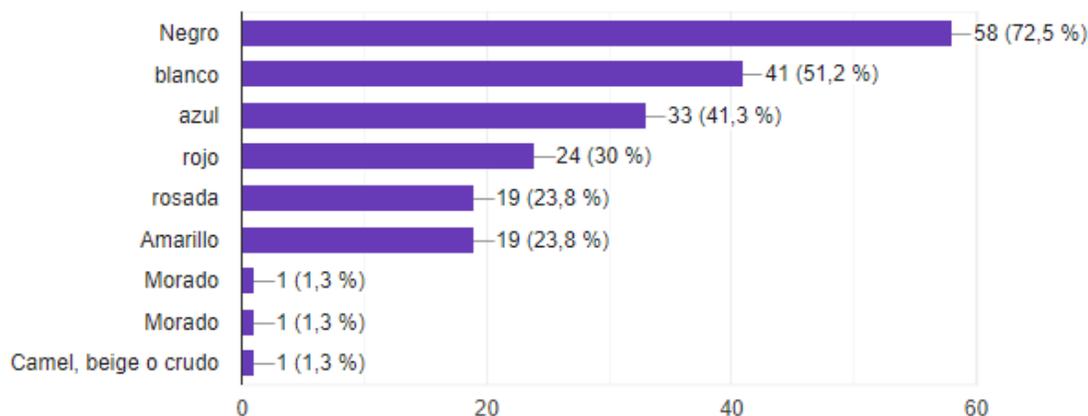
Elaboración propia

Nota: Se evidencio con un 83,3% la importancia de tener productos de buena calidad naturales y así evitar posible reacción alérgica.

9. ¿Al comprar prendas que colores prefiere?

- Negro
- blanco
- azul
- rojo
- rosado
- Otros. ¿Cual?

**Figura 9: color preferido**



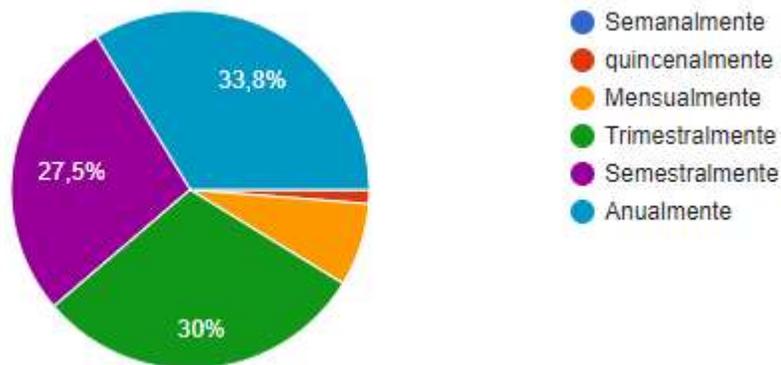
Elaboración propia

Nota: Se evidencio que el color negro es el de mayor favoritismo con un 72,5% seguido por el color blanco con un 51,2%, azul con un 41,3% y así nos dan una gama de colores para nuestros productos.

10. ¿Con que Frecuencia compra alguno de los artículos anteriores?

- Semanalmente
- Mensualmente
- Trimestralmente
- Semestralmente
- Anualmente

**Figura 10: frecuencia de compra**



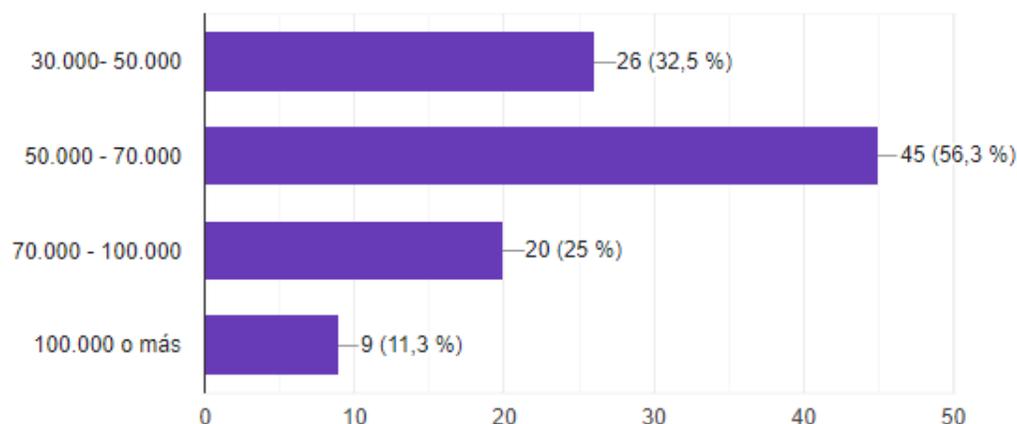
Elaboración propia

Nota: Según análisis se evidencia con un 33,8% solo incluyen una prenda tejida anualmente, debemos aumentar esta necesidad en nuestros clientes al menos trimestralmente.

11. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un artículo elaborado en tejido a crochet?

- Artículo\_\_\_\_\_
- Valor asignado \$ \_\_\_\_\_

**Figura 11: precios dispuestos a pagar por prendas**



Elaboración propia

Nota: Nota: La monto que un cliente esta dispuesto a pagar por un articulo en crchet esta entre 50.000- 70.000 pesos colombianos.

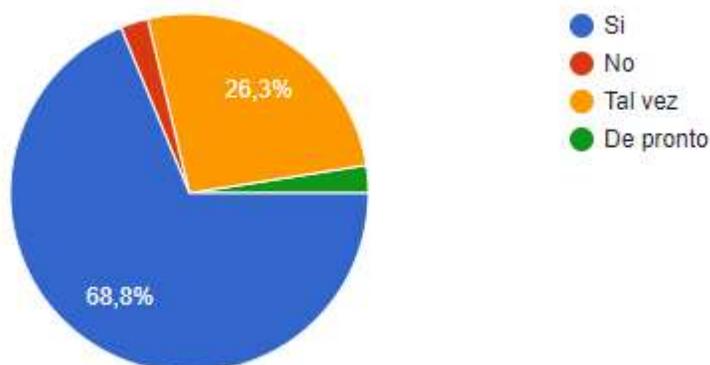
12. ¿Conoce usted almacenes que vendan o distribuyan artículos tejidas a crochet?

Respuestas más comunes:

- No conoce
- Falabella
- Crochetteando
- Maglione
- Almacén suave encanto
- Paseo Santander
- Lanas teresita
- Arte crochet 123
- Páginas y redes sociales
- Tejidos Richard

13. ¿Te gustaría visitar una tienda de solo prendas confeccionadas a crochet y ganchillo?

**Figura 12: porcentaje de aceptación tienda a crochet**



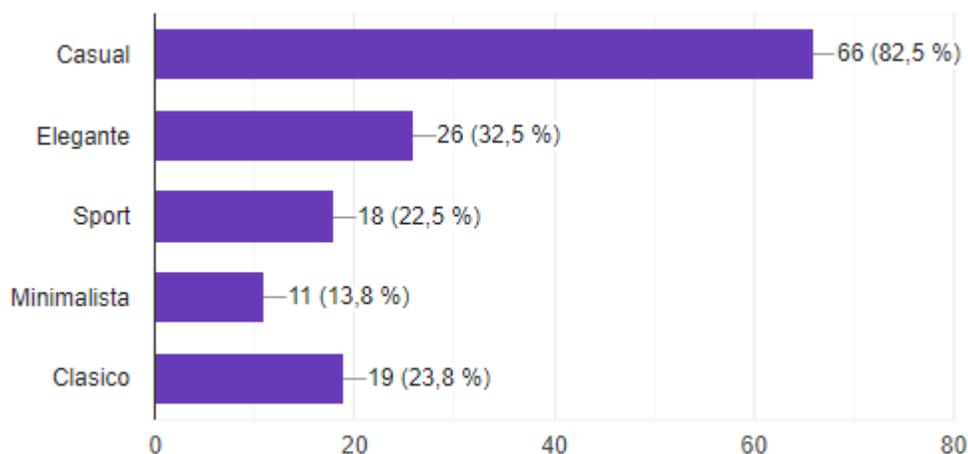
Elaboración propia

Nota: Se evidencia en la gráfica con un 68,8% los encuestados desean una tienda con productos tejidos.

14. ¿Qué estilo tienes?

- Casual
- Elegante
- Sport
- Minimalista
- Clásico

**Figura 13: estilo**



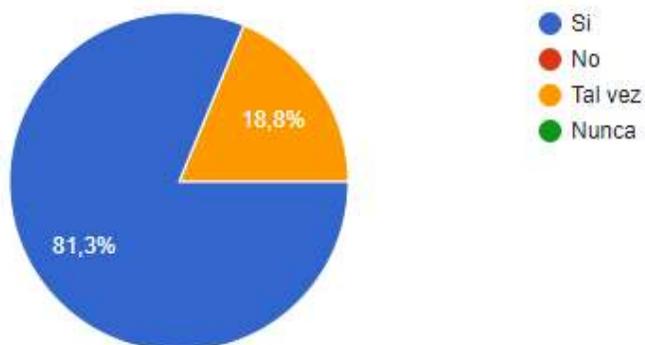
Elaboración propia

Nota: Se evidencia en la grafica que la prenda casual es la más acogida con un 82,5%, por nuestros posibles clientes.

15. ¿Le gustaría comprar alguno de los artículos antes mencionados elaborados a mano?

- Si
- No
- Tal vez
- Nunca

**Figura 14: interes en los productos**



Elaboración propia

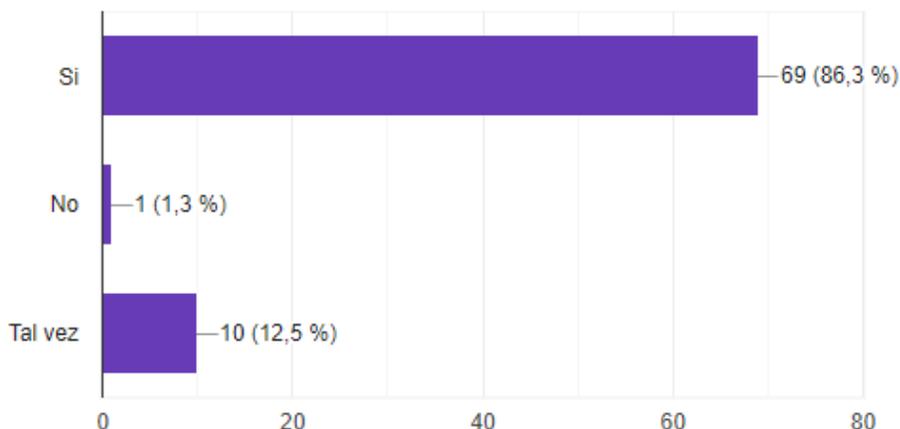
Nota: Se evidencia en nuestra grafica que los productos seleccionados son apetecidos con un 81,3%.

16. ¿Recomendarías estas prendas tejidas a mano a tus amigos?

- Si
- No

Tal vez

**Figura 15: recomendación de prendas en crochet**



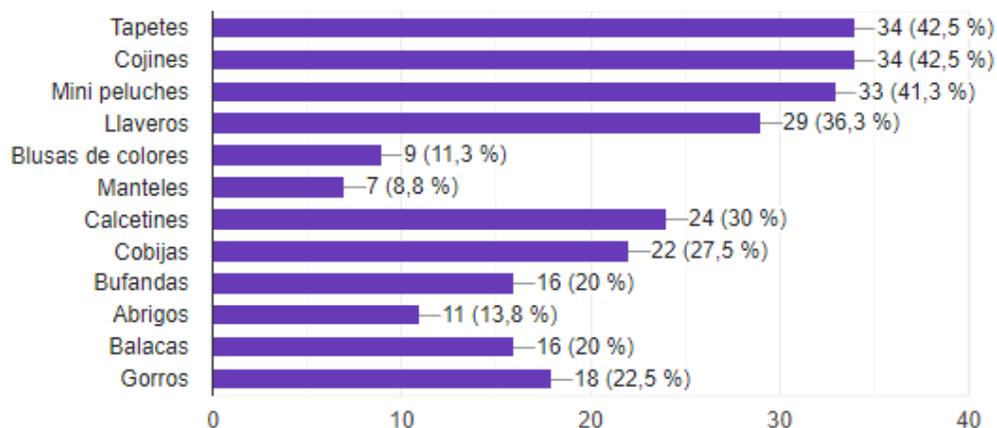
Elaboración propia

Nota: Se evidencia que un 68,3% de los encuestados recomendarían los productos.

17. ¿Qué le gustaría que se hiciera con los sobrantes de lana?

\* Puedes elegir varias opciones.

