

## **Stylisme De Mode**

Angie Estefanía Linares Capera

Colegio virtual siglo xxi

Gestión Empresarial

Docente: Yadira Oliva López Galvis

Bogotá, Colombia

15 de octubre de 2024

## Tabla de contenido

<b>Agradecimiento y Dedicatoria</b>	<b>4</b>
<b>PORTAFOLIO PERSONAL</b>	<b>5</b>
Hoja de vida	5
Misión personal	8
Visión personal	8
Valores personales	9
Principios personales	10
Idea de negocio	11
<b>FORMACION DE LA EMPRESA</b>	<b>12</b>
1.1 Consulta de homonimia	12
1.2 Consulta de Actividad económica	13
1.3 Registro Único Tributario (RUT)	14
<b>Estudio de Mercado</b>	<b>15</b>
Target Marquet	15
<b>Tabla 2</b>	<b>15</b>
Análisis de producto o servicio	15
Variables para segmentarlo	17
<b>Encuesta de Investigación de Mercado</b>	<b>18</b>
3.1      Diseño de encuesta	18
Tabulación, Graficación y análisis de la encuesta	21
3.1      Conclusión general de la encuesta	30
3.2      Variables para establecer el precio de venta	31
<b>Análisis de competidores</b>	<b>32</b>
<b>Evaluación de proveedores</b>	<b>34</b>
Proveedores para evaluar y recolección de información	34
<b>Imagen Corporativa</b>	<b>35</b>
Diseño un ejemplo de papel para los comunicaciones de tu empresa	36
<b>Descripción de la empresa</b>	<b>37</b>
<b>Identificación de la Empresa</b>	<b>39</b>
Razón social	39
<b>Direccionamiento Estratégico</b>	<b>40</b>
<b>OBJETIVOS</b>	<b>41</b>
<b>Marco Teórico</b>	<b>43</b>

<b>Pregunta problematizadora:</b>	<b>43</b>
<b>¿Como por medio de los avances tecnológicos podemos mejorar la moda y dar nuevas oportunidades laborales a jóvenes universitarios?</b>	<b>43</b>
<b>11.1 Precedentes</b>	<b>43</b>
<b>Administración del Talento Humano</b>	<b>49</b>
Estudio Organizacional ( Clasificación general del emprendimiento )	49
Puestos de trabajo y sus funciones	51
Prevención de riesgos laborales	55
<b>Estructura Organizacional</b>	<b>57</b>
<b>Estudio Técnico</b>	<b>58</b>
Descripción producto y/o servicio	58
Explicación Estacionalidad de ventas	65
Fichas Técnicas	66
<b>Análisis de costos</b>	<b>68</b>
Costos Directos	68
<b>Costos indirectos</b>	<b>69</b>
Costos indirectos totales	69
Costo indirecto Unitario	70
Costo unitario indirecto= Total de costos/ unidades	71
Precio de venta	71
Ventas mensuales, de solo un producto	71
Inversión para inicio del producto	72
Ingreso primeros seis meses	73
Cálculo de gastos fijos(indirectos) seis primeros meses	73
<b>Conclusión</b>	<b>74</b>
<b>A lo largo de los años, se ha observado que la asignatura de gestión empresarial desempeña un papel importante en la promoción de una educación inclusiva, equitativa y de calidad. Esta materia ofrece la oportunidad de nuevos conocimientos, abarca diversas perspectivas y realidades del mundo empresarial.</b>	<b>74</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>75</b>

### **Agradecimiento y Dedicatoria**

En primero lugar me encantaría agradecerle a Dios por bendecirme con la familia que me ha dado e igual me encantaría agradecerles porque durante el transcurso de mi crecimiento me han corregido e instruido , siendo un gran apoyo.

La tarea de aprender no es tan fácil, diariamente aprendemos de los errores para lograr llegar al éxito, son quienes están a nuestro alrededor los que nos constituyen y ayudan a moldear, este proyecto de mi autoría es resultado de investigación y análisis, espero que sea de su interés.

## PORAFOLIO PERSONAL

Hoja de vida

### HOJA DE VIDA



#### Datos Personales

NOMBRE	Angie Linares
DOCUMENTO DE IDENTIDAD	1034781321 de Bogotá
FECHA DE NACIMIENTO	12 de Julio de 2007
LUGAR DE NACIMIENTO	Bogotá, Cundinamarca
CIUDAD	Bogotá-Cundinamarca
DIRECCIÓN	Diagonal 77b # 119a-3
TELÉFONO	3243337992
E-MAIL	<a href="mailto:aenjicore2007@gmail.com">aenjicore2007@gmail.com</a>

## Estudios

Básica secundaria:

colegio virtual siglo xxi

Año 2022

Estudios adicionales:

Idioma coreano, Taekwondo, idioma inglés

### **Referencias Familiares**

**Angelica Gómez**

3177676039

**Sofia Linares**

3214919783

### **Referencias Personales**

**Vanessa lizarazo**

3115322878

## Misión personal

Ofrecer a los jóvenes que gustan del buen vestir ropa de la más alta calidad al mejor precio del mercado, siempre tratando de tener modelaje que este al corriente con lo último de la **moda**, para que así pueda desarrollar sus actividades cotidianas luciendo su belleza y resaltando su elegancia.

## Visión personal

Dentro de un lapso entre 5 y 10 años, ser una profesional en diseño de modas y alta costura, estar graduada de La Salle collage internacional escuela de diseño. Presentar mis diseños en las pasarelas más privilegiadas del mundo. Crear una marca (WOW) y casa de modas para que brinde a la sociedad diseños únicos e innovadores, además, producir prendas cómodas, prácticas y elegantes.

## Valores personales

1. Se debe mantener el respeto como principal valor tan laboralmente como cada cliente.
2. Nunca se debe hablar un lenguaje individuo, ni grosero, se debe hablar en general todo lo que edifique y conforta.

## Principios personales

1. Establecer como principal fuente de trabajo la palabra de Dios.
2. Mantener la creatividad e innovación del personal para así tener a cada cliente a gusto y feliz con cada resultado.
3. Mantener un ambiente agradable y de armonía para que cada empleado logre realizar cada meta propuesta y la realización de trabajo en equipo.

Tabla 1

*Idea de negocio*

IDEA DE NEGOCIO	DESCRIPCION
Actividad económica	Diseño de moda
Destrezas, habilidades y conocimientos que posees para llevar a cabo esta idea de negocio	Ideas nuevas diseño de ropa y accesorios
Líneas de trabajo	Adolescentes
El nombre de la empresa	Stylime de mode
Menciona el componente innovador	Hacer la ropa de acuerdo con el gusto de la persona y se puede vender en redes sociales
Cuál será el aporte al ODS 8 (objetivos de desarrollo sostenible) trabajo decente y Crecimiento económico.	Conocer exactamente mediante un análisis estadístico que personas serían impactadas con el negocio.

## FORMACION DE LA EMPRESA

### 1.1 Consulta de homonimia

Por nombre o razón social\*

Escriba los primeros caracteres del nombre

STYLISME DE MODE

Búsqueda por palabra clave

Por palabra clave

Registro mercantil

Digite el número de matrícula

Buscar

Cámara de Comercio	Matricula	Razón Social	Organización Jurídica	Último año renovado	Estado
				1	

#### Sedes: Direcciones y horarios de atención

<a href="#">Sede y Centro Empresarial Salitre (Dirección General)</a>	<a href="#">Sede Cazuá</a>	<a href="#">Sede Fusagasugá</a>
<a href="#">Sede y Centro Empresarial Cedritos</a>	<a href="#">Sede Centro</a>	<a href="#">Sede Zipaquirá</a>
<a href="#">Sede y Centro Empresarial Chapinero</a>	<a href="#">Sede Norte</a>	
<a href="#">Sede y Centro</a>	<a href="#">Sede Paloguemao</a>	
	<a href="#">Sede Restrepo</a>	<a href="#">Mapa de sedes</a>
	<a href="#">Sede Salitre</a>	<a href="#">Directorio de sedes</a>

#### Reconocimientos

--	--	--	--

## 1.2 Consulta de Actividad económica

### 7410 Actividades especializadas de diseño

Esta clase incluye:

- Las actividades de los diseñadores de moda, entre las cuales se encuentra: el diseño de telas, prendas de vestir (incluso vestuario inteligente y alta costura), calzado, joyas, y otros artículos personales.
- El diseño de muebles y otros artículos de decoración interior y enseres domésticos.
- El diseño industrial, es decir, creación y desarrollo de diseños y especificaciones que optimizan la utilización, el valor, la apariencia, estética y funcionalidad de productos, incluidos la determinación de los materiales, la construcción, el mecanismo, la forma, el color y el acabado del producto, teniendo en cuenta las características y necesidades humanas y consideraciones relacionadas con la seguridad, el atractivo en el mercado, la eficiencia en la producción, la distribución y la utilización, y la facilidad de mantenimiento.
- Las actividades de diseño de envases, empaques y embalajes.
- Las actividades de diseñadores gráficos entre las cuales se encuentran: - El diseño de identidad corporativa (imagen corporativa / marca), que comprende el diseño de logotipo, colores y papelería corporativa. - El diseño de piezas gráficas, ya sean manuales o virtuales, como catálogos, volantes, etiquetas, aplicaciones textiles, entre otras. - El diseño de señales (señalética) y símbolos icónicos, lingüísticos y cromáticos. - El diseño tipográfico.
- Las actividades de decoradores de interiores.

Esta clase excluye:

- Las actividades de impresión. Se incluyen en la clase 1811 «Actividades de impresión».
- La composición tipográfica. Se incluye en la clase 1812 «Actividades de servicios relacionados con la impresión».

Seleccionar

7410



Actividades especializadas de diseño

### 1.3 Registro Único Tributario (RUT)

		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal		<b>001</b>																																																						
2. Concepto <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Espacio reservado para la DIAN		4. Número de formulario																																																								
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 1034781321		6. DV	12. Dirección seccional diagonal 77b # 119a-73		14. Buzón electrónico aenjicore2007@gmail.com																																																					
<b>IDENTIFICACIÓN</b>																																																										
24. Tipo de contribuyente persona jurídica		25. Tipo de documento Nit	26. Número de Identificación 1034781321		27. Fecha expedición 2022/08/07																																																					
Lugar de expedición Bogota		28. País Colombia	29. Departamento Cundinamarca		30. Ciudad/Municipio Bogota																																																					
31. Primer apellido Linares		32. Segundo apellido Capera	33. Primer nombre Angie		34. Otros nombres Estefania																																																					
35. Razón social STYLISME DE MODE																																																										
36. Nombre comercial			37. Sigla																																																							
<b>UBICACIÓN</b>																																																										
38. País Colombia		39. Departamento Cundinamarca	40. Ciudad/Municipio Bogota																																																							
41. Dirección principal Diagonal 77b # 119a-73																																																										
42. Correo electrónico aenjicore2007@gmail.com		43. Código postal 110211	44. Teléfono 1 3177676039		45. Teléfono 2 3243337992																																																					
<b>CLASIFICACIÓN</b>																																																										
Actividad económica <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th colspan="2">Actividad principal</th> <th colspan="2">Actividad secundaria</th> <th colspan="2">Otras actividades</th> <th colspan="2">Ocupación</th> <th colspan="2">52. Número establecimientos</th> </tr> <tr> <th>46. Código</th> <th>47. Fecha inicio actividad</th> <th>48. Código</th> <th>49. Fecha inicio actividad</th> <th>50. Código</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>51. Código</th> <th colspan="2"></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>7910</td> <td>2022/03/10</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2"></td> </tr> </tbody></table>						Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades		Ocupación		52. Número establecimientos		46. Código	47. Fecha inicio actividad	48. Código	49. Fecha inicio actividad	50. Código	1	2	51. Código			7910	2022/03/10																															
Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades		Ocupación		52. Número establecimientos																																																		
46. Código	47. Fecha inicio actividad	48. Código	49. Fecha inicio actividad	50. Código	1	2	51. Código																																																			
7910	2022/03/10																																																									
Responsabilidades, Calidades y Atributos <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th><th>13</th><th>14</th><th>15</th><th>16</th><th>17</th><th>18</th><th>19</th><th>20</th><th>21</th><th>22</th><th>23</th><th>24</th><th>25</th><th>26</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>53. Código</td> <td>7</td><td>9</td><td>1</td><td>0</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	53. Código	7	9	1	0																						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26																																	
53. Código	7	9	1	0																																																						
<a href="#">Consulte aquí los códigos de actividad económica</a>																																																										
<b>Obligados aduaneros</b>						<b>Exportadores</b>																																																				
1    2    3    4    5    6    7    8    9    10										55. Forma	56. Tipo	Servicio	1	2	3																																											
11    12    13    14    15    16    17    18    19    20										57. Modo																																																
										58. CPC																																																
<b>IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación</b>																																																										
59. Anexos    SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>						60. No. de Folios: <input checked="" type="checkbox"/>		61. Fecha <input type="text"/>																																																		
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantaran los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso. Parágrafo del artículo 1.6.1.2.20 del Decreto 1625 de 2016 Firma del solicitante:						Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada:  984. Nombre <input type="text"/> 985. Cargo <input type="text"/>																																																				

## Estudio de Mercado

Target Marquet

Tabla 2

*Análisis de producto o servicio*

Necesidad que satisface	Problema que resuelve	A quién beneficia
La ropa satisface la necesidad que tenemos de protegernos del clima, de proteger nuestra intimidad, de incluso, pertenecer a cierto estatus social dependiendo de la ropa que se utilice.	La ropa tiene dos funciones principales: la primera para cubrir el cuerpo y la segunda para las condiciones climáticas. Por un lado actúa como una barrera para el frío o para mantenerse fresco, no solo proporciona comodidad sino que también ayuda a regular la temperatura corporal.	Al ofrecer el producto beneficia tanto a la empresa como a los compradores. Para la empresa , genera ingresos que son importantes para el crecimiento , para los clientes proporciona la oportunidad de un nuevo estilo, comodidad y la adaptación a sus preferencias personales.