**Figura 16: sugerencia de uso para sobrantes de materia prima**



Elaboración propia

Nota: Se evidencia en la gráfica la gran variedad de sugerencias para los sobrantes de producto.

Analizando los datos de la encuesta realizada y los datos demográficos del DANE, se puede concluir que el mercado potencial se encuentra entre los 15 y 29 años, definiendo principalmente tres sectores; la encuesta muestra que el comprador objetivo tiene entre 18 y 25 años, lo que representa el 5% de la población. Cabe señalar que el 81,3% de los encuestados dijo estar listo para comprar uno de los productos y el 18,8% dijo que le podrían gustar; por otro lado, los principales mercados de Santander, Bogotá, Boyacá, algunas zonas del Eje Cafetero y el Caribe colombiano desarrollaron ofertas más rentables por su ubicación geográfica, pero esto puede variar por la versatilidad del producto, diseño, estilo y personalidad del reclamante.

Departamento	Población	15 - 29 años	Compradores potenciales	Mercado objetivo	% de compra
<u>Bogotá</u>	7.743.955	26,88	2.081.575	104.078	84.303
<u>Boyacá</u>	1.242.731	24%	298.255	14.912	12123
<u>Santander</u>	2.280.908	24,9 %	569.086	28.454	23047

Elaboración propia

**Tabla 3: Mercado meta para los departamentos de Bogotá, Boyacá y Santander.**

Teniendo en cuenta que es una tienda en línea de productos tejidos a mano con técnica crochet y palillo se espera que la participación en el mercado al iniciar alcance un 0.5% por tanto el mercado meta es de 11.423 personas entre los 18 a 25 años.

### PROVEEDORES.

Con el fin de conocer más sobre los posibles compradores, competencia, proveedores y formas de comercializar y distribuir.

Producto	Empresa	Contacto	Página web
Insumos para confección y tejeduría	Hilanager	+57 (1)2774784	<a href="http://www.hilanager.com/index.html">Http://www.hilanager.com/index.html</a>
	Entre lanas	Calle 53 # 17-24, Bogotá d.c. Local 108 y 203, centro comercial el monasterio Bogotá d.c., Colombia	<a href="https://www.entrelanas.com/pages/contacto">Https://www.entrelanas.com/pages/contacto</a>
Telas	Lafayette Colombia	3103157004	<a href="https://lafayette.com/">https://lafayette.com/</a>

*Elaboración propia*

Tabla 4: Posibles proveedores para M y M moda en tejido.

#### 4.2. Determinar los procedimientos para la legalización y formalización de una empresa especializada en la producción de artículos hechos a crochet, información legal y de formalización.

Luego de la investigación se apuntaron los trámites que deben realizar las entidades para su formalización y legalización como requisito de los empresarios, para que

sus emprendimientos puedan acceder a productos y servicios estipulados por la ley y entidades financieras

La ley 222 de 1995 contempla la creación de empresas unipersonales, que es distinta a una sociedad unipersonal o a una SAS, señala que:

Mediante la Empresa Unipersonal una persona natural o jurídica que reúna las características requeridas para ejercer el comercio podrá destinar parte de sus activos para la realización de una o varias actividades comerciales

La Empresa Unipersonal, una vez inscrita en el registro mercantil, forma una persona jurídica, se adjunta documentación en archivo PDF.

**4.3. Elaborar la investigación financiera para determinar las inversiones que se realizarán en la creación, fabricación y comercialización del producto, mediante la cotización de materiales y plataformas digitales, contratación de recursos humanos y distribución.**

El estudio de factibilidad financiera establece que el proyecto está diseñado para satisfacer necesidades específicas del mercado, teniendo en cuenta el uso de recursos humanos, materiales y tecnología, además, los materiales sobrantes se reciclan para proteger el medio ambiente, estos puntos pueden reducir los costos sin comprometer la calidad del producto. Yo en algunos casos es económicamente posible, porque el proceso de creación, fabricación y venta del producto es bajo y muy rentable. Se anexa formatos en Excel

INVERSIONES.

F-DC-125 INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO VERSIÓN: 1.0

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Marketing digital Facebook e Instagram	2	\$ 450.000	\$ 900.000
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>		<b>\$ 900.000</b>

Tabla 5: Maquinaria, equipos e insumos

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
estantería	1	\$ 200.000	\$ 200.000
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>\$ 200.000</b>

Tabla 6. Muebles y enseres

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios	2	\$ 300.000	\$ 600.000
Sillas	2	\$ 170.000	\$ 340.000
Computador (portátil hp)	2	\$ 1.650.000	\$ 3.300.000
Telefono	2	\$ 100.000	\$ 200.000
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>		<b>\$ 4.440.000</b>

Tabla 7: Equipos de oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Ganchillo de aluminio de 10 mm	5	\$ 4.500	\$ 22.500
Ganchillo de aluminio de 2 mm	5	\$ 2.800	\$ 14.000
Ganchillo de aluminio de 2,5 mm	5	\$ 2.800	\$ 14.000
Ganchillo de aluminio de 3 mm	5	\$ 2.900	\$ 14.500
Ganchillo de aluminio de 4 mm	5	\$ 3.300	\$ 16.500
Ganchillo de aluminio de 5 mm	5	\$ 3.500	\$ 17.500
Ganchillo de aluminio de 6 mm	5	\$ 3.700	\$ 18.500
Ganchillo de aluminio de 7 mm	5	\$ 3.900	\$ 19.500
Ganchillo de aluminio de 8 mm	5	\$ 4.100	\$ 20.500
Ganchillo de aluminio de 9 mm	5	\$ 4.300	\$ 21.500
Dos agujas de 3 mm - 5 mm	5	\$ 3.000	\$ 15.000
Marca Puntos Ganchos Paquete x 20	5	\$ 3.000	\$ 15.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 209.000</b>

Tabla 8: Herramientas

CONCEPTO	VALOR
Maquinaria, equipos e insumos	Tabla 1 \$ 900.000
Muebles y enseres	Tabla 2 \$ 200.000
Equipos de oficina	Tabla 3 \$ 4.440.000
Herramientas	Tabla 4 \$ 209.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.749.000</b>

Tabla 9: Inversión Fija

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	\$ 500.000
Licencia de Funcionamiento	\$ 258.000
Escritura de Constitución	\$ 344.000
Registro de libros y documentos	\$ 19.500
Registro mercantil	\$ 400.000
Avisos	\$ 200.000
Imprevistos	\$ 200.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.921.500</b>

<b>Valor Amortización Anual (Por cinco años)</b>	<b>\$ 384.300</b>
--	-------------------

Tabla 10: Inversión Diferida

### COSTOS Y GASTOS

ÍTEM	VALOR	TIEMPO POR DEPRECIAR	VALOR DE SALVAMENTO	VALOR PARA DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Maquinaria, equipos e insumos	\$ 900.000	10		\$ 900.000	\$ 750	\$ 90.000
Muebles y enseres	\$ 200.000	10		\$ 200.000	\$ 167	\$ 20.000
Equipos de oficina	\$ 4.440.000	5	\$ -	\$ 4.440.000	\$ 14.800	\$ 888.000
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 5.540.000</b>	<b>\$ 15.717</b>	<b>\$ 998.000</b>

Tabla 11: depreciaciones

MATERIALES	UNIDAD	CONSUMO POR UNIDAD	VALOR UNIDAD DE MATERIAL	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO MENSUAL
Hilo ( x ) color x 50 gr 100 % algodón para gorro pasa montañas	und	1,0	\$ 7.200	\$ 7.200	\$ 1.620.000	\$ 135.000
Lana (x) color x 200 gr 100 % algodón para bufandas	und	0,8	\$ 14.500	\$ 11.600	\$ 5.800.000	\$ 483.333
Hilo ( x ) color x 200 gr 100 % algodón para blusas talla unica	und	0,8	\$ 8.500	\$ 6.800	\$ 2.040.000	\$ 170.000
Hilo ( x ) color x 100 gr 100 % algodón Vestido de baño una pieza	und	0,7	\$ 8.500	\$ 5.950	\$ 892.500	\$ 74.375

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE  
F-DC-125 INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO VERSIÓN: 1.0

Hilo ( x ) color x 100 gr 100 % algodón Vestido de baño dos pieza	und	1,0	\$ 8.500	\$ 8.500	\$ 1.105.000	\$ 92.083
Lana (x) color x 200 gr 100 % algodón para guantes	und	0,3	\$ 14.500	\$ 4.350	\$ 783.000	\$ 65.250
Lana (x) color x 200 gr 100 % algodón para sueter	und	2,0	\$ 14.500	\$ 29.000	\$ 7.830.000	\$ 652.500
Lana (x) color x 300 gr 100 % algodón para pasminas	und	0,5	\$ 16.000	\$ 8.000	\$ 960.000	\$ 80.000
Hilo (x) color x 100 gr acrílico para vestidos dama	und	4,0	\$ 7.500	\$ 30.000	\$ 2.100.000	\$ 175.000
Hilo ( x ) color x 200 gr 100 % algodón vestidos para niña	und	0,8	\$ 8.500	\$ 6.375	\$ 605.625	\$ 50.469
Hilo ( x ) color x 200 gr 100 % algodón pantalon niño	und	0,3	\$ 8.500	\$ 2.550	\$ 127.500	\$ 10.625
Hilo ( x ) color x 200 gr 100 % algodón para short	und	0,5	\$ 8.500	\$ 4.250	\$ 297.500	\$ 24.792
Hilo ( x ) color x 200 gr 100 % algodón para salidas de baño	und	1,5	\$ 8.500	\$ 12.750	\$ 2.231.250	\$ 185.938
Lana (x) color x 300 gr 100 % algodón ropa para bebe	und	0,3	\$ 16.500	\$ 4.950	\$ 1.237.500	\$ 103.125
Hilaza ( x ) color x 100 gr 100 % algodón para zapatos	und	1,5	\$ 11.500	\$ 17.250	\$ 3.105.000	\$ 258.750
Lana (x) color x 300 gr 100 % algodón para escarpines	und	0,08	\$ 16.500	\$ 1.320	\$ 198.000	\$ 16.500
Hilo ( x ) color x 200 gr 100 % algodón para bleizer	und	2,5	\$ 8.500	\$ 21.250	\$ 1.806.250	\$ 150.521
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 10.913</b>	<b>\$ 32.739.125</b>	<b>\$ 2.728.260</b>

**Tabla 12: Materia Prima (Insumos)**

Unidades a producir      Unidades proyectadas a producir      Cuadro      3.000      unidades anuales

1 Gorros pasa montañas	225
2 Bufandas	500
3 Blusas	300
4 Vestido de baño una pieza	150
5 Vestido de baño 2 piezas	130
6 Guantes	180
7 Sueter	270
8 Pasminas	120
9 Vestidos dama	70
10 Vestidos niña	95

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

F-DC-125 INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO VERSIÓN: 1.0

11 Pantalón niño	50
12 Short	70
13 Salidas de baño	175
14 Ropa para bebé	250
15 Zapatos	180
16 Escarpines	150
17 Bleizer	85
	3.000 Unidades año

Calculo Costo Tejidos/Manualidades							
PRODUCTO	Horas Mano de Obra	Costo Material	Mano de Obra (hora)	Total Mano de Obra por unidad	Total Costo producción por unidad	Cantidades Anuales a Producir	Total Costo producción anual
Gorros pasa montañas	2	\$ 7.200	\$ 4.655	\$ 9.310	\$ 16.510	225	\$ 3.714.698
Bufandas		\$ 11.600	\$ 4.655	\$ 0	\$ 11.600	500	\$ 5.800.000
Blusas	10	\$ 6.800	\$ 4.655	\$ 46.549	\$ 53.349	300	\$ 16.004.650
Vestido de baño una pieza		\$ 5.950	\$ 4.655	\$ 0	\$ 5.950	150	\$ 892.500
Vestido de baño 2 piezas	24	\$ 8.500	\$ 4.655	\$ 111.717	\$ 120.217	130	\$ 15.628.236
Guantes	3	\$ 4.350	\$ 4.655	\$ 13.965	\$ 18.315	180	\$ 3.296.637
Sueter	10	\$ 29.000	\$ 4.655	\$ 46.549	\$ 75.549	270	\$ 20.398.185
Pasminas	10	\$ 8.000	\$ 4.655	\$ 46.549	\$ 54.549	120	\$ 6.545.860
Vestidos dama	24	\$ 30.000	\$ 4.655	\$ 111.717	\$ 141.717	70	\$ 9.920.204
Vestidos niña		\$ 6.375	\$ 4.655	\$ 0	\$ 6.375	95	\$ 605.625
Pantalón niño		\$ 2.550	\$ 4.655	\$ 0	\$ 2.550	50	\$ 127.500
Short	9	\$ 4.250	\$ 4.655	\$ 41.894	\$ 46.144	70	\$ 3.230.077
Salidas de baño		\$ 12.750	\$ 4.655	\$ 0	\$ 12.750	175	\$ 2.231.250
Ropa para bebé		\$ 4.950	\$ 4.655	\$ 0	\$ 4.950	250	\$ 1.237.500
Zapatos	23	\$ 17.250	\$ 4.655	\$ 107.062	\$ 124.312	180	\$ 22.376.217
Escarpines		\$ 1.320	\$ 4.655	\$ 0	\$ 1.320	150	\$ 198.000
Bleizer		\$ 21.250	\$ 4.655	\$ 0	\$ 21.250	85	\$ 1.806.250

**\$ 535.312**

**\$ 114.013.388**

**Tabla 13: Mano de Obra Directa**

salario mensual	1.000.000
auxilio transporte	117.172

**Mano de Obra Directa Anual \$ 114.013.388**

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

F-DC-125

VERSIÓN: 1.0

**Tabla 14: mano de obra directa anual**

CONCEPTO	FACTOR
Cesantías	8,333%
Interés cesantías	1,000%
Vacaciones	4,170%
Prima	8,333%
Parafiscales	9,000%
Salud y pensión	20,500%
Dotación	7,000%
Riesgos profesionales	0,522%
<b>TOTAL FACTOR PRESTACIONAL</b>	<b>58,858%</b>

**Tabla 15: factores prestacionales**

ÍTEM	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento 5%	\$ 45.000	\$ 540.000
Seguros 1%	\$ 9.000	\$ 108.000
Depreciación Maquinaria y Equipos	\$ 15.717	\$ 188.600
Depreciación Herramientas		\$ -
Servicios	\$ 285.000	\$ 3.420.000
Otros		\$ -
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 354.717</b>	<b>\$ 4.256.600</b>

**Tabla 16: Costos Indirectos de Fabricación**

ÍTEM	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mano de Obra Directa MOD	\$ 9.501.116	\$ 114.013.388
Materia Prima	\$ 2.728.260	\$ 32.739.125
Costos Indirectos de Fabricación CIF	\$ 354.717	\$ 4.256.600
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 12.584.093</b>	<b>\$ 151.009.113</b>

**Tabla 17: total costos de producción**

**Tabla 18: Gasto de Personal Administrativo**

ÍTEM	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento 5%	\$ 100.000	\$ 1.200.000

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

F-DC-125 VERSIÓN: 1.0

ÍTEM	SALARIO BÁSICO	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	FACTOR PRESTACIONAL	ASIGNACIÓN MENSUAL		TOTAL ANUAL
				UNITARIO	TOTAL	
Jefa de producción	\$ 1.800.000	\$ -	\$ 1.059.444	\$ 2.859.444	\$ 2.859.444	\$ 34.313.328
Jefa de ventas	\$ 1.800.000	\$ -	\$ 1.059.444	\$ 2.859.444	\$ 2.859.444	\$ 34.313.328
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.600.000</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 2.118.888</b>	<b>\$ 5.718.888</b>	<b>\$ 5.718.888</b>	<b>\$ 68.626.656</b>
Seguros			1%		\$ 46.400	\$ 556.800
Depreciación Muebles y Enseres					\$ 167	\$ 2.000
Depreciación Equipos de Oficina					\$ 14.800	\$ 177.600
Imprevistos					\$ 200.000	\$ 2.400.000
Publicidad					\$ 500.000	\$ 6.000.000
Papelería					\$ 50.000	\$ 600.000
Amortización de Direridos					\$ 32.025	\$ 384.300
Contratación Externa (contables)					\$ 150.000	\$ 1.800.000
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 1.093.392</b>	<b>\$ 13.120.700</b>

Tabla 19: Gastos de Administración

ÍTEM			VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gasto de Personal Administrativo	Tabla	16	\$ 5.718.888	\$ 68.626.656
Gastos de Administración	Tabla	17	\$ 1.093.392	\$ 13.120.700
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 6.812.280</b>	<b>\$ 81.747.356</b>

Tabla 20: Gasto de Administración y Ventas

GASTOS FINANCIEROS			VALOR MES
Monto de Intereses mes 1	Tabla	22	\$ 490.000
Monto de intereses mes 2	Tabla	22	\$ 484.735
Monto de intereses mes 3	Tabla	22	\$ 479.396

Tabla 21: Gastos Financieros

Se necesitan recursos para 3 meses

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR MES	VALOR A NECESITAR
Costos de Producción	\$ 12.584.093	\$ 37.752.278
Gastos de Administración y Ventas	\$ 6.812.280	\$ 20.436.839
Gastos Financieros	\$ 490.000	\$ 974.735
Gravamen del 4 x 1.000	\$ 146.424	\$ 439.272
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 19.886.372</b>	<b>\$ 59.603.124</b>

Tabla 22: Capital de Trabajo

INVERSIÓN TOTAL	VALOR
Inversión Fija	\$ 5.749.000
Inversión Diferida	\$ 1.921.500
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 59.603.124
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 67.273.624</b>

Tabla 23: Inversión Total

Definición de aportes			
Aportes de los socios	\$ 32.273.624	\$ 20.182.087	
Crédito a solicitar	\$ 35.000.000	\$ 47.091.537	
	\$ 67.273.624		100%
	\$ 32.273.624		48%
	\$ 35.000.000		52%

Tabla 24: Definición de aportes

## CREDITO

<b>VALOR A PRESTAR</b>	\$ 35.000.000	
<b>TIEMPO</b>	60,00	Meses
<b>TASA MENSUAL</b>	1,40%	Mensual
<b>VALOR PAGO</b>	\$ 866.080,72	Mensual

CUOTA	PAGO	INTERESES	ABONO A CAPITAL	SALDO
0				\$ 35.000.000,00

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

F-DC-125 INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO VERSIÓN: 1.0

1	\$ 866.080,72	\$ 490.000,00	\$ 376.080,72	\$ 34.623.919,28
2	\$ 866.080,72	\$ 484.734,87	\$ 381.345,85	\$ 34.242.573,43
3	\$ 866.080,72	\$ 479.396,03	\$ 386.684,69	\$ 33.855.888,73
4	\$ 866.080,72	\$ 473.982,44	\$ 392.098,28	\$ 33.463.790,45
5	\$ 866.080,72	\$ 468.493,07	\$ 397.587,66	\$ 33.066.202,80
6	\$ 866.080,72	\$ 462.926,84	\$ 403.153,88	\$ 32.663.048,91
7	\$ 866.080,72	\$ 457.282,68	\$ 408.798,04	\$ 32.254.250,88
8	\$ 866.080,72	\$ 451.559,51	\$ 414.521,21	\$ 31.839.729,67
9	\$ 866.080,72	\$ 445.756,22	\$ 420.324,51	\$ 31.419.405,16
10	\$ 866.080,72	\$ 439.871,67	\$ 426.209,05	\$ 30.993.196,11
11	\$ 866.080,72	\$ 433.904,75	\$ 432.175,98	\$ 30.561.020,13
12	\$ 866.080,72	\$ 427.854,28	\$ 438.226,44	\$ 30.122.793,69
13	\$ 866.080,72	\$ 421.719,11	\$ 444.361,61	\$ 29.678.432,08
14	\$ 866.080,72	\$ 415.498,05	\$ 450.582,67	\$ 29.227.849,41
15	\$ 866.080,72	\$ 409.189,89	\$ 456.890,83	\$ 28.770.958,58
16	\$ 866.080,72	\$ 402.793,42	\$ 463.287,30	\$ 28.307.671,28
17	\$ 866.080,72	\$ 396.307,40	\$ 469.773,32	\$ 27.837.897,95
18	\$ 866.080,72	\$ 389.730,57	\$ 476.350,15	\$ 27.361.547,80
19	\$ 866.080,72	\$ 383.061,67	\$ 483.019,05	\$ 26.878.528,75
20	\$ 866.080,72	\$ 376.299,40	\$ 489.781,32	\$ 26.388.747,43
21	\$ 866.080,72	\$ 369.442,46	\$ 496.638,26	\$ 25.892.109,17
22	\$ 866.080,72	\$ 362.489,53	\$ 503.591,19	\$ 25.388.517,98
23	\$ 866.080,72	\$ 355.439,25	\$ 510.641,47	\$ 24.877.876,51
24	\$ 866.080,72	\$ 348.290,27	\$ 517.790,45	\$ 24.360.086,06
25	\$ 866.080,72	\$ 341.041,20	\$ 525.039,52	\$ 23.835.046,54
26	\$ 866.080,72	\$ 333.690,65	\$ 532.390,07	\$ 23.302.656,47
27	\$ 866.080,72	\$ 326.237,19	\$ 539.843,53	\$ 22.762.812,94
28	\$ 866.080,72	\$ 318.679,38	\$ 547.401,34	\$ 22.215.411,60
29	\$ 866.080,72	\$ 311.015,76	\$ 555.064,96	\$ 21.660.346,64
30	\$ 866.080,72	\$ 303.244,85	\$ 562.835,87	\$ 21.097.510,77
31	\$ 866.080,72	\$ 295.365,15	\$ 570.715,57	\$ 20.526.795,20
32	\$ 866.080,72	\$ 287.375,13	\$ 578.705,59	\$ 19.948.089,61
33	\$ 866.080,72	\$ 279.273,25	\$ 586.807,47	\$ 19.361.282,14
34	\$ 866.080,72	\$ 271.057,95	\$ 595.022,77	\$ 18.766.259,37
35	\$ 866.080,72	\$ 262.727,63	\$ 603.353,09	\$ 18.162.906,28
36	\$ 866.080,72	\$ 254.280,69	\$ 611.800,03	\$ 17.551.106,24
37	\$ 866.080,72	\$ 245.715,49	\$ 620.365,23	\$ 16.930.741,01
38	\$ 866.080,72	\$ 237.030,37	\$ 629.050,35	\$ 16.301.690,66
39	\$ 866.080,72	\$ 228.223,67	\$ 637.857,05	\$ 15.663.833,61
40	\$ 866.080,72	\$ 219.293,67	\$ 646.787,05	\$ 15.017.046,56
41	\$ 866.080,72	\$ 210.238,65	\$ 655.842,07	\$ 14.361.204,49

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

42	\$ 866.080,72	\$ 201.056,86	\$ 665.023,86	\$ 13.696.180,63
43	\$ 866.080,72	\$ 191.746,53	\$ 674.334,19	\$ 13.021.846,44
44	\$ 866.080,72	\$ 182.305,85	\$ 683.774,87	\$ 12.338.071,56
45	\$ 866.080,72	\$ 172.733,00	\$ 693.347,72	\$ 11.644.723,84
46	\$ 866.080,72	\$ 163.026,13	\$ 703.054,59	\$ 10.941.669,25
47	\$ 866.080,72	\$ 153.183,37	\$ 712.897,35	\$ 10.228.771,90
48	\$ 866.080,72	\$ 143.202,81	\$ 722.877,92	\$ 9.505.893,99
49	\$ 866.080,72	\$ 133.082,52	\$ 732.998,21	\$ 8.772.895,78
50	\$ 866.080,72	\$ 122.820,54	\$ 743.260,18	\$ 8.029.635,60
51	\$ 866.080,72	\$ 112.414,90	\$ 753.665,82	\$ 7.275.969,78
52	\$ 866.080,72	\$ 101.863,58	\$ 764.217,15	\$ 6.511.752,63
53	\$ 866.080,72	\$ 91.164,54	\$ 774.916,19	\$ 5.736.836,45
54	\$ 866.080,72	\$ 80.315,71	\$ 785.765,01	\$ 4.951.071,43
55	\$ 866.080,72	\$ 69.315,00	\$ 796.765,72	\$ 4.154.305,71
56	\$ 866.080,72	\$ 58.160,28	\$ 807.920,44	\$ 3.346.385,27
57	\$ 866.080,72	\$ 46.849,39	\$ 819.231,33	\$ 2.527.153,94
58	\$ 866.080,72	\$ 35.380,16	\$ 830.700,57	\$ 1.696.453,37
59	\$ 866.080,72	\$ 23.750,35	\$ 842.330,37	\$ 854.123,00
60	\$ 866.080,72	\$ 11.957,72	\$ 854.123,00	\$ -0,00

Tabla 25: Amortización De Crédito

AÑO	PAGOS	INTERESES	ABONO A CAPITAL	SALDO
1	\$ 10.392.968,66	\$ 5.515.762,36	\$ 4.877.206,31	\$ 30.122.793,69
2	\$ 10.392.968,66	\$ 4.630.261,03	\$ 5.762.707,64	\$ 24.360.086,06
3	\$ 10.392.968,66	\$ 3.583.988,85	\$ 6.808.979,81	\$ 17.551.106,24
4	\$ 10.392.968,66	\$ 2.347.756,41	\$ 8.045.212,26	\$ 9.505.893,99
5	\$ 10.392.968,66	\$ 887.074,68	\$ 9.505.893,99	\$ -0,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 51.964.843,32</b>	<b>\$ 16.964.843,32</b>	<b>\$ 35.000.000,00</b>	