## 2.3 Competencia

RROTT+CO



Nota: la imagen fue tomada de (*Nuevo plan de expansión de Roott+co en Ibagué: buscan abrir fábrica en 2023*, 2021)

**ROOTT+CO** cuenta con una amplia presencia de venta en casi todas las ciudades de Colombia, mediante de franquicias, distribuidores autorizados y puntos de venta directos ubicados en los principales centros comerciales. A diario, se comercializan productos como jeans, camisetas, camisas y otros accesorios de moda, además la marca ha logrado expandirse a los mercados de Norte y Centro América.

Una de las principales razones de su éxito comercial es su constante preocupación por estar a la vanguardia en la moda, desarrollando trabajos de investigación, diseño y confección en diversos mercados, sumando a su estrategia publicitaria, ROOTT+CO rompen esquemas en el diseños de sus tiendas, ofreciendo un ambiente juvenil y moderno que proporciona una experiencia de compra única. logrando así consolidarse como la marca de ropa de mayor aceptación entre los jóvenes, adultos y niños.

Inspirada en el estilo británico ROOTT+CO diseña, produce y comercializa prendas de vestir para hombres, mujeres y niños, ofreciendo productos de alta calidad que destacan por su comodidad, identidad y excelente servicio.

Tabla 3

*Variables para segmentarlo*

Variable	Explicación
EDAD	Nuestro producto se centra en la moda juvenil, específicamente diseñada para jóvenes de entre 10 y 19 años.
GENERO	Abarca ambos géneros : femenino y masculino
UBICACIÓN	<p>La ubicación de la empresa es estratégicamente , ya que se encuentra en el centro comercial Nuestro Bogotá , ya que es un lugar transitado y fácil de acceso para los clientes.</p> 

Nota. Toma de internet Google maps centro comercial *Nuestro Bogotá to Nuestro Bogotá*. (n.d.).

Nuestro Bogotá to Nuestro Bogotá. Retrieved October 10, 2024, from Google maps)

## Encuesta de Investigación de Mercado

### 3.1 Diseño de encuesta

**STYLISME DE MODE**  
Encuesta de investigación de mercados

Cordial saludo, me presento soy estudiante del colegio virtual siglo XXI y les voy a explicar de qué trata mi empresa y su objetivo principal. Somos una empresa que diseña prendas de vestir ( camisa, sacos, pantalones) tomando en cuenta el gusto de la persona ;nos enfocamos en lo que realmente quieren , las características, diseños, colores y demás accesorios que puedan ser de su agrado.

\* Obligatorio

1. Nombre \*

Escriba su respuesta

2. Edad \*

<https://forms.office.com/r/Mf3NNz5R9>

### 3.1.2 Aplica lo de la encuesta

17  
Respuestas

01:27  
Tiempo medio para finalizar

Activo  
Estado

Revisar respuestas | Publicar puntuaciones | Abrir en Excel

1. Nombre

17  
Respuestas

Respuestas más recientes:  
"Jenny Cano"  
"Sofia Peña Martinez."  
"Pablo rozo"

2. Edad

Más detalles	Insights
1 encuestados (6%) respondieron Pablo rozo para esta pregunta.	Vista previa
Nombre	Respuestas
anonymous	Pablo rozo

3. Generó

10-18  
19-28

15  
2

**STYLISME DE MODE Encuesta de investigación de mercados - Guardado**

**3. Genero**

Más detalles Insights

Femenino	13
Masculino	4

**4. Te gustaría que personalice tu ropa a tu gusto?**

Más detalles Insights

Sí	17
No	0

**5. Que te gusta más?**

Más detalles Insights

Sacos	13
Camisas	2
Pantalones	2

**6. Qué te gustaría que te haga en la camisa, saco o pantalón?**

Más detalles Insights

Un paisaje	0
Un animal	1
Frases	1
Diseño abstracto	2
Diseño exclusivo hecho por ti	13

**7. cómo te gustaría el color de tu ropa?**

Más detalles Insights

Negro	5
Colores claros	1
Colores oscuros	3
Todas las anteriores	8

**8. cómo te gustaría tu ropa**

Más detalles Insights

Ancha	6
Ajustada	1
Ambas	10

Forms STYLISME DE MODE Encuesta de investigación de mercados - Guardado

Preguntas Respuestas

9. Te gustaría un accesorio adicional en tu prenda de vestir tales como perlas, taches, cadenas, parches, flores, pedrería o botones ?

Más detalles Insights

Si 13  
No 4

Respuestas 17

STYLISME DE MODE Encuesta de investigación de mercados - Guardado

Preguntas Respuestas

10. de acuerdo a la respuesta anterior indica que accesorio en específico usarías en tu prenda de vestir? ( camisa, saco, pantalón )

Más detalles Insights

Accesorio	Cantidad
Perlas	1
Taches	2
Cadenas	5
Parches	2
Pedrería	1
Botones	3
Flores	0

Respuestas 17

STYLISME DE MODE



# Encuesta de investigación de mercados

Gracias.

La respuesta se ha enviado.

[Ver resultados](#)

[Enviar otra respuesta](#)

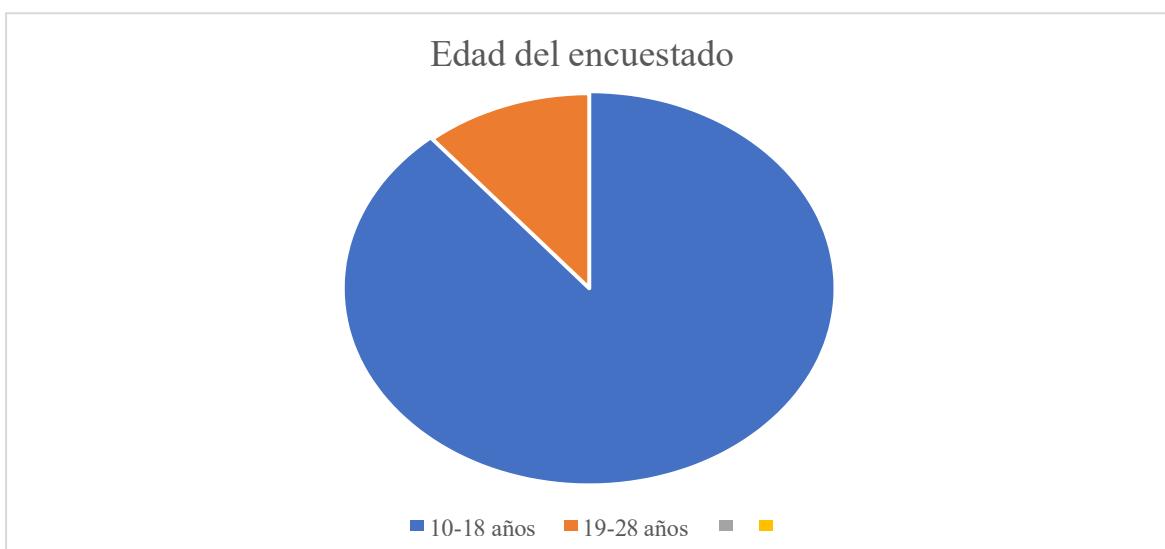
*Tabulación, Gráfificación y análisis de la encuesta*

- Personas encuestadas: 17
- Edades

Tabla 4

*Encuestados (edades)*

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Porcentual
10-18 AÑOS	15	0,8	80%
19-28 AÑOS	2	0,1	10 %

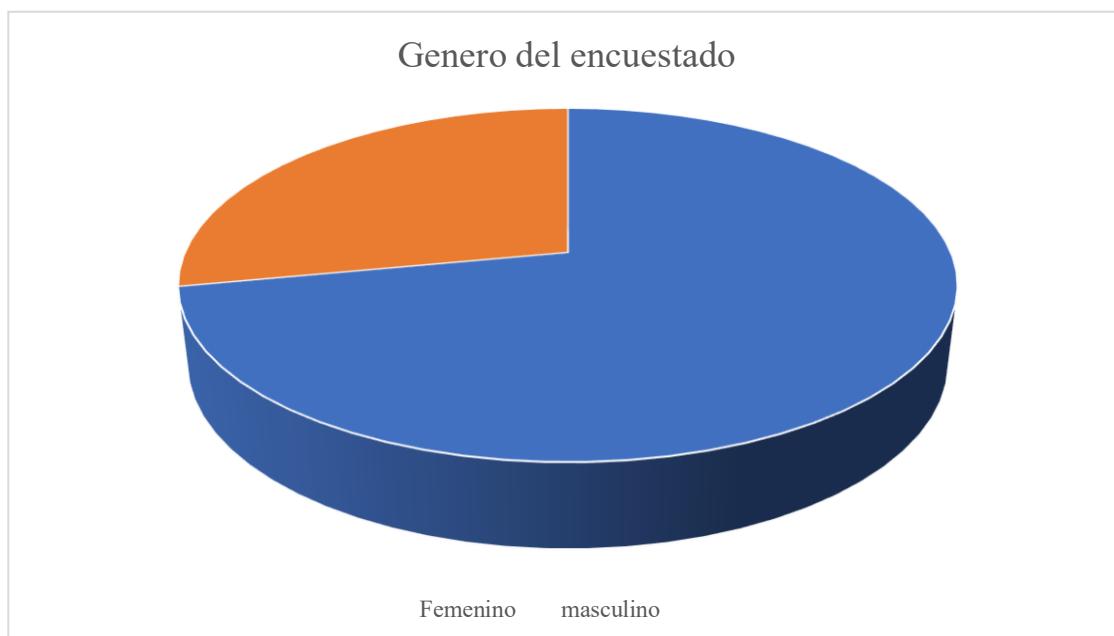


Nota : La mayoría de los encuestados se encuentra en el rango de edad de 10 a 18 años, en comparación con el rango de 19 a 28 años.

Tabla 5

*Género*

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Porcentual
Femenino	13	0,7	70%
Masculino	4	0,2	20 %

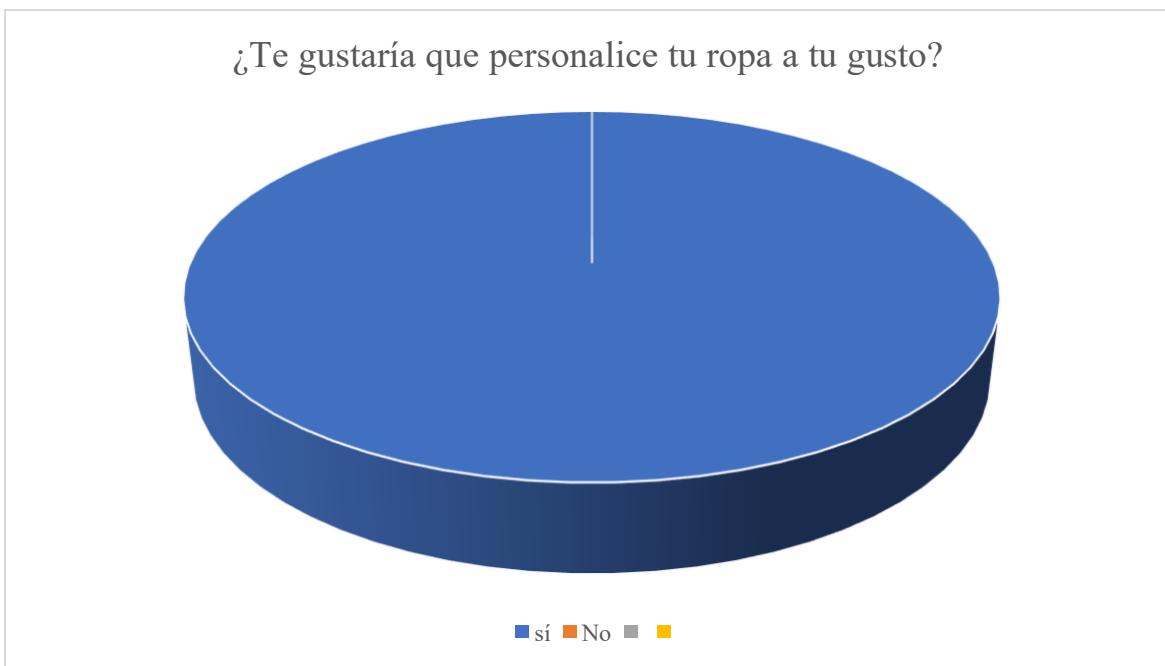


Nota: Los encuestados incluyeron 13 personas de género femenino y 4 de género masculino

Tabla 6

*Te gustaría que personalice tu ropa a tu gusto*

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
SI	17	1	100%
NO	0	0	0 %

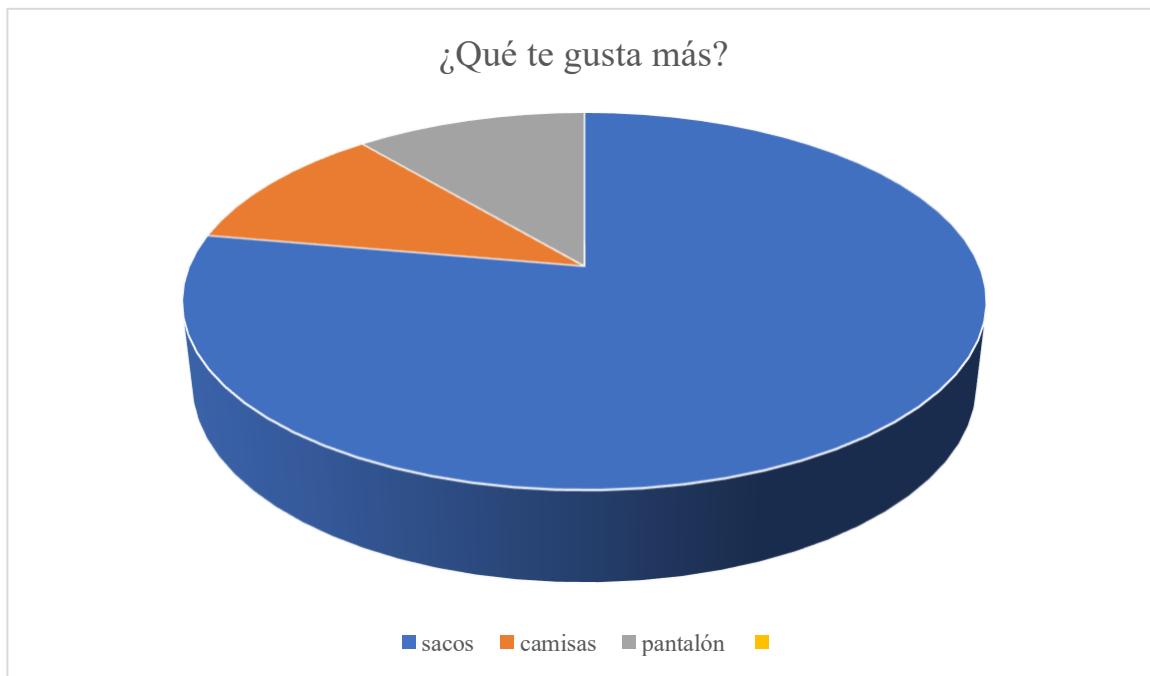


Nota :A las 17 personas encuestadas si les gustaría que personalice su ropa

Tabla 7

*¿Que te gusta más?*

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Sacos	13	0,7	70%
Camisas	2	0,1	10%
Pantalones	2	0,1	10%

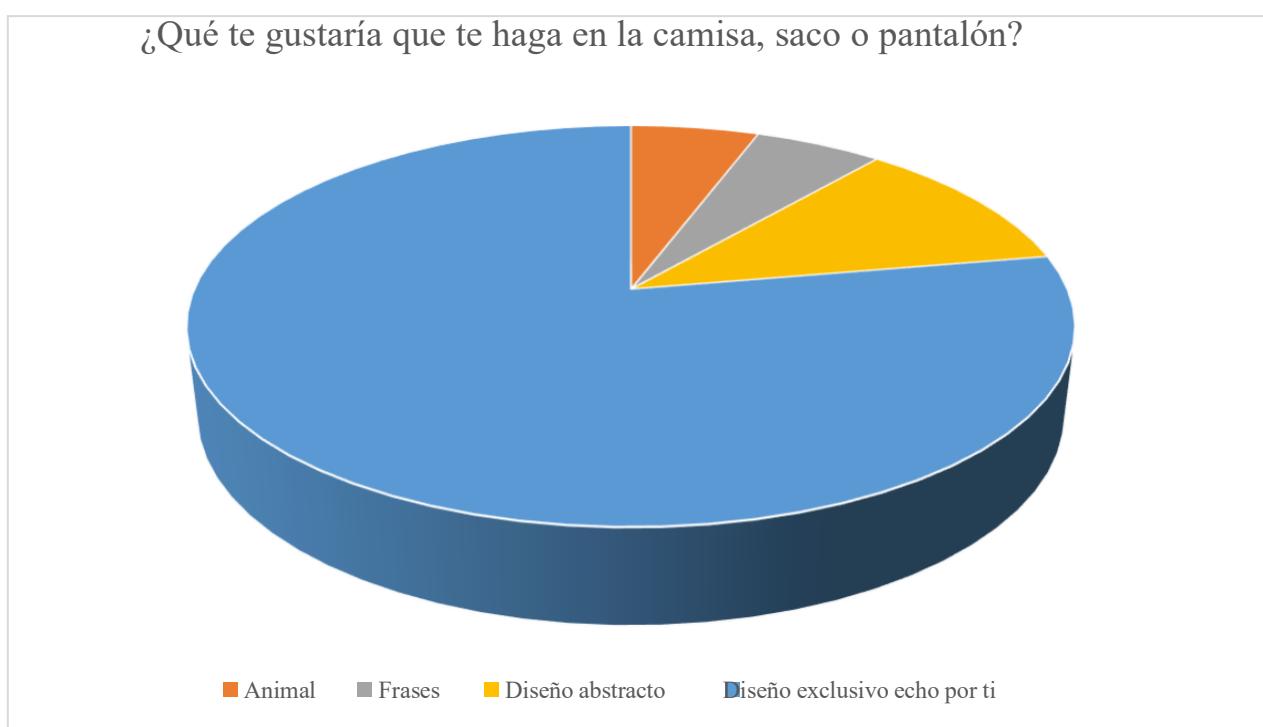


Nota: A 13 personas les gusta más el saco que la camisa y el pantalón; a dos personas les gusta la camisa, y a dos personas les gusta el pantalón.

Tabla 8

*¿Que te gustaría que te haga en la camisa, saco o pantalón?*

Pregunta	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
Paisaje	0	0	0%
Animal	1	0,05	5%
Frases	1	0,05	5%
Diseño abstracto	2	0,1	10%
Diseño Exclusivo	13	0,7	70%
Echo por Ti			



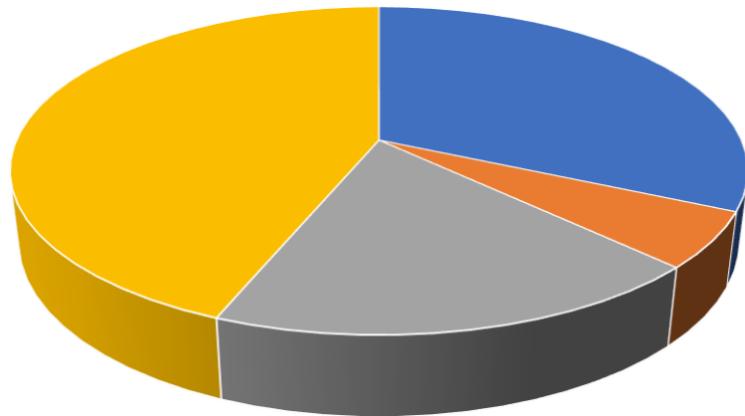
Nota: En cuanto al diseño en la ropa , a 0 personas les gustaría paisajes; a 1 persona le gustaría tener animales; a 1 persona frases; a 2 personas, un diseño abstracto y a 13 personas un diseño exclusivo creado por el encuestado.

Tabla 9

*Encuesta como les gustaría el color de la ropa*

Preguntas	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
Negro	5	0,29	29%
Colores claros	1	0,05	5%
Colores oscuros	3	0,17	17%
Todas las anteriores	8	0,4	40%

cómo te gustaría el color de tu ropa?

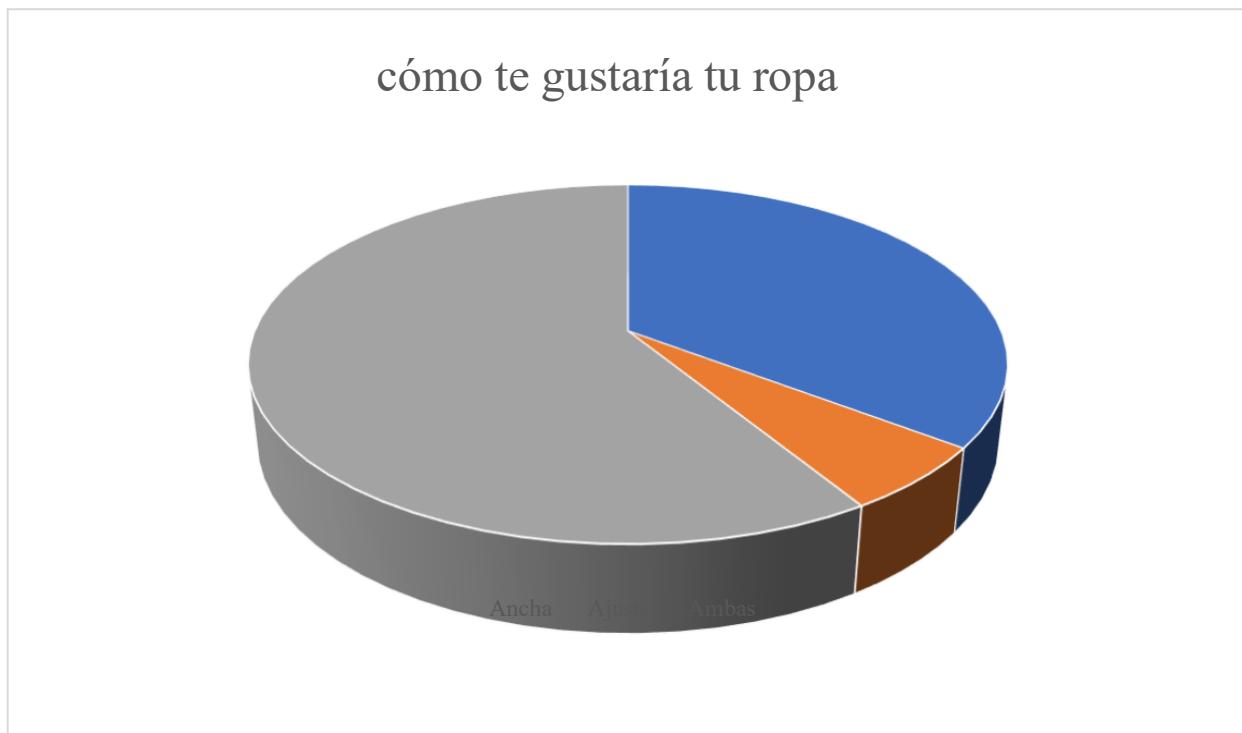


Nota: En cuanto al color de la ropa, el negro les gusta a 5 personas, los colores claros a 1 persona, los colores oscuros a 3 personas, y a todas las opciones anteriores 8 personas

Tabla 10

*Como sería el gusto de la ropa*

Pregunta	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
Ancha	6	0,3	30%
Ajusta	1	0,05	5%
Ambas	10	0,5	50%



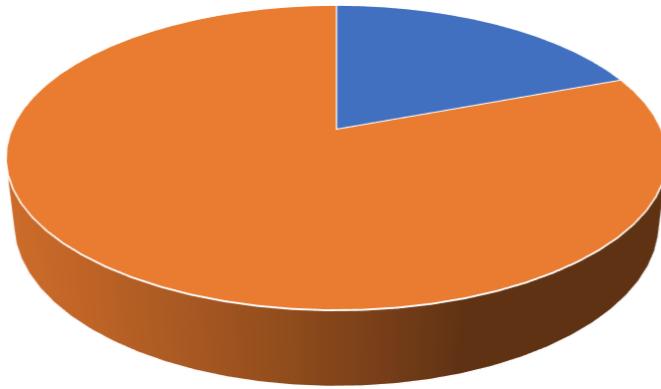
Nota: En cuanto al ajuste de la ropa, a 6 personas les gusta mas la ropa ancha, a 1 persona le gusta la ropa ajustada, y a 10 personas les gusta ambas opciones.