Tabla 26: Resumen del Crédito

### COSTOS RESUMEN

Basado en un nivel de producción de 3000 unidades anuales

COSTOS FIJOS	VALOR ANUAL
Mano de Obra Directa MOD	\$ 114.013.388
Costos Indirectos de Fabricación Fijos	\$ 836.600
Servicios	
Depreciación	\$ 188.600,00
Mantenimiento	\$ 540.000,00

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

Seguros	\$ 108.000,00	
Nomina		\$ 68.626.656
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 183.476.644</b>

Tabla 27: Costos Fijos

COSTOS VARIABLES	VALOR ANUAL
Materia Prima	\$ 32.739.125
Costos Indirectos de Fabricación Variable	\$ 3.420.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 36.159.125</b>

Tabla 28: costos variables

COSTOS TOTALES UNITARIOS	VALOR ANUAL	COSTO POR UNIDAD
Total Anual de Costos Fijos	\$ 183.476.644	\$ 61.159
Total Anual de Costos Variables	\$ 36.159.125	\$ 12.053
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 219.635.769</b>	<b>\$ 73.212</b>

Tabla 29: Costos Totales Unitarios

## PROYECCIONES

Año cero: 2022

### márgenes de crecimiento

	Mes	Año 2.023	Año 2.024	Año 2.025	Año 2.026	Año 2.027
Unidades Por Vender	250	3.000	3.060	3.121	3.184	3.247
Incremento en Ventas			2,00%	2,00%	2,00%	2,00%

Unidades Proyectadas a Producir 3.000

Tabla 30: Proyección de Unidades Por Vender

Costos Totales Unitarios	\$ 73.212
Margen de Utilidad	50%
Precio de Venta	\$ 146.424

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costos totales}}{1 - \% \text{ Utilidad}}$$

Precio de Venta \$ 146.424

Tabla 31: Cálculo del Precio de Venta

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

ley 1429		1	2	3	4	5
Tasa de impuesto	30%	0	0	7,50%	15,00%	22,50%

	Año 2.023	Año 2.024	Año 2.025	Año 2.026	Año 2.027
Ingresos Operacionales (Por Ventas)	\$ 439.271.538	\$ 448.056.969	\$ 457.018.108	\$ 466.158.470	\$ 475.481.640
Devolución en Ventas	\$ 4.392.715	\$ 4.480.570	\$ 4.570.181	\$ 4.661.585	\$ 4.754.816
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 434.878.823</b>	<b>\$ 443.576.399</b>	<b>\$ 452.447.927</b>	<b>\$ 461.496.886</b>	<b>\$ 470.726.823</b>

<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 219.635.769</b>	<b>\$ 224.028.484</b>	<b>\$ 228.509.054</b>	<b>\$ 233.079.235</b>	<b>\$ 237.740.820</b>
-----------------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 215.243.054</b>	<b>\$ 219.547.915</b>	<b>\$ 223.938.873</b>	<b>\$ 228.417.650</b>	<b>\$ 232.986.003</b>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>	<b>\$ 81.747.356</b>	<b>\$ 86.652.197</b>	<b>\$ 91.851.329</b>	<b>\$ 97.362.409</b>	<b>\$ 103.204.153</b>
--	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	-----------------------

<b>UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS</b>	<b>\$ 133.495.698</b>	<b>\$ 132.895.717</b>	<b>\$ 132.087.544</b>	<b>\$ 131.055.241</b>	<b>\$ 129.781.850</b>
--	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Gastos Financieros	\$ 5.515.762	\$ 4.630.261	\$ 3.583.989	\$ 2.347.756	\$ 887.075
Amortización	\$ 4.877.206	\$ 5.762.708	\$ 6.808.980	\$ 8.045.212	\$ 9.505.894

<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>\$ 123.102.729</b>	<b>\$ 122.502.749</b>	<b>\$ 121.694.575</b>	<b>\$ 120.662.273</b>	<b>\$ 119.388.881</b>
-----------------------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Provisión para Impuestos	0%	\$ -	\$ 9.187.706	\$ 18.254.186	\$ 27.149.011	\$ 35.816.664
--------------------------	----	------	--------------	---------------	---------------	---------------

<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 123.102.729</b>	<b>\$ 113.315.043</b>	<b>\$ 103.440.389</b>	<b>\$ 93.513.261</b>	<b>\$ 83.572.217</b>
----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	----------------------	----------------------

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas		434.878.823	443.576.399	452.447.927	461.496.886	470.726.823
<b>TOTAL ENTRADAS</b>		434.878.823	443.576.399	452.447.927	461.496.886	470.726.823
Costo de Mercancia		219.635.769	224.028.484	228.509.054	233.079.235	237.740.820
Cuenta por pagar a proveedores		2.728.260	2.728.260	2.728.260	2.728.260	2.728.260
Gastos funcionamiento		81.747.356	86.652.197	91.851.329	97.362.409	103.204.153
Pago de impuesto Renta		0	9.187.706	18.254.186	27.149.011	35.816.664
Gasto Financiero		5.515.762	4.630.261	3.583.989	2.347.756	887.075
Amortización		4.877.206	5.762.708	6.808.980	8.045.212	9.505.894
<b>TOTAL EGRESOS</b>		314.504.354	332.989.617	351.735.799	370.711.885	389.882.867
Inversión	32.273.624					
Crédito recibido	35.000.000					
Capital de trabajo	59.603.124					
Flujo Neto Anual	-56.876.747	120.374.469	110.586.782	100.712.128	90.785.001	80.843.956
Flujo Neto Acumulado (balance)		120.374.469	230.961.251	331.673.379	422.458.380	503.302.337
<b>SALDO FINAL DE CAJA (PRI)</b>	<b>-56.876.747</b>	<b>63.497.721</b>	<b>174.084.503</b>	<b>274.796.632</b>	<b>365.581.633</b>	<b>446.425.589</b>
RESERVAS	\$	12.310.273	\$ 11.331.504	\$ 10.344.039	\$ 9.351.326	\$ 8.357.222
<b>Margen utilidad neta</b>		28,31%	25,55%	22,86%	20,26%	17,75%

Tabla 32: Estado de Resultados Projectado

Tabla 33: Balance General Projectado

## FLUJO DE CAJA

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE  
F-DC-125 INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO VERSIÓN: 1.0

Caja y Bancos	\$ 59.603.124	\$ 63.497.721	\$ 174.084.503	\$ 274.796.632	\$ 365.581.633	\$ 446.425.589
Cartera (Cuentas por Cobrar)		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventarios						
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 59.603.124</b>	<b>\$ 63.497.721</b>	<b>\$ 174.084.503</b>	<b>\$ 274.796.632</b>	<b>\$ 365.581.633</b>	<b>\$ 446.425.589</b>

Maquinaria y Equipo	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000
Muebles y Enseres	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Equipos de Oficina	\$ 4.440.000	\$ 4.440.000	\$ 4.440.000	\$ 4.440.000	\$ 4.440.000	\$ 4.440.000
Herramientas	\$ 209.000	\$ 209.000	\$ 209.000	\$ 209.000	\$ 209.000	\$ 209.000
Depreciación Acumulada	\$ 188.600	\$ 188.600	\$ 188.600	\$ 188.600	\$ 188.600	\$ 188.600
<b>Total Activo Fijo Neto</b>	<b>\$ 5.937.600</b>					

Activos Diferidos	\$ 1.921.500	\$ 1.921.500	\$ 1.921.500	\$ 1.921.500	\$ 1.921.500	\$ 1.921.500
Amortización Diferida	\$ -	\$ 384.300	\$ 384.300	\$ 384.300	\$ 384.300	\$ 384.300
<b>Activo Diferido Neto</b>	<b>\$ 1.921.500</b>	<b>\$ 2.305.800</b>				

<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 67.462.224</b>	<b>\$ 71.741.121</b>	<b>\$ 182.327.903</b>	<b>\$ 283.040.032</b>	<b>\$ 373.825.033</b>	<b>\$ 454.668.989</b>
Obligaciones Financieras	\$ 4.877.206	\$ 4.877.206	\$ 5.762.708	\$ 6.808.980	\$ 8.045.212	\$ 9.505.894
Proveedores por Pagar		\$ 2.728.260	\$ 2.728.260	\$ 2.728.260	\$ 2.728.260	\$ 2.728.260
Impuestos por pagar		\$ -	\$ 9.187.706	\$ 18.254.186	\$ 27.149.011	\$ 35.816.664
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>\$ 4.877.206</b>	<b>\$ 7.605.467</b>	<b>\$ 17.678.674</b>	<b>\$ 27.791.426</b>	<b>\$ 37.922.484</b>	<b>\$ 48.050.819</b>

Obligaciones de Largo Plazo	\$ 30.122.794	\$ 30.122.794	\$ 24.360.086	\$ 17.551.106	\$ 9.505.894	\$ -
-----------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	--------------	------

<b>PASIVO TOTAL</b>	<b>\$ 35.000.000</b>	<b>\$ 37.728.260</b>	<b>\$ 42.038.760</b>	<b>\$ 45.342.533</b>	<b>\$ 47.428.378</b>	<b>\$ 48.050.819</b>
---------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

Aportes Sociales	\$ 32.273.624	\$ 32.273.624	\$ 32.273.624	\$ 32.273.624	\$ 32.273.624	\$ 32.273.624
Utilidades Ejercicios Anteriores		\$ -	\$ 110.792.456	\$ 212.775.994	\$ 305.872.344	\$ 390.034.280
Utilidades del Presente Ejercicio		\$ 110.792.456	\$ 101.983.538	\$ 93.096.350	\$ 84.161.935	\$ 75.214.995
Reservas (10% de las utilidades del ejercicio)		\$ 12.310.273	\$ 23.641.777	\$ 33.985.816	\$ 43.337.142	\$ 51.694.364
<b>PATRIMONIO TOTAL</b>	<b>\$ 32.273.624</b>	<b>\$ 155.376.353</b>	<b>\$ 268.691.395</b>	<b>\$ 372.131.784</b>	<b>\$ 465.645.045</b>	<b>\$ 549.217.262</b>

<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 67.273.624</b>	<b>\$ 193.104.613</b>	<b>\$ 310.730.155</b>	<b>\$ 417.474.317</b>	<b>\$ 513.073.423</b>	<b>\$ 597.268.081</b>
----------------------------------	----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Tabla 34: flujo de caja

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

## PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO					
	1	2	3	4	5
Ventas	439.271.538	448.056.969	457.018.108	466.158.470	475.481.640
Utilidad Neta	123.102.729	113.315.043	103.440.389	93.513.261	83.572.217
<b>COSTOS Y GASTOS</b>	<b>316.168.809</b>	<b>334.741.926</b>	<b>353.577.719</b>	<b>372.645.209</b>	<b>391.909.423</b>
Precio de Venta	146.424	146.424	146.424	146.424	146.424
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>2.159</b>	<b>2.286</b>	<b>2.415</b>	<b>2.545</b>	<b>2.677</b>
Ventas reales	3.000	3.060	3.121	3.184	3.247
%	38,94%	33,85%	29,26%	25,09%	21,32%

Tabla 35: punto de equilibrio

## EVALUACION DEL PROYECTO

<b>Nombre del proyecto</b>	<b>M y M moda en tejido</b>
<b>TNA de inversión alternativa</b>	<b>5%</b>
<b>Cantidad de años</b>	<b>5</b>

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO DE FONDOS</b>
0	-\$ 66.721.137
1	\$ 28.141.654
2	\$ 38.113.971
3	\$ 49.252.883
4	\$ 61.685.802
5	\$ 75.555.068

<b>M y M moda en tejido</b>	
VPN	\$ 147.145.860,40
TIR	55%

en la Comparación de TIR vs TNA de mercado se puede deducir que es conveniente invertir en M y M moda en tejido ya que los resultados arrojan un rendimiento de 55% y el mercado de 5%

## COSTOS DE MENSAJERIA

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

Empresa para medio de distribución  
inter-rapidísimo mensajería exprés.

Unidad liquidable	Trayecto			
	Local	Regional	Nacional	Difícil acceso
Valor kilo inicial	\$5.700	\$7.200	\$11.700	\$17.200
Valor por kilo adicional depende de la distancia	\$2400	\$2.600	\$2.850	\$9.500
		\$4.500	\$3.500	\$11.500
			\$4.700	
			\$5.000	

*Elaboración propia*

Tabla 36: tarifas de mensajería expresa (2022).