Tabla 11

*Accesorios adicionales en las prendas de vestir como: perlas, taches, cadenas, parches, flores, pedrería o botones.*

Preguntas	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
Si	13	0,76	76%
No	4	0,23	23%

Te gustaría un accesorio adicional en tu prenda de vestir tales como perlas, taches, cadenas, parches, flores, pedrería o botones?

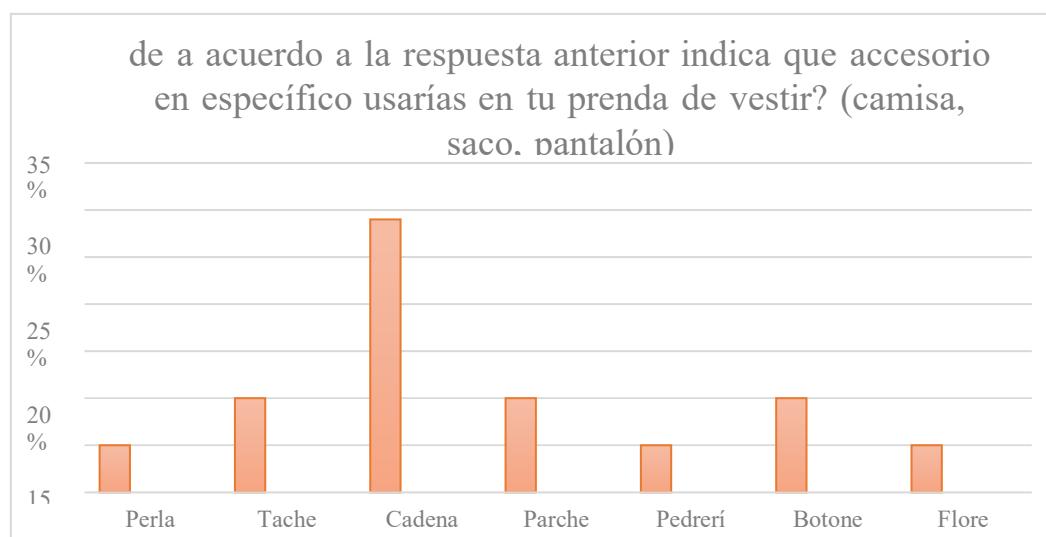


Nota: En cuanto a los accesorios en la ropa, a 13 personas les gustaría tener accesorios, mientras que a 4 personas no les gustaría.

Tabla 12

*De acuerdo a la respuesta anterior, ¿qué accesorios en específico usarían en las prendas de vestir? (camisa, saco, pantalón)*

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia porcentual
Perlas	1	0,05	5%
Taches	2	0,1	10%
Cadenas	5	0,29	29%
Parches	2	0,1	10%
Pedrería	1	0,05	5%
Botones	3	0,1	10%
Flores	0	0	05%



Nota: Entre los accesorios ofrecidos, 1 persona le gusta las perlas, 2 personas los taches,

5 personas les gustaría usar cadenas, 2 personas les gustaría los parches, 1 persona le gusta la pedrería, 3 personas les gustan los botones, y a ninguna persona les gustaría usar flores

### 3.1 Conclusión general de la encuesta

Entre las edades más populares , se encuentra las de 10 a18 años, con una preferencia predominante por el género femenino .A la mayoría de los encuestados les gustaría personalizar su ropa. En cuanto a las prendas 13 personas prefieren los sacos sobre camisas y pantalones.

En relación a los diseños, ninguno de los encuestados optaría por paisajes en su ropa, mientras que a una persona le gustaría incorporar un animal, una persona prefiere frases, dos personas elegirían diseños abstractos, y el diseño exclusivo personalizado fue el más popular, con 13 votos.

Respecto a los colores, 5 personas prefieren el negro, una persona opta por colores claros, 3 personas prefieren colores oscuros, y 8 personas seleccionaron todas las opciones anteriores. En cuanto al ajuste de las prendas, 6 personas prefieren ropa ancha, una persona prefiere ropa ajustada, y 10 personas optan por ambas opciones.

En cuanto a los accesorios , 13 personas desean añadir accesorios a si ropa, mientras que 4 no. entre los accesorio sugeridos, una persona eligió perlas, 2 personas escogieron taches, una persona eligió pedrería, 3 personas prefieren botones, y nadie escogió flores.

### 3.2 Variables para establecer el precio de venta

**Precio en el mercado:** Primeramente, debemos identificar nuestras competencias porque las personas van a preferir ese producto y cuál es el precio que ellos manejan en cada atuendo que tienen y cómo es el atuendo que ellos le dan al **mercado**.

**El costo del producto:** Una vez realizado el estudio de la competencia, se deben identificar los costos involucrados en la producción, esto incluye las telas que se utilizaran, la maquinaria, la mano de obra, la ubicación, el empaque y el traslado de los productos. Con estos datos, se puede desarrollar una fórmula que permita calcular un precio específico que garantice rentabilidad, evitando perdidas, posteriormente , se valida este precio mediante un estudio de mercadeo.

**El mercado meta:** El producto está dirigido principalmente a consumidores de estratos 3 a 5. El objetivo es ofrecerles una experiencia única que justifique el precio, sin que este resulte excesivo, para lograr esto, se implementaran promociones que equilibren los precios del mercado con los propios, y se buscara un balance en los costos, priorizando productos de alta rotación y utilidad , de esta manera , se evitaran perdidas.

Además, se brindara la posibilidad de personalizar la ropa, lo que se convertirá en un valor añadido que contribuirá a que los clientes perciban el precio como justo. La personalización será el factor diferenciador frente a la competencia, haciendo que los consumidores vean nuestros productos como una opción más atractiva y valiosa.

## Análisis de competidores

### 4.1 Objetivo del Análisis

El objetivo de análisis trata de Poder saber cuáles son mis competidores, saber cuáles son sus fortalezas y debilidades de nuestros competidores que pueden llegar, para poder saber cómo puedo competir con ellos de una mejor manera.

Tabla 13

*Competidores: forever 21 y Urban Outfitters*

	COMPETIDOR 1	COMPETIDOR 2
Ubicación	Titan plaza	Gran estación
Volumen de ventas	US \$81 millones	Usd \$3450
Participación en el mercado	49 %	67 %
Experiencia en el mercado	38 Años	52 años
Materiales e insumos	Distintas telas	Distintas telas
Productos	De buena calidad	De buena calidad y distinción
Precios	Bajos y asequibles	Altos
Capacidad de producción	Limitada	Limitada
Medios publicitarios	Redes sociales y locales	Redes sociales y locales

Canales o puntos de venta	Internet y tiendas	Internet y tiendas
Principales estrategias	Internet y locales e innovación de ropa y descuentos	Internet y locales e innovación de ropa y descuentos
Principales debilidades	Segmentado a una población particular	Segmentado a una población particular
Principales fortalezas	Organización de la tienda y atención	Organización de la tienda

Nota: el análisis FODA tiene costo adicional pero mi papá no me lo quiso comprar, razón por la cual estoy dando mi apreciación en la vista a las tiendas.

#### 4.1.1 Tomar decisiones o formular estrategias

Una vez evidenciada la necesidad de la población es importante atacar el sector no solamente con los extractos 4,5,6 si no también impactando a los estratos 1,2 y 3, lo que permitiría un mayor crecimiento a nivel de ventas y así se podría impactar una mayor población. Es claro que la variación de precios se tendría que dar de acuerdo con la población que se va a atacar, pero por ningún motivo desminaría la calidad del producto, eso quiere decir que las tiendas a apertura quedarían en un sector estratégico de la ciudad lo que permitiría una toma de decisiones activa para el mejoramiento continuo

## Evaluación de proveedores

### 5.1 Objetivo de la evaluación

Determinar si las telas cumplen con el estándar mínimo de calidad, y si es posible que se pueda realizar un trámite de examen medio en las fibras lo cual permitiera que con ese mismo análisis podríamos novelar los precios de venta. Los accesorios que entregaría cada proveedor para la ropa de incluir variables innovadoras que permitan posicionamiento en el mercado. Por ningún motivo un proveedor puede llegar a traer algo que no sea novedoso.

Tabla 14

*Proveedores para evaluar y recolección de información*

Variables		
Nombre	Telas 1a	Insumos totales
Principal fortaleza	Precios	Suministro
Principal debilidades	Entrega de producto demorada	Precios
Tipo de servicio	Prendas de vestir	Prenda de vestir y accesorios
Reputación	Buena	Excelente
Volumen de suministro	Medio	Alto
Plazo de entrega	60 días	30 días
Sistema de pago	Crédito	CONTADO
Participación en el mercado	32%	25%
Zonas que cubre	Norte	Noroccidente
Nivel de precios	Medio	Alto

## Imagen Corporativa



STYLISTMEN DE MODE

DA ESTILO A TU VIDA, PONLE TU SELLO

6.1 **Nombre**: Stylistmen de mode, quiere decir estilo de ropa en francés, queriendo llamar la atención de los clientes con un nombre en francés distinto a su idioma natal.

6.1.2 **Logotipo**: La letras SM es Stylistmen de mode, que significa estilo de moda las líneas verdes son los hilos y la mano representa que está creando las líneas.



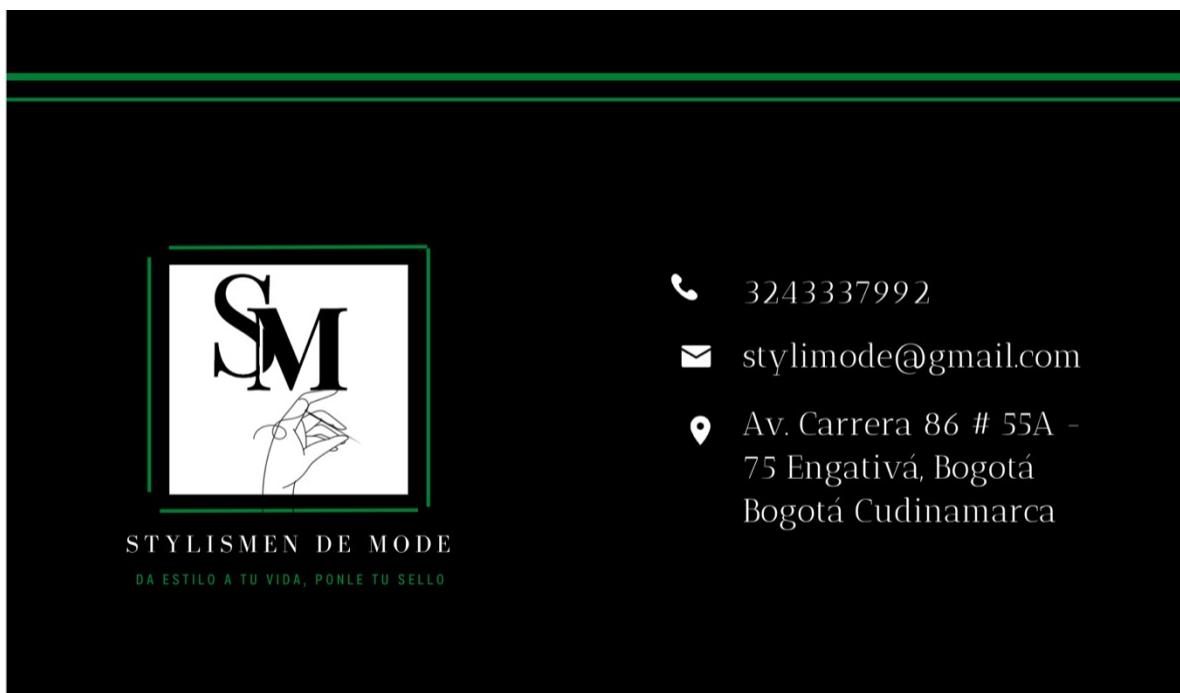
6.1.3 **Eslogan:** “Da estilo a tu vida, ponle tu sello” – representa que deberías tener un estilo nuevo en tu vida y ponerlo tu propio sello se refiere un diseño tuyo

6.1.4 **Tipografía:** Es una letra que llama la atención, atractiva, grande y es fácil de leer, PLAFAIR DISPLAY, TIMES NEW ROMAN, son los tipos de letra que utilice para la creación de la imagen corporativa

6.1.5 **Colores:** El blanco representa la tranquilidad en la moda.

- El verde representa los diferentes tejidos que están hechos.
- El negro representa lo neutro de cada vestimenta.

*Diseño un ejemplo de papel para los comunicaciones de tu empresa*



## Descripción de la empresa

### 7.1 Antecedentes:

La idea de este negocio fue creada entre dos hermanas que identificaron una oportunidad de ofrecer productos innovadores en el mercado, enfocados en los jóvenes. El concepto se basa en la personalización de ropa, permitiendo a los clientes diseñar sus propios estampados según sus preferencias. Esta idea surgió al observar la creciente demanda de los consumidores por expresarse de manera única a través de su atuendo, y la ropa se convierte en un medio clave para lograr esta autoexpresión.

Al lanzar este producto al mercado, iniciariamos con un valor 50.000 pesos de acuerdo con el diseño solicitado. El enfoque en la calidad de la maquinaria y materiales asegura que el producto cumpla con los estándares. Con el tiempo, y a medida que los ingresos lo permitan, se reinvertirá en la adquisición de mejores equipos y el establecimiento.

En cuanto al impacto ambiental, es importante destacar el compromiso con prácticas responsables. Aunque la maquinaria necesaria podría tener un impacto, se evaluarán alternativas sostenibles para reducir la huella ecológica. Se priorizarán procesos que minimicen el desperdicio y se buscarán soluciones que, en el futuro, permitan fabricar de manera más ecológica.

### **7.1.2 Pregunta problema:**

¿ Como por medio de la creación de un negocio de elaboración y comercialización de ropa dirigido para jóvenes en la ciudad Bogotá se pueden suplir la distribución de camisas en jóvenes afectados por la postura de generó?

### **7.1.3 Concepto de negocio**

La empresa se enfocara en la fabricación y comercialización de productos personalizados tales como: camisetas, busos y sacos. Con diversos estilos, estampados y colores, se busca la satisfacción del cliente. nos dirigiremos a la población de jóvenes que actualmente están siendo afectados por lo de la comunidad LGTBI , buscamos que los clientes se sientan satisfechos al tener nuestros producto.

Es importante poder ofrecer en los productos caracterizados según la demanda de cada uno de los clientes a los cuales vamos dirigidos, aconsejamos y le damos una guía sencilla sobre los diseños que tenemos, buscamos que nuestra oferta logre expresar lo que realmente quiere el comprador, el stock tiene una serie de caracterizaciones generales pero aun así estás pueden variar según la talla y color disponible, las variantes que puedan encontrarse como alternas van a necesitar un mayor tiempo de producción, pero todo enfocado a satisfacer el requerimiento.

## Identificación de la Empresa

8.1 **Nombre comercial:** Al gustarme los idiomas, decidí crear un negocio de ropa, mezcle ambas ideas y decidí colocarle como (STYLISMEN DE MODE) que lo que significado Estilo de Ropa en el idioma Francés

**Tabla 15**

*Razón social*

Tipo de sociedad	Explicación
Razón social	Stylistmen de mode
Nombre de la sociedad elegida	Angie linares s.c
Denominación de socios	Socios
No de socios	Min:2  Max: 5
Responsabilidad	Dirección y manejo de los asuntos sociales,  Sociedad personalista, Cualquier socio es  responsable de las obligaciones sociales Solidaria  e ilimitada
Capital social y no. De votos para decisiones	Participación todos los socios, tienen voto sin  importar la participación y cuotas de igual valor

## Direccionamiento Estratégico

**9.1 Misión Empresarial:** El objetivo es poder ofrecer la mejor experiencia, de una forma permitiéndoles vistiéndose a la moda y poder disfrutar de prendas únicas e repetibles

**9.2 Visión Empresarial:** Lograr ser una empresa líder y reconocida en la venta de ropa personalizada, lograr Extendernos por todo Latinoamérica, crear cadenas de almacenes, proporcionando cada día un servicio de Excelencia a nuestro clientes y dar un buen precio en el mercado.

## OBJETIVOS

10.1 **Objetivo general:** ser una de las mejores empresas de confecciones en el país, tanto nivel de maquinarias, Proceso productivo y calidad en sus productos, contar con una administración eficiente que les permita Optimizar el uso de sus recursos para poder posicionarse en el mercado

10.1.1. **Objetivo corto plazo:** lograr a conocer, aumentar el número de clientes y contactos, crear grupos de trabajo dinámica

10.1.2 **Objetivo mediano plazo:** contar con una administración eficiente que les permita optimizar el uso de los recursos para poder posicionarse en el mercado como líderes en venta u producción de personalización en estampados

10.1.3 **Objetivo largo plazo:** posicionar a STYLISMEN DE MODE a nivel nacional, y comercializar sus productos al extranjero

### **10.2 Objetivo Específicos:**

- Promocionar prendas de vestir modernas y de alta calidad
- Intención de crear fidelidad por parte de los clientes
- Expandir en la ciudad
- Puntos de venta presentando la mejor atención al cliente
- Tener proveedores excelentes
- Estar tanto a la moda para realizar buena calidad de estampados.

**10. 3 Valores empresariales:** Crear orientación a los clientes, honestidad al ofrecer el producto, dar calidad, no dar prendas dañadas, innovación en cada diseño, un gran trabajo de equipo de trabajadores, medio ambiente relajado y ordenado, profesionalidad en el estilo de moda.

## Marco Teórico

Pregunta problematizadora:

¿Como por medio de los avances tecnológicos podemos mejorar la moda y dar nuevas oportunidades laborales a jóvenes universitarios?

### 11.1 Precedentes

De acuerdo a estudios del DANE podemos observar que en Colombia actualmente contamos con una población de 7.91 millones de personas, con la cual contamos con una población de mujeres que tiene el 52.1% y los hombres el 47.9%, en Bogotá contamos con una cifra del 15.9% de habitantes donde el 12,53% son jóvenes entre los 15 a 29 años.

Nuestro target que es de 12 a 34, después de pandemia podemos observar que esta segmentación durante la pandemia aumentaron su consumo en ropa online y después en ventas físicas, con que en total causaron un aumento del 50% en ventas sobre la moda, donde el 50% lo aporta las mujeres y el otro 50% lo aporta los hombres, pero así mismo después de pandemia la conciencia en cuidar el medio ambiente, la biodiversidad y la integración se volvió un tema muy marcado en este generación y según el informe de la Asociación de Moda Sostenible, los consumidores, especialmente los jóvenes, buscan cada vez más la ropa que les permita expresar su identidad y estilo personal, se ha observado que la ropa personalizada no solo genera un sentido de pertenencia, sino que también fomenta la lealtad del cliente.

Esto nos permite lograr un enfoque más personal a la juventud y en la actualidad contamos con un desempleo del 17,1 % en Bogotá, donde la mayoría son jóvenes que apenas

están terminando y emprendiendo su carrera y/o empezando su carrera teniendo como objetivo tener un ingreso adicional. Pero a las circunstancias que hoy tiene el país el tema de conseguir empleo sobre todo a la población joven es más complicado por lo que nosotros les queremos dar una oportunidad de poder lograr un ingreso y una experiencia laboral a los que estudian diseño de moda, teniendo en cuenta también que la industria de moda a los jóvenes que están terminando esta carrera para lograr llegar a la industria peletera, industria maquiladora y la industria accesorios requiere una experiencia laboral y las empresas de mayor reconocimiento buscan a profesionales en el diseño de modas.

Por lo que nosotros queremos que estos jóvenes inicien a ganar experiencia en nuestra empresa implementando y enseñando a ellos lograr sus diseños por medio de la “Inteligencia Artificial o IA” ya que en la actualidad esto nos permite desarrollar nuevos atuendos ya con texturas y relieve necesario para poder tener ideas más claras y mejor planteadas, porque en el momento de su creación podamos utilizar de forma correcta materiales sostenibles, ya que nosotros queremos tener también un impacto ambiental logrando que nuestros atuendos sea una moda ecológica. En la actualidad hay en Colombia 2 empresas que se especializan en la ropa personalizada, pero ambas se enfocan en métodos diferentes a continuación, vamos a presentar cada una:

## 1) Wata

Esta empresa ha operado durante al menos 2 años en el mercado colombiano, esta se dirige a personas con conciencias ambiental y que estén comprometidas con la moda sostenible. Busca atender a aquellos clientes que les gusta la ropa que no solo sean elegantes, sino que también tengan un impacto positivo en el medio ambiente. Wata se dedica a fabricar colecciones de ropa sostenible que se centran en utilizar materiales reciclados, orgánicos o reutilizados como el cuero de piña y la savia del eucalipto para crear prendas. También trabajan con poliéster reciclado y mezclas de poliéster reciclado con algodón recuperado.

Se enfoca en ofrecer prendas de alta calidad y durabilidad, asegurando que cada prenda sea comparable en duración a las prendas hechas de materiales no sostenibles. Además, ofrece servicios de personalización y reparación de prendas alentando a las personas a reutilizar una moda circular.

También tienen un enfoque social, colaborando con organizaciones y proyectos para brindar ayuda a comunidades necesitadas. Han lanzado campañas como "La Montaña va a Mahoma" y "Tapabocas para los Recicladores de Bogotá" para apoyar a personas afectadas por la pandemia.



## 2) Créalo

Nace a partir de 1993, especializada en el sector de la personalización, comercialización y distribución de productos destinados al regalo publicitario, es otra de las empresas de ropa personalizada más populares de Colombia ya que está en el sector hace 25 años. Una de sus líneas de productos está centrada en los **regalos personalizados para recién nacidos, bebés y regalos para empresa**. En su catálogo también ofrece **complementos y accesorios** como mochilas y mantas con diseños para niños muy bonitos. Trabajan con maquinaria como Roland, Mutoh, Transfer Digital dtfel, entre otros.

Ellos ofrecen diferentes tipos de estampados, los cuales son:

- Serigrafía Tradicional (Gran volumen de repetición)
- Serigrafía digital DTG (Acercarse a los colores de la pantonera Pantone C)
- Transfer Digital DTF (El diseño sobre un papel especial)
- Impresión UV (Tinta directa en el soporte)
- Grabado y corte por LASER (Cortes y grabados)
- Sublimación (Se transfieren los colores del papel a la prenda)
- Vinilo (Nos permite personalizar múltiples soportes a un coste inferior)



Estas 2 compañías wata y créalo tienen un target diferente al de Stylistmen de mode ya que uno se enfoca en la sostenibilidad del medio ambiente y la otra utiliza maquinarias más tecnológicas para tener diferentes diseños, las 2 se enfocan en la personalización de prendas pero cada uno de un estilo diferente. Nosotros trabajamos con un estilo Asterisk, enfocando a la sostenibilidad y a la personalización de prendas con un estampado en transfer y serigrafía.

### 11.1.2 Conceptos Teóricos

**Dane:** Es el organismo encargado de realizar diversas investigaciones estadísticas en el país. Incluidas las encuestas de índices de precios y costos que nos ocupa en esta ocasión, para lo cual lleva a cabo las tareas de planeación, procesamiento, análisis y disfunción.