Nota: consolidado tarifas inter-rapidísimo S.A

**4.4. Su visión y misión, y la estructura organizacional necesaria para su trabajo, mediante un análisis de matriz DOFA, identificando el tipo de negocio, la imagen que se quiere plasmar y su eslogan. los recursos humanos que se necesitan para llevar a cabo el proyecto.**

**Misión:**

TEJIDOS M y M moda en tejido, es una empresa dedicada a la producción de prendas tejidas a crochet y palillo, de varios estilos, colores y diseños.

Con su experiencia en el campo, recursos humanos y técnicos y capacidad productiva, responde a las necesidades y demandas de sus clientes y contribuye así al desarrollo integral de la organización y de la industria nacional.

**VISION:**

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

En 2024, los tejidos M y M moda en tejido. Fortalecerá su posición de liderazgo en el mercado nacional, logrará que los clientes estén cada vez más satisfechos con nuestros productos, garantizará la calidad, la innovación y el compromiso para comenzar a predecir el mercado internacional, exportar y crear empleos en nuestro país.

## MATRIZ DOFA

Figura 17: Análisis DOFA para M y M moda en tejido.



Fuente: Elaboración en aplicación canvas

Mediante la matriz DOFA se pueden identificar materias primas, se pueden crear estructuras organizativas y marcas para la empresa y con ello garantizar la viabilidad del proyecto. Según Albert Humphrey, aboga por el análisis DAFO de criterios específicos como producto, proceso, cliente, distribución, finanzas y gestión. El análisis FODA ha ganado popularidad desde su invención, como se muestra en la siguiente búsqueda en Google Books Ngram. "Análisis FODA." (2019).

## IMAGEN CORPORATIVA

### Figura 18: Logo tipo de la empresa



*Fuente: creado en la app turbologo*

Eslogan: La belleza está en tus manos.

Logo que representa la empresa, una madeja en forma de corazón palillos para tejer, las letras en azul celeste con su eslogan donde recalca que cada prenda está hecha con amor dedicación, entrega, desde el corazón.

## PLATAFORMAS DIGITALES CORPORATIVAS

Correo electrónico empresarial: [mmmoda.en.tejido@gmail.com](mailto:mmmoda.en.tejido@gmail.com)

**Figura 19: Correo electrónico empresarial**



**Figura 20: Facebook empresarial**

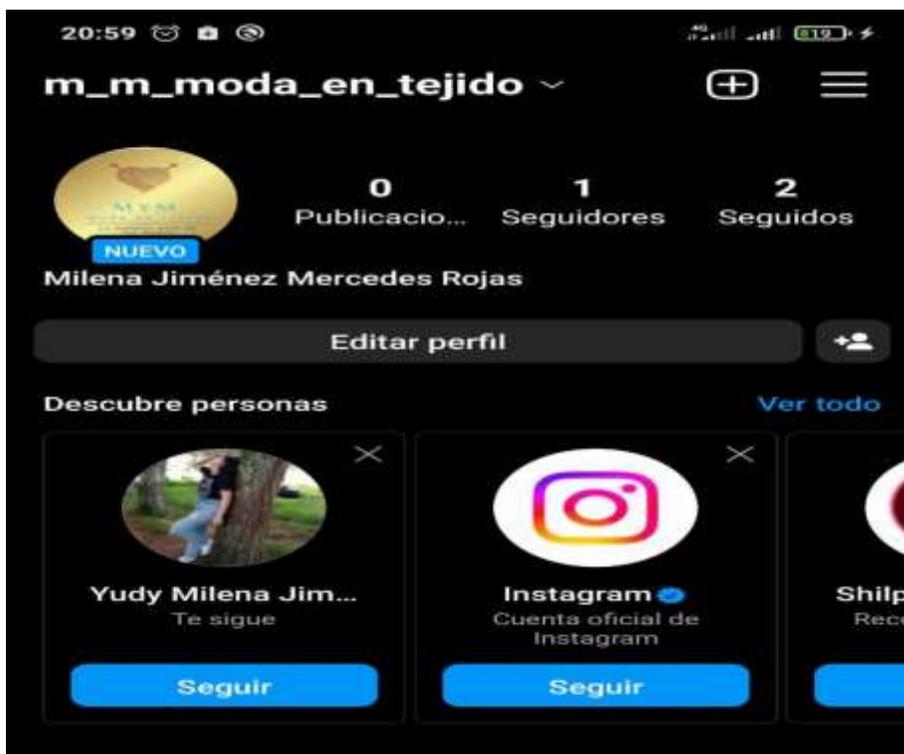


ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

**Figura 21: Instagram.**



## **5. Estudio de impacto ambiental realizado para el manejo de la materia prima, tiempo en biodegradarse.**

Al realizar el estudio, se observa que es sostenible se contribuye a mantener la industria sin afectar negativamente los recursos naturales, esto se logra a través de la mitigación del impacto ambiental, el ahorro de energía, el empleo de menos agua,

el consumo responsable, el reciclaje mediante la reutilización de materiales y la eliminación de procesos contaminantes y antiguos conservando la calidad y durabilidad de los productos.

La moda sostenible sí es posible a través de la investigación de los procesos que se llevan a cabo desde la producción hasta la fabricación de los materiales teniendo en cuenta los procesos por los cuales ha pasado cada material a utilizar para la fabricación de nuestros artículos con el fin de tomar medidas sobre que materiales pueden llegar a generar el menor impacto ambiental, social, cultural y que además pueden ser mejores económicamente. A continuación, se presentan algunas ventajas y desventajas de las fibras planteadas en el proyecto M y M Moda En Tejido.

Materiales	Ventajas	Desventajas
Fibras sintéticas	<p>Es duradero, flexible, estira, resistente al encogimiento.</p> <p>Puede igualarse a la lana o seda e incluso verse más lujosa y es muy fácil de teñir.</p> <p>Debido a que es hecho por el hombre es mucho más económico que otras fibras.</p>	<p>Son fibras derivadas del petróleo cuyo proceso de fabricación es totalmente químico.</p> <p>Puede llegar tener un consumo medio de agua entre 10-100 en 1/kg de material.</p> <p>No se descomponen cuando está expuesto a la luz, agua o el aceite.</p> <p>Las fibras hacen que el producto no sea transpirable</p>
	<p>Los procesos de esquila, lavado y clasificación se realizan de forma artesanal.</p>	<p>Los excrementos de los animales generan emisiones de metano.</p> <p>Debido a la producciones de lana requieren tener más animales por lo</p>

Lanas de origen natural animal.	Debido a su durabilidad su uso puede extenderse en comparación a otras prendas. Es biodegradable, anti inflamable, reciclable e hipoalergénica.	cual es necesario explotar más tierras causando erosiones, además se contaminan las aguas cercanas a las granjas
Origen vegetal.	Tienen beneficios ambientales, económicos y socioculturales, además fomentan el desarrollo de la agricultura sostenible. No generan alergias y ayudan a prevenir los riesgos de irritaciones, picores e infecciones	El algodón puede llegar tener un consumo medio de agua entre 50-120 en 1/kg de material. Uso de fertilizantes y pesticidas. Los lavados de fibras naturales consumen más energía
Agujas de crochet	Dependiendo del material pueden facilitar el desarrollo del articulo y ser biodegradables.	Son fabricadas de materiales como el aluminio, acero, madera, bambú, plástico

*Elaboración propia*

**Tabla 37: Ventajas y desventajas de los materiales utilizados en crochet.**

### Biodegradación de los materiales usados.

Fibra	Ecuación Lineal	Constante K	Tiempo (Días)	Tiempo (Meses)
Fique	biodegradación (%) =0.5547t+ 3.365	0.547	182	6.1
Algodón	Biodegradación (%) =0.111t+ 0.807	0.111	897	29.9
Polipropileno	Biodegradación (%) =0.0147t+ 0.677	0.01147	6757	225.2

**Tabla 38: biodegradación de los materiales usados**

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

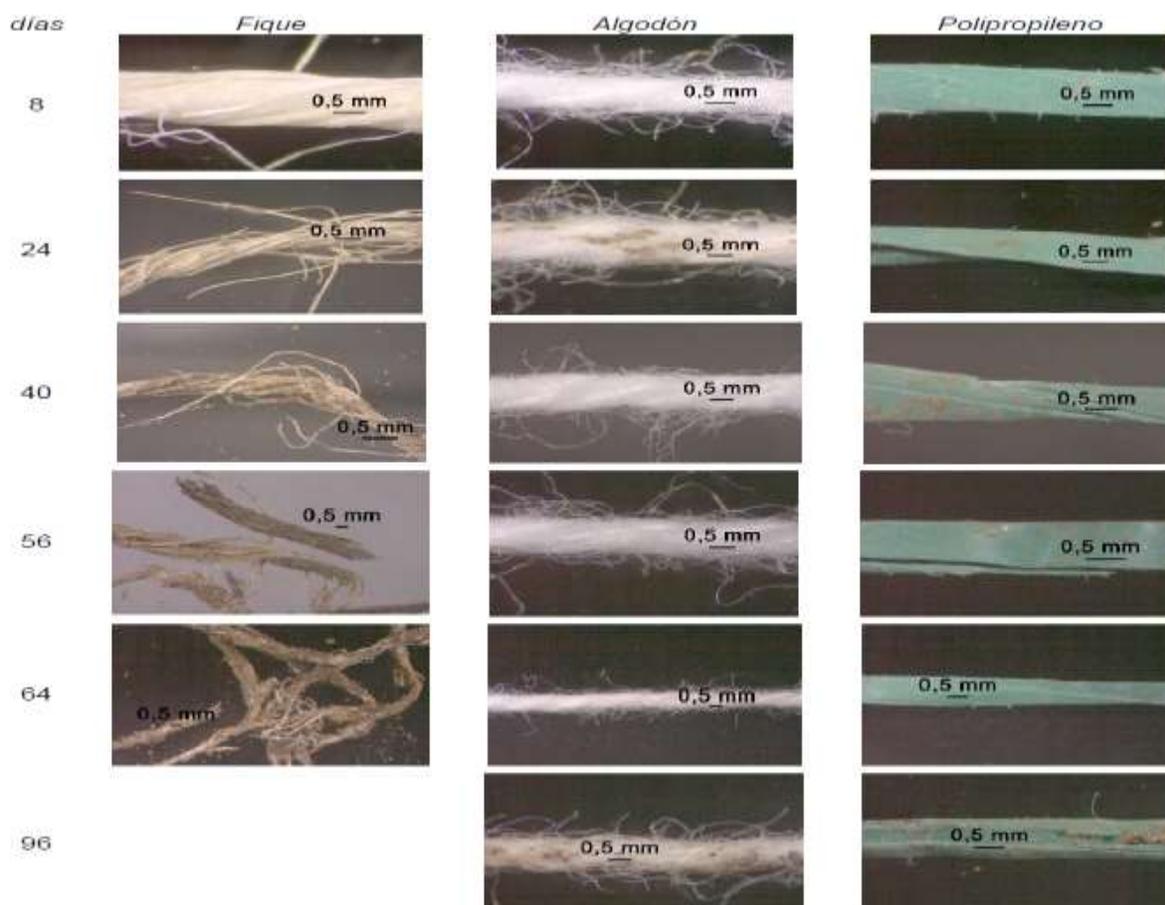
REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

Nota: Ecuaciones, constante de velocidad y tiempo de biodegradación de fique y algodón.

Fuente: Extraído de google, La Serena ago. 2019

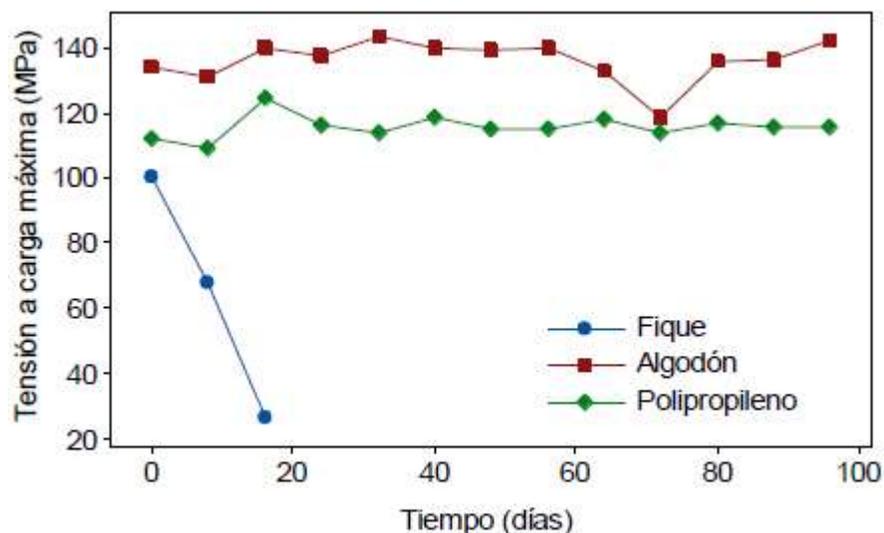
**Figura 22: fibras de algodón y polietileno**



Nota: Observación externa de las fibras algodón y polipropileno.

Fuente: Extraído de google, La Serena ago. 2019.

**Figura 23: gráfica de biodegradación de fibras a campo abierto**



Nota: Análisis de textura durante la biodegradación de fibras a campo abierto.

Fuente: Extraído de google, La Serena ago. 2019

La LANA está compuesta por queratina, cuando los microorganismos descomponen la lana estos no producen ningún riesgo para el medio ambiente, todo lo contrario, sirve como compost para abono después de su descomposición.

## 6. CONCLUSIONES

El desarrollo de este plan de negocios ayuda a determinar la factibilidad de iniciar un negocio de lana, algodón otras fibras naturales y artificiales salvando esta tradición como una oportunidad de trabajo y generación de ingresos para las mujeres cabezas de hogar. Se ha previsto suficiente información de apoyo para proporcionar las herramientas necesarias.

Los tejidos de punto son un producto difícil de competir y no se comercializan fácilmente; estos son productos sobresalientes e innovadores con diseños frescos a la moda, que hacen posible el plan de negocios.

Aprobado en todas las etapas del desarrollo del plan de negocios nivel de competitividad de las empresas de ropa de mujer y mismo, viendo la posibilidad de no hacer el progreso esperado, pero gracias a la investigación actual y la investigación exhaustiva pueden probar si esto es posible, iniciar una empresa de ropa tejida a crochet y palillos en Bucaramanga utilizando las estrategias que se ofrecen a nivel de producción y comercialización, identificar que el mercado está cambiando, llegar a evaluar periódicamente y obtener soluciones para crear la información necesaria, crear estrategias para lograr la satisfacción del cliente y generar utilidades para los emprendedores, es un plan de negocios aceptable se basa en un punto de equilibrio donde refleja que, a partir de la cuarta unidad de producto vendida, comienza a generar una utilidad, podemos decir que es viable este plan de negocio.

También desde la investigación de mercado se proporciona conocimiento para nuevas introducciones, estrategia de venta y ubicación, los clientes tienen acceso directo en las redes sociales por otro lado, se crea el diseño de la prenda entregando el ingenio que la marca.

## 7. RECOMENDACIONES

Se recomienda seguir con la investigación del plan de negocios M Y M moda en crochet, realizando una nueva investigación de mercado nuevamente en 2025, lo que permite también actualice las tendencias de compra y las preferencias del mercado, desarrollar y realizar encuestas en profundidad con los proveedores identificados, y de clientes.

El arte del tejido tiene un gran valor es importante no olvidar nuestras tradiciones y costumbres ya que pueden traer muchos beneficios diferentes, ya sean económicos o sociales. Es importante que las instituciones educativas y la ciudad difundan más el apoyo a los artesanos de Grado.

Respecto a la situación real, esta idea de emprendimiento tomaría lugar en el 2024, la idea tiene un alto potencial el cual es evidencia presente estudio de factibilidad. Es importante aprovechar las oportunidades de crecimiento que tiene la industria textil en la economía del país, y es necesario apoyar las campañas que se están realizando actualmente para incentivar la creatividad de los negocios, con el fin de captar la mayor parte del municipio de Bucaramanga y zonas aledañas.

Es importante capacitar y tecnificar el talento de la región, incentivar la importancia de lo artesanal, para contar con una fuerza laboral calificada que promueva el empleo de los habitantes de la región, y los capacite para alcanzar sus metas a alcanzar y niveles de eficiencia a mejorar, y una mayor eficiencia de las microempresas, donde los productos reflejarán su alta calidad.

## 8. REFERENCIAS

- (2017, 4. d. (s.f.). <https://www.gerencie.com/clasificacion-del-presupuesto.html>.
- Conexión ESAN . (09 de Octubre de 2018). *Costos y presupuestos en un proyecto: ¿cómo determinarlos?* Obtenido de Conexión ESAN : <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/costos-y-presupuestos-en-un-proyecto-como-determinarlos>
- Congreso de la republica de Colombia. (17 de Noviembre de 2017). *Sector textil requiere más apoyo del Gobierno: Comisión Segunda*. Obtenido de oficina de Información y Prensa Cámara de Representantes.: <https://www.camara.gov.co/sector-textil-requiere-mas-apoyo-del-gobierno-comision-segunda>
- Cotton Usa. (10 de Noviembre de 2020). *U.S. Cotton Trust Protocol se une a la plataforma Cotton 2040, una guía de sostenibilidad*. Obtenido de COTTON USA. : <https://cottonusa.org/es/news/2020/u-s-cotton-trust-protocol-se-une-a-la-plataforma-cotton-2040-una-gu%C3%ADa-de-sostenibilidad>
- DANE. (junio de 2022). *Índice de Producción Industrial* . Obtenido de DANE: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/industria/indice-de-produccion-industrial-ipi>
- Dilisolver. (2022). *Trámite para crear empresa en Colombia en el 2022*. Obtenido de Dilisolver.: <https://www.dilisolver.com/tramite-crear-empresa-colombia/>
- domstika. (s.f.). <https://www.domestika.org/es/blog/5628-que-es-el-crochet-o-tejido-con-ganchillo>. Obtenido de <https://www.domestika.org/es/blog/5628-que-es-el-crochet-o-tejido-con-ganchillo>.

Douglas da Silva, Web Content & SEO Associate, LATAM. (9 de Septiembre de 2020). *¿Qué es mercado meta? 4 tipos de segmentación de audiencia.* Obtenido de Blog de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-mercado-meta/>

Douglas da Silva, Web Content & SEO Associate, LATAM. (4 de marzo de 2021). *Guía completa para entender qué es el estudio de mercado y para qué sirve.* Obtenido de Blog de zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>

Economía. (s. f.). ( 16 de septiembre de 2022). *www.vanguardia.com. de* <https://www.vanguardia.com/cronologia/-/meta/economia>. Obtenido de vanguardia: <https://www.vanguardia.com/cronologia/-/meta/economia>

Forum for the Future. (2022). *Reinventando la forma en que funciona el mundo.* Obtenido de Forum for the Future: <https://www.forumforthefuture.org/reinventing-the-way-the-world-works>

Forum for the Future. . (4 de Diciembre de 2017). *Reinventing the way the world works.* . Obtenido de Forum for the Future. : <https://www.forumforthefuture.org/reinventing-the-way-the-world-works>

Garcia Pujadas, A. (21 de Febrero de 2022). *Construir superioridad para competir: Ventaja competitiva de Michael Porter.* Obtenido de qtorb: <https://www.qtorb.com/2022/02/construir-superioridad-para-competir-ventaja-competitiva-de-michael-porter.html>

Gonzalez Litman, T. (16 de Marzo de 2022). *La industria de la moda en Colombia lidera el crecimiento de los sectores manufactureros.* Obtenido de FASHION NETWORK: <https://pe.fashionnetwork.com/news/La-industria-de-la-moda-en-colombia-lidera-el-crecimiento-de-los-sectores-manufactureros,1387938.html>

- <https://www.vanguardia.com/cronologia/-/meta/economia>, E. (. (s.f.).  
kangutingo fulares. (1 de Mayo de 2020). *Tejer a crochet en bucaramanga*. .  
Obtenido de kangutingo: <https://www.kangutingo.com/2017/07/tejedoras-crochet-en-bucaramanga.html>
- Michael Porter, M. E. (2022). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México D.F.: Grupo Editorial Patria.
- Organizacion de las Naciones Unidas. (12 de Abril de 2019). *El costo ambiental de estar a la moda*. Obtenido de Noticias ONU:  
<https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>
- Rocha Gomez , I. Y. (2021). *Corporación Universitaria Minuto de Dios*. . Obtenido de Plan de negocios para la creación de la empresa “Tejidos en Crochet Samy” a través de la fundación Provida en el municipio de Ubaté.(Trabajo de grado: <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/12411?locale=es>
- Ruiz barroeta, M. (29 de septiembre de 2020). *Ventaja competitiva, ¿que es?, caves y ejemplos*. Obtenido de Ruizbarroeta:  
<https://milagrosruizbarroeta.com/ventaja-competitiva-que-es-claves-y-ejemplos/>
- Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) . (s.f.). *El mercado y su funcionamiento*. Obtenido de Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) :  
<https://www.sernac.cl/portal/607/w3-propertyvalue-21057.html>
- Wikipedia org. (s.f.). *Departamentos de colombia por poblacion*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Departamentos\\_de\\_Colombia\\_por\\_poblacion](https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Departamentos_de_Colombia_por_poblacion)  
[https://docs.google.com/forms/d/13WiO3hH-OSTzSd6\\_LJkpKZEPNuW9d3Nd6kWYEBY3tYs/closedform](https://docs.google.com/forms/d/13WiO3hH-OSTzSd6_LJkpKZEPNuW9d3Nd6kWYEBY3tYs/closedform)

consolidado tarifas interrapidísimo S.A

[https://www.interrapidisimo.com/inter\\_uploads/tarifario-inter-rapidisimo-2021-2022](https://www.interrapidisimo.com/inter_uploads/tarifario-inter-rapidisimo-2021-2022).

Albert S. Humphrey, (noviembre de 2017).

<https://www.lucidchart.com/pages/es/que-es-un-analisis-dafo>

La Serena, (ago. 2019).

<http://www.scielo.cl/scielo>

Centro de Estudios Financieros, (2022)

<https://www.marketing-xxi.com/la-marca-46.htm>

## 9. APENDICES

### A. ENCUESTA

# Estudio de mercado M y M MODA EN TEJIDO ( Trabajo de grado modalidad emprendimiento\_ Plan de negocios.)

Cordial saludo,

Este es M y M MODA EN TEJIDO, a continuación encontrará un breve encuesta con el fin de conocer sus preferencias relacionadas al tejido en crochet.

el crochet es una técnica de tejido a mano en la cual se usa un ganchillo o gancho para formar cadenas con hilos fino o gruesos de diferentes materiales. A continuación encontrará una encuesta, agradecemos su colaboración y pedimos por favor responder sinceramente.

GRACIAS.

#### Articulos en crochet



#### 1. ¿Edad? \*

- 18-25
- 25-35
- 35-45
- 45-55
- 55 en adelante

2. ¿ciudad de residencia? \*

Amazonas

Antioquia

Arauca

Atlántico

Bogotá

Bolívar

Boyacá

Caldas

Caquetá

Casanare

Cauca

Cesar

Chocó

Chocó

Córdoba

Cundinamarca

Guainía

Guaviare

Huila

La Guajira

Magdalena

Meta

Nariño

Norte de Santander

Putumayo

Quindío

Risaralda

San Andrés y Providencia

Santander

Sucre

Tolima

Valle del Cauca

Vaupés

Vichada

### 3. Genero \*

Femenino

Masculino

---

### 4. nivel socioeconomico \*

Estrato 1

Estrato 2

Estrato 3

Estrato 4

---

### 5. ¿le gusta la ropa echa a mano ? \*

Si

No

---

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
EMPREDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 1.0

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

6. ¿Cuáles de estos productos le gustaría comprar? \*

\* Puedes elegir varias opciones

- Bufandas
- Sacos
- Blusas
- Ropa para bebe
- Gorros
- Vestidos de baño
- Guantes
- Bolsos
- Otros: \_\_\_\_\_

7. De los siguientes materiales ¿cual es su preferido al momento de adquirir alguno de los articulos antes mencionados y por que ? \*

- fibras sinteticas.
- lana de oveja, lana de oveja merino, lana de alpaca.
- algodón, lino o bambu.
- Otros: \_\_\_\_\_

**8.** La fibras textiles puede ser naturales, sintéticas o una combinación de los dos materiales. las fibras naturales incluyen seda, lana, algodón y lino, las fibras sintéticas o artificiales incluyen, nailon, poliéster y fibra. \*

¿A tenido dermatitis o alergia por uso de algún material antes mencionado?

- Si
- No
- Otros: \_\_\_\_\_

---

**9.** ¿Al comprar prendas que colores prefiere? \*

\* Puedes elegir varias opciones.

- Negro
- blanco
- azul
- rojo
- rosada
- Amarillo
- Otros: \_\_\_\_\_

**10.** ¿Con que Frecuencia compra alguno de los artículos anteriores? \*

- Semanalmente
- quincenalmente
- Mensualmente
- Trimestralmente
- Semestralmente
- Anualmente

**11.** ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un artículo elaborado en tejido a crochet? \*

\* Puedes elegir varias opciones.