**Target:** Se refiere al público objetivo o mercado meta que una empresa dirige sus productos, servicios o estrategias de marketing. Es el grupo específico de consumidores o clientes a los que la empresa desea llegar y satisfacer.

**Online:** Estar conectado a una red de comunicación y para indicar que algo está disponible a través de internet

**Industria Maquiladora:** Es en la que se ensamblan productos utilizando componentes o materias primas importadas, generalmente con mano de obra relativamente barata.

**Industria Peletera:** Se refiere a la fabricación de productos a base de cuero o piel animal. Esto puede incluir en las prendas de vestir como abrigos, chaquetas; esto implica el procesamiento de pieles de animales para crear artículos de moda o productos de cuero de alta calidad, esto existidos para incluir la prácticas sostenibles y éticas en la obtención y procesamiento de pieles.

**Inteligencia Artificial o IA:** la inteligencia artificial (IA) es la capacidad maquinaria para realizar tareas inteligentes, como aprender y tomar decisiones, similares a la inteligencia humana y es un analizador de datos.

**Biodiversidad:** Se refiere a la variedad de vida en la tierra, plantas e animales, microorganismos, en las zonas de las empresas implica la importancia de considerar y promover la conservación de la biodiversidad en sus actividades y decisiones para asegurar un entorno sostenible y responsabilidad ambiental.

**Avances tecnológicos:** Permite la creación de productos, servicios o procesos mas eficientes, avanzando o novedosos. Estos avances pueden abarcar una amplia gama de áreas, como la electrónica, la información, la medicina, la energía, la comunicación y más. Los avances tecnológicos suelen impulsar el progreso y la evolución en diferentes sectores de la sociedad como la eficiencia y productividad.

## Administración del Talento Humano

Tabla 16

*Estudio Organizacional ( Clasificación general del emprendimiento )*

Clasificación	Tipo-explicación de acuerdo con el emprendimiento propuesto
Tamaño	Empresa pequeña (tiene menos de 50 trabajadores, máximo de trabajadores son de 10 a 15, cubre el mercado regional o local)
Sector económico	Sector terciario, se brinda un servicio de personalización de prendas textiles.
Actividad económica	Servicios (estampados personalizado de acuerdo con el gusto del cliente)
Objetivo	Con ánimo de lucro
Procedencia del capital	Privadas
Características del propietario	Persona natural (emprendedor único)
Forma jurídica	Sociedad
Tipo de mercado	Competencia perfecta u oligopolista (dependiendo del mercado)
Ambito de actuación	Local o regional (inicialmente)

## 12.1 Proceso Administrativo



Tabla 16

*Puestos de trabajo y sus funciones*

Puesto de trabajo	Función
Diseñador grafico	Crear y desarrollo diseños gráficos creativos y atractivos para estampados
Operario de impresión	Realizar la impresión de los diseños en las prendas textiles siguiendo las especificaciones
Gerente de producción	Coordinar y supervisar todas las actividades de producción y controlar los procesos para garantizar la eficiencia y calidad
Gerente de ventas	Desarrollo estratégico de ventas, establecer relaciones con clientes y supervisar al equipo de ventas.
Asistente de logística	Logista de materias primas y productos terminados, coordinación de envíos y recepción de mercancía

### 12.1.2 Lista de técnicas de reclutamiento de personal que utilizarías en la idea de negocio

- Publicar ofertas en plataformas especializadas
- Uso de redes sociales visuales como Instagram y Pinterest.
- Participación de grupo de diseño y comunidades en línea
- Colaboraciones con instituciones educativas de diseño
- Asistencia en eventos de networking y ferias de diseño
- Creación de contenido de marca emprendedora

### 12.1.3 Puesto de trabajo

Perfil del puesto: diseñador grafico

#### **Responsabilidades**

- Crear y desarrollar diseños gráficos creativos y atractivos para estampados personalizados en prendas de vestir.
- Interpretar y traducir las necesidades de los clientes en concepto visual y diseños impresionantes
- Mantener al tanto de las últimas tendencias de diseño gráfico, moda y estampado textil para asegurar la relevancia y competitividad de los productos
- Realizar ajustes y modificaciones en los diseños teniendo en cuenta la retroalimentación de los clientes y el equipo interno

**Requisitos:**

- Licenciatura o título técnico en diseño gráfico, diseño de moda u campo relacionado
- Experiencia comprobada como diseñador gráfico, preferiblemente en la industria de la moda
- Domino de software de diseño gráfico como Adobe ilustrador, Photoshop y/o CorelDRAW
- Creatividad y habilidades artísticas excepcionales, sentido de color, la composición y el diseño
- Conocimientos básicos de técnicas de estampado textil y producción serian una ventaja.

**12.1.4 Lista temas de capacidades en los que invertieras para mejorar el desempeño de tus colaboradores**

- Diseño gráfico y visual: habilidades de software de diseño y principios de composición visual
- Tendencia de moda y diseño: últimas tendencias y preferencia en el mercado
- Gestión de proyecto creatividad: desarrollo de planificaciones y coordinación de equipos en proyectos de diseño
- Control de calidad en impresión textil: asegurar la precisión y consistencia en la producción de estampado, la quinaria
- Atención al cliente: tener una buena comunicación, buenas técnicas de ventas, satisfacción a los clientes.

#### **12.1.5 Tres formas de mantener un excelente clima laboral**

- Fomentar una comunicación abierta y transparente: Donde los empleados puedan compartir sus ideas, preocupaciones y sugerencias; organizar reuniones regulares, sesiones de retroalimentación y encuesta de escuchar los colaboradores
- Promover trabajo en equipo y colaboraciones: fomentan un ambiente de trabajo donde los empleados se sientan valorados y apoyados por sus compañeros, realizar eventos sociales
- Reconocer y recompensar el esfuerzo y el éxito: celebrando los logros individuales y colectivo en los empleados reconociendo su trabajo duro y contribución al éxito de la empresa.

#### **12.1.6 ODS ¿cómo puedes aportar a la salud y bienestar de los colaboradores de tu emprendimiento?**

- Programas de bienestar físico y mental: Ofrece acceso a programas de bienestar que promuevan la actividad física, la alimentación saludable y la gestión del estrés.
- Seguridad en el lugar de trabajo: Prioriza la seguridad y la salud ocupacional implementando medidas para prevenir accidentes y lesiones en el lugar de trabajo.
- Flexibilidad laboral: Adopta políticas que permitan una mayor flexibilidad en los horarios de trabajo y la opción de trabajar desde casa cuando sea posible.

Tabla 17

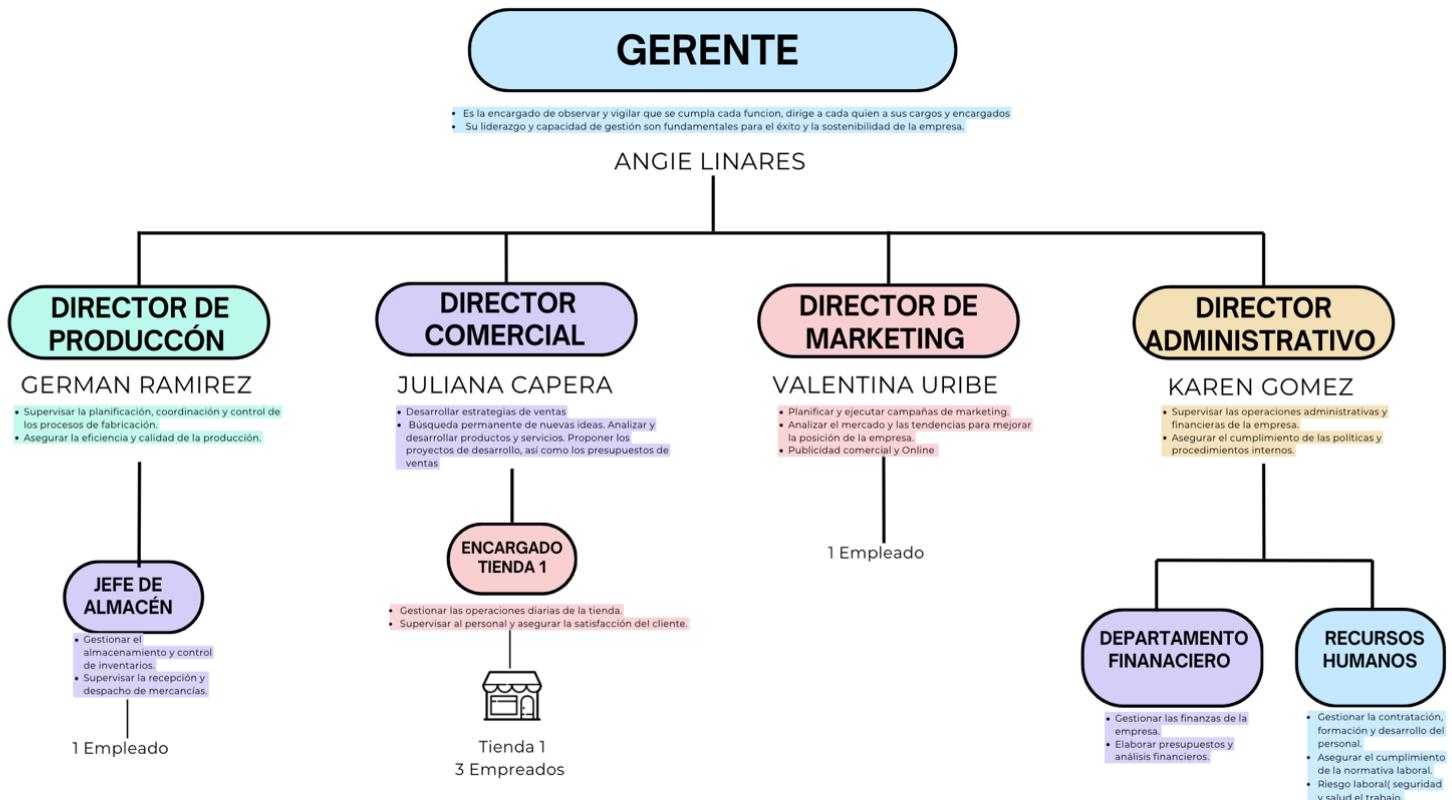
*Prevención de riesgos laborales*

Riesgo	Prevención
Fatiga visual	Establecer descansos periódicos para descansar la vista y reducir la fatiga ocular. Asegurar una iluminación adecuada en el lugar de trabajo y reducir el brillo de las pantallas de computadora. Fomentar el uso de gafas con filtros de luz azul para proteger los ojos del cansancio visual.
Exposición a productos químicos	Proporcionar equipo de protección personal adecuado, como guantes y mascarillas, y asegurar su uso adecuado. Capacitar a los empleados sobre los riesgos asociados con los productos químicos utilizados y las medidas de seguridad necesarias. Ventilar adecuadamente las áreas de trabajo para reducir la exposición a vapores y gases.
Estrés y ansiedad	Promover un ambiente de trabajo colaborativo y de apoyo mutuo. Facilitar el acceso a recursos de salud mental, como sesiones de asesoramiento o grupos de apoyo. Fomentar la comunicación abierta y la gestión efectiva del tiempo. Ofrecer programas de bienestar y actividades de relajación.

Lesiones por posturas repetitivas	<p>Implementar pausas activas y ejercicios de estiramiento durante la jornada laboral para aliviar la tensión muscular.</p> <p>Proporcionar mobiliario ergonómico y equipos adecuados para reducir la fatiga y mejorar la postura. Ofrecer capacitación sobre ergonomía y buenas prácticas laborales.</p>
-----------------------------------	---

## Estructura Organizacional

### 13.1 Departamentos o áreas



## Estudio Técnico

Tabla 18

*Descripción producto y/o servicio*

Producto/ Servicio	Precio De Venta	Clientes Potenciales	Innovación	Beneficios
Blusa Mujer Tipo Esqueleto Cuello Halter	29.800	Mujeres Jóvenes De 10 - 25 Años	Algodón Orgánico Y Reciclado	Materiales Ligeros Y Transpirables Que Proporcionan Comodidad, Frescura Y Versatilidad
Blusa Tipo Corser Sin Mangas	59.900	Mujeres Jóvenes De 17 - 27 Años	El Lyocell Es Un Material Renovable Y Completamente Natural Hecho De Celulosa Vegetal	Definición De La Figura, Versatilidad En El Uso Y Comodidad
Blusa Tipo Corset Con Mangas	72.200	Mujeres Jóvenes De 17 - 27 Años	Fibra De Naranja- La Celulosa Se Transforma En Un Hilo Biodegradable	Definición De La Figura, Versatilidad En El Uso Y Comodidad

			Que Tiene Una Textura Suave, Similar A La Seda.	
Crop Top De Tiras Tipo Corset	59.000	Mujeres Jóvenes De 15 - 25 Años	El Lyocell Es Un Material Renovable Y Completamente Natural Hecho De Celulosa Vegetal	Definición De La Figura, Estilo Moderno Y Atractivo, Frescura Y Realce Del Busto
Camiseta Con Estampado Personalizado	53.400	Mujeres Jóvenes De 10 - 27 Años	100% Algodón Orgánico Y Reciclado	Expresión De Individualidad, Flexibilidad, Calidad Y Comodidad
Camiseta Con Bolsillo Y Bordado	30.000	Mujeres Jóvenes De 10 - 25 Años	Algodón Orgánico Y Reciclado	Expresión De Individualidad, Flexibilidad, Calidad Y Comodidad
Chaqueta Tipo College Con Puños Y Ruedo En Contraste	170.000	Mujeres Jóvenes De 10 - 25 Años	Agraloop Biofibre Es Completamente Recicitable, Renovable Y Biodegradable.	Versatilidad, Protección, Durabilidad, Suaves Y Agradables

Chaqueta Bomber Acolchada Con Letras.	115.000	Mujeres Jóvenes De 10 - 25 Años	100% Algodón Orgánico Y Reciclado	Versatilidad, Protección, Durabilidad, Suaves Y Agradables
Chaqueta Casual Para Mujer Classic Varsity Baseball Jkt Superdry 10765.	120.000	Mujeres Jóvenes De 10 - 25 Años	Agraloop Biofibre Es Completamente Reciclable, Renovable Y Biodegradable.	Versatilidad, Protección, Durabilidad, Suaves Y Agradables
Chaqueta Para Mujer Impermeable, Con Cordón Para Mejor Ajuste En Cintura, Bolsillos Diagonales Con Tapa	169.800	Mujeres Jóvenes De 20 - 25 Años	Plástico Reciclado Que Utilizamos De Botellas PET	Definición De La Figura Con Materiales Ligeros Y Transpirables Que Proporcionan Comodidad, Frescura Y Versatilidad.
Saco Oversize Cuello Redondo Y Tipo V	65.000	Mujeres Jóvenes De 10 - 27 Años	La Lana Reciclada Se Obtiene A Partir De Los Residuos O Recortes	Adaptarse A Diferentes Climas, Ajuste Holgado, Relajado, Confianza Y Comodidad

Saco Con Capucha Y Cremallera Con Bolsillo, Cordón Y Hombros Caídos, Con Diseño A Cuadros	34.900	Mujeres Jóvenes De 10 - 27 Años	100% Algodón Orgánico Y Reciclado	Adaptarse A Diferentes Climas, Ajuste Holgado, Relajado, Confianza Y Comodidad
Pantalón Cargo	98.000	Mujeres Jóvenes De 10 - 25 Años	Agralo Biofibre Es Completamente Reciclable, Renovable Y Biodegradable.	Espacio De Almacenamiento Para Llevar Objetos Personales, Versatilidad, Adaptabilidad Climática Y Práctico.
Pantalón Harem	52.900	Mujeres Jóvenes De 10 - 25 Años	La Lana Reciclada Se Obtiene A Partir De Los Residuos O Recortes	Facilidad De Movimiento, Adaptabilidad Estacional, Facilidad De Cuidado, Frescura Y Ventilación

Camisa Jersey Para Hombre	130.000	Hombres Jóvenes De 10 - 28 Años	Tecnologías Sostenibles Coolmax Ecomade	Facilidad De Movimiento, Adaptabilidad Estacional, Facilidad De Cuidado, Frescura Y Ventilación
Camiseta Felpa Con Car X Twojeys	117.000	Hombres Jóvenes De 16 - 28 Años	100% Algodón Orgánico Y Reciclado	Expresión De Individualidad, Flexibilidad, Calidad Y Comodidad
Saco Hoodie Over Para Hombre	111.000	Hombres Jóvenes De 15 - 28 Años	Algodón Orgánico Y Reciclado	Adaptarse A Diferentes Climas, Ajuste Holgado, Relajado, Confianza Y Comodidad
Jeans Relaxed/Loose	168.500	Hombres Jóvenes De 15 - 28 Años	Ecológica Europea (Eee)	Comodidad, Facilidad De Movimiento, Facilidad De Cuidado Y Adaptabilidad Estacional

Jeans carpenten	106.000	Hombres Jóvenes De 15 - 28 Años	Ecológica Europea (Eee)	Comodidad, Facilidad De Movimiento, Facilidad De Cuidado Y Adaptabilidad Estacional
Camiseta Básica Hombre En Tela Fría Molde Oversize	30.000	Hombres Jóvenes De 10 - 28 Años	Algodón Orgánico Y Reciclado	Expresión De Individualidad, Flexibilidad, Calidad Y Comodidad

**Tabla 19***Estacionalidad de ventas*

Tendencia	Mes 1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes 5	Mes6	Mes7	Mes 8	Mes 9	Mes10	Mes 11	Mes12
<b>Alto</b>		X	X			X				X		X
<b>Medio</b>				X				X		X		
<b>Bajo</b>	X	X				X				X		

Tabla 20

*Explicación Estacionalidad de ventas*

TENDENCIA	EXPLICACION
<b>Alta</b>	Las ventas son altas en ciertas temporadas donde se tienen, promociones especiales y celebraciones importantes como el Día de la Madre, el Día del Niño, el Día del Orgullo LGBT, Navidad y el Black Friday, lo que incrementa la demanda de prendas personalizadas.
<b>Media</b>	Las ventas se mantienen en un nivel medio porque las promociones no son tan significativas por parte de la oferta, y la demanda está ahorrando para las fechas importantes que están próximas.
<b>Baja</b>	Durante el año, las ventas mantienen un nivel bajo con variaciones estacionales. En enero, la demanda es baja debido a que las personas tienen menos dinero disponible después de los gastos de diciembre. En febrero, comienza a recuperarse conforme las personas intentan recuperar lo gastado. En junio, se recibe la prima y hay un aumento en las ventas, pero para julio ya se ha gastado parte de este dinero y en octubre, las ventas se enfocan en los gastos relacionados con el día de los niños.

Tabla 21

*Fichas Técnicas*

<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Saco Oversize Cuello Redondo
<b>CARACTERISTICAS Y BENEFICIOS</b>	Nuestro saco protector térmico te brinda una solución óptima para mantenerte abrigado en climas fríos. Diseñado con tecnología de aislamiento de 235 g/m <sup>2</sup> , este saco garantiza que el frío quede afuera y el calor se mantenga adentro, proporcionando una calidez reconfortante.
<b>DESCRIPCION</b>	<b>MATERIALES E INSUMOS</b> Mezclas de algodón y poliéster, cremalleras, Cordones para capucha, hilo y Interfacing.
	<b>CONSUMOS Y PROVEEDORES</b> Telas: 2-3 Metros por prenda (inversiones armo, Pasarela textil Hilo: 1200 gramos de hilo de lana mediano Cordones: 185 cm de largo 80% algodón y 20% poliéster Accesorios: AliExpress, parchados.
	<b>DIMENSIONES Y PRESENTACION</b> Tamaño: S, M, L, XL. Peso: Entre 500 gramos y 1.5 kg por prenda. Presentación: Unidades: Se vende por pieza individual. Empaques: Cajas con el logo de la marca. Embalajes: Bolsas de tela reutilizables para proteger la prenda.
<b>ILUSTACION</b>	

Tabla 22

<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Camiseta Felpa Con Car X Twojeys
<b>CARACTERISTICAS Y BENEFICIOS</b>	La camiseta tiene cuello redondo y mangas tipo sisa. Presenta estampados contrastantes en el frente y la espalda, con un efecto lavado que le da un aspecto desgastado y moderno, con un aislamiento de 250 gr/m <sup>2</sup> . Tiene un corte regular oversize que aporta un estilo relajado y contemporáneo.
<b>DESCRIPCION</b>	<b>MATERIALES E INSUMOS</b> 100% algodón orgánico
	<b>CONSUMOS Y PROVEEDORES</b> Confeccionados en un tejido interlock de 250 gr/m <sup>2</sup> (inversiones armo, Pasarela textil ) 50% Poliéster 50% Algodón
	<b>DIMENSIONES Y PRESENTACION</b> Tamaño: S, M, L, XL Peso: Entre 300 gramos y 1.1 kg por prenda. Presentación: Unidades: Se vende por pieza individual. Empaques: Cajas personalizadas con el logo de la marca. Embalajes: Bolsas de tela reutilizables para proteger la prenda.
	<b>ILUSTACION</b> 

## Análisis de costos

Costos Directos

Tabla 23

*Stylisme de Mode , cálculo de gasto directo de un producto ( camisa felpa car X Twojeys)*

Cantidad	Unidad de comp Concepto	Precio unitario
1 Unidad	Tela 100% algodón orgánico	\$ 82.400
1 Unidad	Etiqueta	\$ 1.200
1 Unidad	Papel Transfer HP 12	\$ 1.000
1 Unidad	Bolsas en Papel Kraft	\$ 1.950
1 Unidad	Hilo negro e insumo personal	\$ 172
30 minutos	Personal	\$ 2.346
<b>Total costo de producción</b>		<b>\$ 87</b>

### Salario Mensual

\$ 1.126.027,40 Mes

\$ 37.534,25 Dia

\$ 4.691,78 Hora

\$ 78,20 Minuto

\$ 2.345,89 30 minutos

## Costos indirectos

Tabla 24

*Costos indirectos totales*

<u>\$ 1.000.000</u>	Arriendos	Una tienda
\$ 2.447	Seguros	El seguro es un gasto que permite proteger a los activos y cubrir riesgos.
\$ 2.192	Publicidad	Es una estrategia de marketing para llamar la atención del cliente con el fin de aumentar las ventas
\$ 343.000	Electricidad	El servicio que se requiere para mantener la producción activa
\$ 240.000	Agua	El servicio que se requiere para mantener la producción
\$ 164.000	Internet	Es el servicio fundamental para que funcione el área administrativa y producción del producto
\$ 123.288	Mantenimiento de las maquinas	Es el gasto que se tiene en las máquinas para que puedan continuar con un funcionamiento eficaz
\$ 246.575	suministro	Estos son los materiales que no forman parte del producto final donde se tiene las mesas, sillas.
\$ 164.433	Gastos de transporte	Costo relacionado con el envío del producto y la recepción de la materia prima (distribución directa e indirecta)
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b><u>\$ 1,280,000</u></b>	

Tabla 25

### *Costo indirecto Unitario*

Tabla 26

*Costo unitario indirecto = Total de costos / unidades*

<b>CIU \$3.051.953</b>	<b>23870</b>	<b>127,857286</b>	<b>Por unidad</b>
------------------------	--------------	-------------------	-------------------

Tabla 27

*Precio de venta*

Producto	Costo Directo	Costo Indirecto	Costo total	Beneficio esperado	precio de venta unitario
Camisa	\$ 87	\$ 101.732	\$ 101.819	\$ 15.044%	\$ 117.136

Tabla 28

*Ventas mensuales, de solo un producto*

#	Producto/ Servicio	Unidades	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO
	Camiseta														
5	Felpa Con Car X	1450	57	87	122	165	109	178	99	109	102	100	104	104	114
	Twojey's														
	VENTAS		\$ 12.357.881	\$ 18.862.029	\$ 26.450.201	\$ 35.772.813	\$ 23.631.737	\$ 38.591.277	\$ 21.463.688	\$ 23.631.737	\$ 22.114.103	\$ 21.680.493	\$ 22.547.713	\$ 22.547.713	\$ 24.715.762