- 30.000- 50.000
- 50.000 - 70.000
- 70.000 - 100.000
- 100.000 o más

**12.** ¿Conoce usted almacenes que vendan o distribuyan artículos tejidos a crochet?. ¿cuales? \*

Tu respuesta

13. ¿Te gustaría visitar una tienda de solo prendas confeccionadas a crochet y ganchillo? \*

- Si
- No
- Tal vez
- De pronto

14. ¿Qué estilo tienes? \*

\* Puedes elegir varias opciones

- Casual
- Elegante
- Sport
- Minimalista
- Clasico
- Otros: \_\_\_\_\_

15. ¿Le gustaría comprar alguno de los artículos antes mencionados elaborados a mano? \*

- Si
- No
- Tal vez
- Nunca

**16. ¿Recomendarías estas prendas tejidas a mano a tus amigos? \***

- Si
- No
- Tal vez

---

**17. ¿Que le gustaria que se hiciera con los sobrantes de lana? \***

\* Puedes elegir varias opciones

- Tapetes
- Cojines
- Mini peluches
- Llaveros
- Blusas de colores
- Manteles
- Calcetines
- Cobijas
- Bufandas
- Abrigos
- Balacas
- Gorros

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 1.0

## B. Documentos tramites legalización.

Carta estatutos Empresa Unipersonal REGISTRO MERCANTIL.

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

### CONSTITUCIÓN DE EMPRESA UNIPERSONAL

"Razón o denominación social EU."

En la ciudad ( ) el día ( ) mes, de ( ) el suscrito (**NOMBRE EMPRESARIO**) mayor de edad, (**IDENTIFICACION, DOMICILIO, DIRECCION**), quién para todos los efectos se denominará el **EMPRESARIO CONSTITUYENTE**, mediante el presente escrito manifiesto mi voluntad de constituir una Empresa Unipersonal, que se regulará conforme lo establecido en el artículo 71 y ss. Ley 222 de 1995 y en especial por los siguientes estatutos:

**PRIMERO. Razón social.** La empresa que mediante este documento se constituye se denominará (**RAZON SOCIAL**) E.U.

**SEGUNDO. Domicilio.** El domicilio de la empresa será (**INDICAR CIUDAD, DEPARTAMENTO Y DIRECCION**), pudiendo constituir o establecer sucursales, agencias o dependencias en otras ciudades del país o del exterior.

**TERCERO. Objeto.** La empresa tendrá por objeto, el desarrollo de las siguientes actividades: (**INDICAR LAS ACTIVIDADES QUE VA A EJERCER LA EMPRESA**)

Además de las anteriores la empresa podrá desarrollar cualquier actividad lícita de comercio.

**CUARTO. Duración.** La empresa tendrá una duración indefinida

**ARTICULO QUINTO. Capital.** El capital social a la fecha de la constitución es de (**DIGITAR EL VALOR TOTAL DEL CAPITAL**) se encuentra totalmente cancelado en con los aportes en dinero o en especie, de cada uno de los socios al momento de la constitución, dividido de la siguiente manera:

NOMBRE	COMPOSICION DEL CAPITAL		
	Numero de cuotas	Valor de las cuotas	Valor total de capital
<sup>III</sup> NOMBRE DEL EMPRESARIO			

**SEXTO. Cuotas.** Indicar que el capital que se halla aportado en dinero en efectivo (o parte en dinero y parte en especie, o sólo en especie).

**SEPTIMO. Responsabilidad.** La responsabilidad del suscrito, en calidad de constituyente de la Empresa, se circunscribe al monto de los aportes que conforman el capital de la misma, sin perjuicio de que éste posteriormente sea aumentado con arreglo a las normas vigentes.

**OCTAVO. Cesión de Cuotas.** Las cuotas en que se representa el capital de la empresa, podrán ser cedidas total o parcialmente, en cuyo caso dicha cesión deberá constar por escrito con anotación en el respectivo registro mercantil.

**NOVENO. Administración.** La administración de la empresa estará en cabeza de un Gerente, de libre nombramiento y remoción por parte del constituyente.

**DECIMO. Facultades del Gerente.** El Gerente es el representante legal de la Empresa, con facultades, por lo tanto, para ejecutar todos los actos y contratos acordes con la naturaleza de su cargo y que se relacionan directamente con el giro ordinario de los negocios de la Empresa. En especial el Gerente tendrá las siguientes funciones:

1. Usar de la firma o razón social;
2. Designar los empleados que requiera el normal funcionamiento de la compañía y señalarles su remuneración.
3. Rendir cuentas de su gestión al constituyente, en la forma establecida en el artículo undécimo.
4. Constituir los apoderados judiciales necesarios para la defensa de los intereses sociales.

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 1.0

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

PAR. El Gerente requerirá autorización previa del Constituyente para la ejecución de todo acto o contrato que exceda **(INDICAR LIMITE DE LA CUANTIA)**

**DECIMO PRIMERO. Rendición de cuentas.** El Gerente deberá rendir al empresario constituyente cuentas comprobadas de su gestión al final de cada ejercicio, dentro del mes siguiente a la fecha en la cual se retire de su cargo y en cualquier momento en que el Constituyente las exija. Para tal efecto, presentará los estados financieros que fueran pertinentes, junto con un informe de gestión. Las cuentas anuales de final de ejercicio deberán presentarse antes del 1° de abril de cada año.

**DECIMO SEGUNDO. Designación.** Se nombra como Gerente al empresario constituyente, mayor de edad identificado con cédula N°

Quién ejercerá sus funciones y ostentará el cargo hasta cuando se designe y efectúe el registro correspondiente de cualquier nuevo nombramiento.

**DECIMO TERCERO. Reserva Legal.** La empresa formará una reserva legal con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio, hasta completar el cincuenta por ciento (50%) del capital. En caso de que este último porcentaje disminuyere por cualquier causa, la Empresa deberá seguir apropiando el mismo diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de los ejercicios siguientes hasta cuando la reserva legal alcance nuevamente el límite fijado.

**Paragrafo.** En caso de pérdidas, estas se cubrirán con las reservas que se hayan constituido para ese fin y en su defecto, con la reserva legal.

**DECIMO CUARTO. Causales de disolución.** La Empresa se disolverá por las siguientes causales:

1. Por voluntad del Constituyente.
2. Por vencimiento del término previsto, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.
3. Por muerte del constituyente.
4. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas.
5. Por orden de autoridad competente.
6. Por la iniciación del trámite de liquidación obligatoria.

**DECIMO QUINTO. Liquidación.** Disuelta la Empresa, se procederá de inmediato a su liquidación en la forma indicada en la ley. En consecuencia, no podrá iniciar nuevas

operaciones en desarrollo de su objeto y conservará su capacidad jurídica únicamente para los actos necesarios a la liquidación. El nombre de la Empresa, una vez disuelta, se adicionará con la expresión "en liquidación". Su omisión hará incurrir a los encargados de adelantar el proceso liquidatorio en las responsabilidades establecidas en la ley.

**Paragrafo primero.** En los casos previstos en el Código de Comercio, podrá evitarse la disolución de la sociedad adoptando las modificaciones que sean del caso según la causal ocurrida, siempre y cuando se efectúen dentro de los seis meses siguientes a la ocurrencia de la causal.

**Paragrafo segundo.** La liquidación del patrimonio podrá hacerse por el Empresario o por un liquidador o varios liquidadores nombrados por él. El nombramiento se inscribirá en el registro público de comercio. Sobre el particular se seguirán las reglas previstas para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada.

Constituyente o Empresario:

---

## FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES

**Cámara de Comercio de Bogotá**

**FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES HOJA 1**

**INFORMACIÓN DEL REGISTRO**

**IDENTIFICACIÓN**

**UBICACIÓN Y DATOS GENERALES**

**INFORMACIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL Y ADMINISTRATIVA**

**ACTIVIDADES ECONÓMICAS**

ELABORADO POR:  
 Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
 soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
 FECHA APROBACION:

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 1.0

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

F-DC-125 INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE  
 INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
 EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO VERSIÓN: 1.0

**Cámara de Comercio de Bogotá** **FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES** **HOJA 2**

Responde a solicitud y tiene vigencia por cinco (5) años. No se admiten duplicados ni reemplazos. Si los datos del artículo 148 del Decreto 974 de 2013 y el del Código de Comercio, indican incompatibilidad de la información reportada para ser actualizada, en las columnas del artículo 93 del Código de Comercio, la Cámara de Comercio podrá solicitar información adicional. Suportar al uso y diligenciar de toda la información contenida en este formulario y sus anexos, para los fines previstos en los capítulos primero y segundo.

Para ver atención de la Cámara de Comercio: Bogotá, Cúcuta y Pereira. Teléfono: \_\_\_\_\_

**INFORMACIÓN FINANCIERA**  
 De la forma de la Ley, sobre forma de sistema de apertura o de los Estados Financieros con forma a 25 de diciembre del año anterior. Excluir los datos del primer subperiodo del año anterior.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA		ESTADO DE RESULTADOS	
Activo Corriente \$	Pasivo Corriente \$	Ingreso Actividad Ordinaria \$	
Activo No corriente \$	Activo No Corriente \$	Otros Ingresos \$	
Activo Total \$	Pasivo Total \$	Costo de Ventas \$	
	Patrimonio Neto \$	Gastos Operacionales \$	
	Pasivo + Patrimonio \$	Otros Gastos \$	
	Balance Social (*) \$	Gastos por Impuestos \$	
		Utilidad / Pérdida Condicional \$	
		Resultado del Periodo \$	

(\*) Salvo en el caso de Entidad sin Ámbito de Lucro

(Revisar las instrucciones del Formulario RUES)  SEGURO RIESG

COMPOSICIÓN DEL CAPITAL EN CASO DE PERSONAS JURÍDICAS

1. NACIONAL	1.1. PÚBLICO %	1.2. PRIVADO %
2. EXTRANJERO	2.1. PÚBLICO %	2.2. PRIVADO %

INDIQUE EL PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN EL CAPITAL SOCIAL: %

**SI ES UNA EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO**

APORTES LABORALES	APORTES ACTIVOS	APORTES LABORALES ACCESORIALES	APORTES EN DINERO	TOTAL APORTES
-------------------	-----------------	--------------------------------	-------------------	---------------

**REFERENCIAS - ENTIDADES DE CRÉDITO**

1. NOMBRE	TELÉFONO	1. NOMBRE	TELÉFONO
2. NOMBRE	TELÉFONO	2. NOMBRE	TELÉFONO

**REFERENCIAS COMERCIALES**

1. NOMBRE	TELÉFONO	1. NOMBRE	TELÉFONO
2. NOMBRE	TELÉFONO	2. NOMBRE	TELÉFONO

**ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA**

ORDEN DEL ESTADO DE LA PERSONA JURÍDICA (Consultar las instrucciones del Formulario RUES)  OTRO (¿CUAL?) \_\_\_\_\_

NÚMERO TOTAL DE MIEMBROS QUE OCUPAN CARGOS DIRECTIVOS (Ejemplos: únicamente para personas jurídicas)

TIENE ESTABLECIMIENTOS, AGENCIAS O SUCURSALES: SI  NO  CUANTOS: \_\_\_\_\_

TIENE LA ENTIDAD IMPLEMENTADO UN PROCESO DE INNOVACIÓN: SI  NO

EMPRESA FAMILIAR (Definida para para fines estadísticos) SI  NO  PORCENTAJE DE EMPLEADOS TEMPORALES (%): \_\_\_\_\_

**DETALLE DE LOS BIENES RAÍCES QUE POSEA**  
 (En cumplimiento del artículo 32 del Código de Comercio)

MATRÍCULA INMOBILIARIA	MATRÍCULA INMOBILIARIA
DIRECCIÓN	DIRECCIÓN
BARRIO	BARRIO
MUNICIPIO	MUNICIPIO
DEPARTAMENTO	DEPARTAMENTO
PAÍS	PAÍS

**LEY 1786 DE 2016**

DECLARO BAJO LA GRavedad DE JURAMENTO QUE CUMPO CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LA LEY 1786 DE 2016 PARA ACCEDER A LOS BENEFICIOS DEL ARTÍCULO 3

SOLO EN CASO DE UNA RENOVACIÓN Y HABIÉNDOSE ACOGIDO A LOS BENEFICIOS DE LA LEY 1786 DE 2016 AL MOMENTO DE LA RENOVACIÓN

REQUISITOS BAJO LA GRavedad DE JURAMENTO QUE CUMPO CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL ARTÍCULO 3.2.2.41.5.2 DEL DECRETO 1074 DE 2015, REGULATIVO DE LA LEY 1786 DE 2016.

CUMPLE  NO CUMPLE

**PROTECCIÓN SOCIAL**

¿EL APORTANTE AL SISTEMA DE SEGURIDAD Y PROTECCIÓN SOCIAL? SI  NO

TIPO DE APORTANTE: (Preservar una sola a la medida que corresponda)

APORTANTE CON COTIZACIÓN MÁS COTIZANTES <input type="checkbox"/>	CUENTA CON MENOS DE 20 EMPLEADOS <input type="checkbox"/>	APORTANTE BENEFICIARIO DEL ARTÍCULO 9 DE LA LEY 1473 DE 2010 <input type="checkbox"/>	APORTANTE INDEPENDIENTE <input type="checkbox"/>
--	---	---	--

El suscrito declara bajo la gravedad del juramento que la información reportada en este formulario y la documentación anexa al mismo, es verdadera, veraz, completa, exacta.

Miembro de la Persona Natural o Representante Legal de la Persona Jurídica: \_\_\_\_\_

Documento de identificación No. \_\_\_\_\_

Cualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley (artículo 28 del Código de Comercio y normas concordantes y constitucionales).

Expedido bajo una autorización de la Cámara de Comercio. Firma y sello de la Cámara de Comercio

ELABORADO POR:  
 Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
 soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
 FECHA APROBACION:

Registro único empresarial, cartulina única empresarial.

ESTE FORMULARIO SERÁ COBRADO ÚNICAMENTE AL MOMENTO DE PAGAR LA MATRÍCULA O RENOVACIÓN  
**REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL**  
CARÁTULA ÚNICA EMPRESARIAL

**CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ**  
P. R. HUBERTS SUAREZ

**IDENTIFICACIÓN**

NIT (01) C.C. (98) O.E. (08) PASAPORTE (24) REGISTRO MERCANTIL ACTIVADO EN AÑO DE (1) DE PROPIETARIO

No. D.V. INSCRIPCIÓN / MATRÍCULA (1) RENOVACIÓN (08)

País Pasaporte: [ ] INSCRIPCIÓN / MATRÍCULA: 04 CÁMARA

**UBICACIÓN Y DATOS GENERALES**

1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA: [ ] LOGO: [ ]

2. NOMBRE COMERCIAL: [ ] 3. SIGLA: [ ]

4. DOMICILIO PRINCIPAL O DIFERENCIAL DE REFERENCIA: [ ] 5. MANEJO: [ ]

6. DEPARTAMENTO: [ ] 7. TELÉFONO: [ ] 8. FAX: [ ] 9. P.A.: [ ]

10. E-MAIL: [ ] 11. PÁGINA WEB: [ ]

12. DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN: [ ] LOGO: [ ] 13. MUNICIPIO: [ ]

14. DEPARTAMENTO: [ ] 15. TELÉFONO: [ ] 16. FAX: [ ] 17. P.A.: [ ]

18. E-MAIL: [ ] 19. PÁGINA WEB: [ ]

**TIPO DE ORGANIZACIÓN**

1. SOCIEDAD COLECTIVA (01) 2. SOCIEDAD EN COMPARTICIÓN SIMPLE (02) 3. SOCIEDAD EN COMPARTICIÓN POR ACCIONES (03) 4. SOCIEDAD LIMITADA (04)

5. SOCIEDAD ANÓNIMA (05) 6. SOCIEDAD DE ECONOMÍA MIXTA (06) 7. SOCIEDAD DE ECONOMÍA SUSTENTABLE (07) 8. EMPRESA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL ESTADO (08)

9. EMPRESA PROFESIONAL (09) 10. SOCIEDAD DE HECHO (10) 11. EMPRESA NATURAL (11)

12. COOPERATIVA (12.1) 12.2. PRECOOPERATIVA (12.3) 12.4. INSTITUCIONES ASIMILADAS DE ECONOMÍA SOLIDARIA (12.4)

12.5. INSTITUCIONES ASIMILADAS DE ECONOMÍA SOLIDARIA (12.5) 12.6. COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO (12.6)

12.7. ASOCIACIÓN MUTUAL (12.7) 12.8. EMPRESA SOLIDARIA DE SALUD (12.8) 12.9. EMPRESA COOPERATIVA (12.9)

12.10. FEDERACIÓN Y CONFEDERACIÓN (12.10) 12.11. EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO (12.11)

13. ENTIDAD SIN AÑO DE FUNDACIÓN (13) 14. OTRAS (99) 15. OTRAS (99)

**FECHA DE CONSTITUCIÓN**

1. NACIONAL (1) 2. PÚBLICO (2) 3. ESTRAJERO (3) 4. PÚBLICO (4)

5. PRIVADO (5) 6. PRIVADO (6)

**ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA**

ACTIVA (01) ETAPA PREOPERATIVA (02) EN CONCORDATO (03)

INTERVENIDA (04) EN LIQUIDACIÓN (05) ACUERDOS DE REESTRUCTURACIÓN (06)

**NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA, DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN**

1. AEROPORTUARIOS 2. COMERCIO 3. MANUFACTUREROS 4. SERVICIOS PÚBLICOS

5. CONSTRUCCIÓN Y OBRAS CIVILES 6. COMERCIALES 7. RESTAURANTES Y HOTeles 8. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO

9. COMERCIO 10. FINANCIEROS, SEGUROS E INSEGUROS 11. SERVICIOS DOMESTICOS Y PERSONALES

**ACTIVIDADES ECONÓMICAS (describa por orden de importancia las principales actividades económicas)**

1. [ ]

2. [ ]

3. [ ]

4. [ ]

5. [ ]

**FECHA DE DILIGENCIAMIENTO**

DIA [ ] MES [ ] AÑO [ ]

**PERSONAL QUE DILIGENCIA**

NOMBRE [ ]

CARGO [ ]

E-MAIL [ ]

TEL. [ ]

**PARA USO EXCLUSIVO DE LA CÁMARA DE COMERCIO**

FECHA DE RECEPCIÓN: DIA [ ] MES [ ] AÑO [ ]

FUNCIÓN QUE DEBE EL FUNCIONARIO: [ ]

NOMBRE [ ]

PARA CONSULTAS O RECLAMACIONES DIRIGIRSE A: [ ]

TELÉFONO [ ]

E-MAIL [ ]

WEB [ ]

RECUERDE REPORTAR CUALQUIER CAMBIO QUE SE PRODUZCA EN SUS DATOS

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
EMPREDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 1.0

ELABORADO POR:  
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:  
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de planeación  
FECHA APROBACION:

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

F-DC-125

VERSIÓN: 1.0

**ESTE FORMULARIO SERÁ COBRADO ÚNICAMENTE AL MOMENTO DE PAGAR LA MATRÍCULA O RENOVACIÓN**

**REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL**  
CARÁTULA ÚNICA EMPRESARIAL

**EB CAMARA**  
DE COMERCIO DE BOGOTÁ  
POR NUESTRA SOCIEDAD

**IDENTIFICACIÓN**

NIT  01 C.C.  02 C.E.  03 PASAPORTE  04

REGISTROS MERCANTIL, ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO / DE PROPYETANTES

INSCRIPCIÓN / MATRÍCULA  01 RENOVACIÓN  02

Nº. \_\_\_\_\_ D.V. \_\_\_\_\_

Para Pasaporte: \_\_\_\_\_

04 CAMARA \_\_\_\_\_ INSCRIPCIÓN / MATRÍCULA

---

**UBICACIÓN Y DATOS GENERALES**

1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA \_\_\_\_\_ LOGO: \_\_\_\_\_

2. NOMBRE COMERCIAL \_\_\_\_\_ 3. SIGLA \_\_\_\_\_

4. DONDELO PRINCIPAL O DIRECCIÓN DE SEDENCIA \_\_\_\_\_ 5. MUNICIPIO \_\_\_\_\_

6. DEPARTAMENTO \_\_\_\_\_ 7. TELÉFONO \_\_\_\_\_ 8. FAX \_\_\_\_\_ 9. A.A. \_\_\_\_\_

10. E-MAIL \_\_\_\_\_ 11. PÁGINA WEB \_\_\_\_\_

12. DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN \_\_\_\_\_ LOGO: \_\_\_\_\_ 13. MUNICIPIO \_\_\_\_\_

14. DEPARTAMENTO \_\_\_\_\_ 15. TELÉFONO \_\_\_\_\_ 16. FAX \_\_\_\_\_ 17. A.A. \_\_\_\_\_

18. E-MAIL \_\_\_\_\_ 18. PÁGINA WEB \_\_\_\_\_

---

**TIPO DE ORGANIZACIÓN**

BOVEDAD COLECTIVA  01 SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE  02 SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES  03 SOCIEDAD LIMITADA  04

SOCIEDAD ANÓNIMA  05 SOCIEDAD DE ECONOMÍA MIXTA  06 SUBSIDIARIAL DE SOCIEDAD EXTRAJERARCA  07 EMPRESA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL ESTADO  08

EMPRESA UNIPERSONAL  09 SOCIEDAD DE HECHO  10 PERSONA NATURAL  11

ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA SOLIDARIA ESPECÍFICA  12

COOPERATIVA  12.1 PRECOOPERATIVA  12.2 INSTITUCIONES AUXILIARES DE ECONOMÍA SOLIDARIA  12.3

EMPRESA DE SERVICIO EN FORMA DE ASOCIACIÓN PÚBLICA COOPERATIVA  12.4 FONDO DE EMPLEADOS  12.5 COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO  12.6

ASOCIACIÓN MUTUAL  12.7 EMPRESA SOLIDARIA DE SALUD  12.8 EMPRESA COMUNITARIA  12.9

FEDERACIÓN Y CONFEDERACIÓN  12.10 EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO  12.11

ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO  13 OTROS  99 CUAL? \_\_\_\_\_

---

**FECHA DE CONSTITUCIÓN**

\_\_\_\_\_ HASTA \_\_\_\_\_

**COMPOSICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL**

1. NACIONAL \_\_\_\_\_ 2. EXTRAJERARCO \_\_\_\_\_

1.1. PÚBLICO \_\_\_\_\_ 1.2. PRIVADO \_\_\_\_\_

2.1. PÚBLICO \_\_\_\_\_ 2.2. PRIVADO \_\_\_\_\_

---

**ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA**

ACTIVA  01 ETAPA PROCOOPERATIVA  02 EN CONCORDATO  03

INTERVENIDA  04 EN LIQUIDACIÓN  05 ACUERDOS DE REESTRUCTURACIÓN  06

---

**NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA, DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD ECONOMICA QUE DESARROLLAN**

1. AGRICULTIVOS \_\_\_\_\_ 2. MINEROS \_\_\_\_\_ 3. MANUFACTUREROS \_\_\_\_\_ 4. SERVICIOS PÚBLICOS \_\_\_\_\_

5. CONSTRUCCIÓN Y OBRAS CIVILES \_\_\_\_\_ 6. COMERCIALES \_\_\_\_\_ 7. RESTAURANTES Y HOTELES \_\_\_\_\_ 8. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO \_\_\_\_\_

9. COMPLECIÓN \_\_\_\_\_ 10. FINANCIEROS, SEGUROS E INMOBILIARIOS \_\_\_\_\_ 11. SERVICIOS COMUNALES Y PERSONALES \_\_\_\_\_

---

**ACTIVIDADES ECONÓMICAS (describa por orden de importancia las principales actividades económicas)**

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. \_\_\_\_\_

**CIU REV. S.A.C.**


---

**FECHA DE DILIGENCIAMIENTO**

DÍA \_\_\_\_\_ MES \_\_\_\_\_ AÑO \_\_\_\_\_

**REPRESENTANTE LEGAL O INSCRITO**

NOMBRE \_\_\_\_\_ PERSONA QUE DILIGENCIA

FIRMA \_\_\_\_\_ C.C. \_\_\_\_\_ NOMBRE \_\_\_\_\_

CARGO \_\_\_\_\_ TEL. \_\_\_\_\_

E-MAIL \_\_\_\_\_

---

**PARA USO EXCLUSIVO DE LA CAMARA DE COMERCIO**

**FECHA DE RECEPCIÓN**

DÍA \_\_\_\_\_ MES \_\_\_\_\_ AÑO \_\_\_\_\_

**FUNCCIONARIO QUE RECIBE EL FORMULARIO**

NOMBRE \_\_\_\_\_ PARA CONSULTAS O ACLARACIONES DIRIGIRSE A:

FIRMA \_\_\_\_\_ TELÉFONO \_\_\_\_\_

E-MAIL \_\_\_\_\_ WEB \_\_\_\_\_

RECUERDE REPORTAR CUALQUIER CAMBIO QUE SE PRODUZCA EN SUS DATOS

EL  
Oficina de Investigaciones

soporte al sistema integrado de gestion

TECNOLÓGICA

de planeación