Tabla 29

*Inversión para inicio del producto*

<b>BALANCE GENERAL</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>	
<b>Activo Corriente</b>		<b>Pasivo Corriente</b>	
Caja	\$ 42.500.000,00	Cuentas por Pagar Bancos	\$ 38.200.000,00
Banco BAC-Cuenta	\$ 38.200.000,00	Cuentas por Pagar2	\$ -
Cuentas por Cobrar1	\$ -	Cuentas por Pagar3	\$ -
Deterioro Clientes	\$ -	Prestaciones por Pagar	\$ -
Retenciones por Cob	\$ -	Retenciones Por Pagar	\$ -
Deterioro retencione:	\$ -		
Gastos Pagados por	\$ -		
Impuesto Pagado po	\$ -		
Total Activo Corriente	\$ 80.700.000,00	Total Pasivo Corriente	\$ 38.200.000,00
<b>Propiedad Planta y Equipo</b>		<b>Pasivo No-Corriente</b>	
Mobiliario y Equipo	\$ 12.310.000,00	Cuentas x Pagar Accionistas	\$ -
Equipo de Computo	\$ 15.480.000,00		
Licencias Software	\$ 5.800.000,00		
Maquinaria	\$ 22.000.000,00		
Dep. Acc. Mobiliaric	\$ -	Total Pasivo No-Corriente	\$ -
Dep. Acc. Equipo cc	\$ -		
Dep. ACC Licencia :	\$ -	Total Pasivo	\$ 38.200.000,00
<b>Patrimonio</b>			
edad Planta y Equipo	\$ 55.590.000,00	Utilidades Retenidas	\$ -
		Aportación socios	\$ 98.090.000,00
Otros Activos		Resultado del Periodo	\$ -
Dep. de Garantía Alk	\$ -	Ajustes	
		Total Patrimonio	\$ 98.090.000,00
Total Otros Activos	\$ -		
Total Activo	<b>\$ 136.290.000,00</b>	Total Pasivo y Patrimonio	<b>\$ 136.290.000,00</b>

Tabla 30

*Ingreso-primeros seis meses*

PRODUCTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTALES
Camiseta Felpa Con Car X Twojeys	Bajo	Bajo	Alto	Alto	Medio	Alto	
Unidades	57	87	122	165	109	178	718
Precio de venta unitario	\$ 216.805	\$ 216.805	\$ 216.805	\$ 216.805	\$ 216.805	\$ 216.805	\$ 216.805
Total ventas del mes	\$ 12.357.881	\$ 18.862.029	\$ 26.450.201	\$ 35.772.813	\$ 23.631.737	\$ 38.591.277	\$ 155.665.939

Tabla 31

*Gastos variables (costos directos + costos indirectos)*

PRODUCTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTALES
Camiseta Felpa Con Car X Twojeys	Bajo	Bajo	Alto	Alto	Medio	Alto	
Unidades	57	87	122	165	109	178	718
Costo directo + indirecto	\$ 188.454	\$ 188.454	\$ 188.454	\$ 188.454	\$ 188.454	\$ 188.454	\$ 188.454
Costo total	\$ 10.741.874	\$ 16.395.491	\$ 22.991.378	\$ 31.094.897	\$ 20.541.477	\$ 33.544.798	\$ 135.309.915

Tabla 32

*Cálculo de gastos fijos(indirectos) seis primeros meses*

Servicios Publicos	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000
Publicidad	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000
Electricidad	\$ 343.000	\$ 480.320	\$ 1.440.960	\$ 1.921.280	\$ 1.440.960	\$ 1.921.280
Agua	\$ 240.000	\$ 310.000	\$ 930.000	\$ 1.240.000	\$ 775.000	\$ 1.240.000
Internet	\$ 164.000	\$ 164.000	\$ 164.000	\$ 164.000	\$ 164.000	\$ 164.000
Mantenimiento de las maquinas	\$ 123.288	\$ 123.288	\$ 123.288	\$ 123.288	\$ 123.288	\$ 123.288
sumistro	\$ 246.575	\$ 246.575	\$ 739.726	\$ 739.726	\$ 665.753	\$ 863.014
Gastos de transporte	\$ 164.433	\$ 164.433	\$ 164.433	\$ 164.433	\$ 164.433	\$ 164.433
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 2.831.296</b>	<b>\$ 2.278.936</b>	<b>\$ 5.112.407</b>	<b>\$ 5.902.727</b>	<b>\$ 4.883.434</b>	<b>\$ 6.026.014</b>

## Conclusión

A lo largo de los años, se ha observado que la asignatura de gestión empresarial desempeña un papel importante en la promoción de una educación inclusiva, equitativa y de calidad. Esta materia ofrece la oportunidad de nuevos conocimientos, abarca diversas perspectivas y realidades del mundo empresarial.

Mediante la implementación de prácticas y teorías, se asegura que cada enseñanza es única y puede cualquier estudiante , porque ofrece conocimientos importantes para su crecimiento profesional, además de fomentar habilidades del pensamiento crítico , la toma de decisiones y la adaptabilidad en cualquier circunstancias.

La materia gestión empresarial no solo prepara a los estudiantes para enfrentar los desafíos del mercado laboral, sino que también otorga competencias valiosas para un aprendizaje continuo tras el transcurso de su proyecto de vida, asegura también el crecimiento personal y profesional a lo largo de sus vidas.

## BIBLIOGRAFIA

- Encisoc, E. (2021, June 29). “*El planeta está de moda*”: *Investigadores analizan tendencias de consumo de la moda en jóvenes universitarios de Bogotá*. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. <https://www.utadeo.edu.co/es/noticia/destacadas/expeditio/264566/el-planeta-esta-de-moda-investigadores-analizan-tendencias-de-consumo-de-la-moda-en-jovenes>
- (N.d.). Com.Br. Retrieved September 4, 2024, from <https://www.deltamaquinastexteis.com.br/es/personalizacion-en-masa-que-es-y-sus-impactos-en-el-mundo-de-la-moda/>
- González, N. G. (2021, October 29). *Al menos cuatro de cada 10 colombianos realizaron compras en línea durante el 2020*. Diario La Republica. <https://amp.larepublica.co/consumo/al-menos-cuatro-de-cada-10-colombianos-realizaron-compras-en-linea-durante-el-2020-3254525>
- AGEN5758 & SBOBET88. (n.d.). Esmodasostenible.org. Retrieved September 4, 2024, from <https://esmodasostenible.org/com>
- Pronósticos de Tendencias & Datos Analíticos*. (n.d.). WGSN. Retrieved September 4, 2024, from <https://www.wgsn.com/es>
- Red de Portales News Detail Page*. (n.d.). Universia.net. Retrieved September 4, 2024, from <https://www.universia.net/mx/actualidad/habilidades/diseno-modas-que-salidas-profesionales-tiene-esta-carrera-1155451.html>
- ¡Viste a la moda con Wata! Emprendimiento de moda sostenible con marca colombiana*. (2021, May 14). ALUNA. <https://aluna.news/nuevos-materiales/2021/wata-emprendimiento-moda/>

*Como trabajamos.* (n.d.). Crealo.es. Retrieved September 4, 2024, from [\(N.d.\). Edu.Co. Retrieved September 4, 2024, from \[https://learn-a.colegiovirtualsigloxxi.edu.co/pluginfile.php/17322/mod\\\_resource/content/1/Gu%C3%A1Da%20de%20aprendizaje%201%20-%20Versi%C3%B3n%20PDF.pdf\]\(https://learn-a.colegiovirtualsigloxxi.edu.co/pluginfile.php/17322/mod\_resource/content/1/Gu%C3%A1Da%20de%20aprendizaje%201%20-%20Versi%C3%B3n%20PDF.pdf\)](https://www.crealo.es/content/6-como-trabajamos)

Pérez, I. [@perezingrith31]. (n.d.). *Clasificación DE Las empresas*. Youtube. Retrieved September 4, 2024, from <https://www.youtube.com/watch?v=xyWHjZEo8Is>

*Inversiones Armo – Proveedor mayorista de telas.* (n.d.). Inversionesarmo.com. Retrieved September 4, 2024, from <https://inversionesarmo.com/>

*Tienda de telas.* (n.d.). Passarelatextil. Retrieved September 4, 2024, from <https://www.passarelatextil.com/>

*Servidor de Planetahosting Colombia.* (n.d.). Textiletejicolor.com. Retrieved September 4, 2024, from <https://textiletejicolor.com/>

*Master Fab - Tela Negra 100% Algodon De The Yard (negro, 1.1.* (n.d.). Com.co. Retrieved September 4, 2024, from [https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-2329430124-master-fab-tela-negra-100-algodon-de-the-yard-negro-11-JM?matt\\_tool=19390127&utm\\_source=google\\_shopping&utm\\_medium=organic&quantity=1](https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-2329430124-master-fab-tela-negra-100-algodon-de-the-yard-negro-11-JM?matt_tool=19390127&utm_source=google_shopping&utm_medium=organic&quantity=1)

*No title.* (n.d.). Aliexpress.com. Retrieved September 4, 2024, from <https://es.aliexpress.com/item/1005004063898814.html?src=google>

*HP Inkjet T-Shirt Transfer Iron On 10 Transfer Sheets 8.5x11 Inkjet Printer.* (n.d.). eBay. Retrieved September 4, 2024, from <https://www.ebay.com/itm/324679109631?chn=ps&mkevt=1&mkcid=28>

*Hilos Poliéster Negros Para Costura(4 Conos Grandes).* (n.d.). Com.co. Retrieved September 4, 2024, from [\(https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-894450326-hilos-poliester-negros-para-costura4-conos-grandes-JM?matt\\_tool=19390127&utm\\_source=google\\_shopping&utm\\_medium=organic\)](https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-894450326-hilos-poliester-negros-para-costura4-conos-grandes-JM?matt_tool=19390127&utm_source=google_shopping&utm_medium=organic)

(N.d.). Graphicstorecol.com. Retrieved September 4, 2024, from [\(https://graphicstorecol.com/producto/bolsas-en-papel-kraft/?attribute\\_tamano=30x21x12cm&attribute\\_cantidad=100+uds\)](https://graphicstorecol.com/producto/bolsas-en-papel-kraft/?attribute_tamano=30x21x12cm&attribute_cantidad=100+uds)

*Nuestro Bogotá to Nuestro Bogotá.* (n.d.). Nuestro Bogotá to Nuestro Bogotá. Retrieved October 25, 2024, from [\(https://www.google.com/maps/dir/Nuestro+Bogot%C3%A1,+Engativ%C3%A1,+Cundinamarca/Av.+Carrera+86+%23+55A+-+75+Engativ%C3%A1,+Bogot%C3%A1,+Bogot%C3%A1,+Cundinamarca/@4.6831589,-74.1989674,12z/data=!4m13!4m12!1m5!1m1!1s0x8e3f9b669726c3c1:0xd7a36eff95b7ec0d!2m2!1d-74.1165654!2d4.6831637!1m5!1m1!1s0x8e3f9b669726c3c1:0xd7a36eff95b7ec0d!2m2!1d-74.1165654!2d4.6831637?entry=ttu&g\\_ep=EgoYMDI0MTAyMS4xIKXMDSoASAFQAw%3D%3D\)](https://www.google.com/maps/dir/Nuestro+Bogot%C3%A1,+Engativ%C3%A1,+Cundinamarca/Av.+Carrera+86+%23+55A+-+75+Engativ%C3%A1,+Bogot%C3%A1,+Bogot%C3%A1,+Cundinamarca/@4.6831589,-74.1989674,12z/data=!4m13!4m12!1m5!1m1!1s0x8e3f9b669726c3c1:0xd7a36eff95b7ec0d!2m2!1d-74.1165654!2d4.6831637!1m5!1m1!1s0x8e3f9b669726c3c1:0xd7a36eff95b7ec0d!2m2!1d-74.1165654!2d4.6831637?entry=ttu&g_ep=EgoYMDI0MTAyMS4xIKXMDSoASAFQAw%3D%3D)

*Nuevo plan de expansión de Roott+co en Ibagué: buscan abrir fábrica en 2023.* (2021, October 16). EL OLFAZO. [\(https://www.elolfato.com/ibague/nuevo-plan-de-expansion-de-roottco-en-ibague-buscan-abrir-fabrica-en-2023\)](https://www.elolfato.com/ibague/nuevo-plan-de-expansion-de-roottco-en-ibague-buscan-abrir-fabrica-en-2023)

*Telas 100% Algodón por Metros y Rollos.* (n.d.). Casatextil. Retrieved October 26, 2024, from [\(https://casatextil.com.co/collections/telas-100-algodon?srsltid=AfmBOopMyQTk4yJHFWZmT8NgK-g7htL5Zund6ZOKpRB41V5898MgEuME\)](https://casatextil.com.co/collections/telas-100-algodon?srsltid=AfmBOopMyQTk4yJHFWZmT8NgK-g7htL5Zund6ZOKpRB41V5898MgEuME)