

COLOR EMOTION

(Trabajo escrito)

INGRI LILIANA RODRIGUEZ GOMEZ

(Estudiante)

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA

ANDINA

Bogotá 2020/03/17

COLOR EMOTION

(Trabajo escrito)

INGRI LILIANA RODRIGUEZ GOMEZ

(Estudiante)

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA  
ANDINA

FACULTA DE DISEÑO Y ARTES-Diseño de modas

PROYECTO DE GRADO-Materia

CHRISTIAN CAICEDO-Docente

Bogotá 2020/03/17

## TABLA DE CONTENIDO

### Tabla de contenido

TABLA DE CONTENIDO	3
1.MARCO TEÓRICO	11
1.1 TEXTILES INTELIGENTES	11
1.1.1Textiles que incorporan microcápsulas	13
1.1.2Textiles que transportan la electricidad	17
1.1.3Textiles crómicos o camaleónicos	17
1.1.4Textiles foto crómicos	19
1.1.5. Materiales con memoria de forma	20
1.1.6 Desarrollos que reúnen la electrónica y la informática a los textiles	21
1.1.7 Nanotecnologías	25
1.1.8 Otros desarrollos	27
1.1.9 ¿En qué consisten las telas inteligentes?	28
1.2 EMPRESAS CON PROYECTOS EN EL DESARROLLO DE FIBRAS TEXTILES INTELIGENTES	40
1.3 PSICOLOGIA DEL COLOR EN LA MODA	42
2 OBJETIVO GENERAL	44
3 OBJETIVOS ESPECIFICOS	45
4 JUSTIFICACION	46

5 INVESTIGACION DE MERCADO	48
5.1 ANALISIS DEL SECTOR ECONOMICO	48
5.1.1 Puja por mayores aranceles a confecciones sigue caliente.	48
5.1.2 Colombia sector textil	50
5.2 ANALISIS DE MERCADO	51
5.2.1 La economía colombiana sigue siendo cerrada	51
5.2.2 Empresas Enka, Fabricato, Protela y Lycra se enfocan en el negocio de telas técnicas	56
5.3 ANALISIS DE LA COMPETENCIA	58
5.4 CONCLUSIONES	60
6 ESTRATEGIAS DE MERCADO	62
6.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO	62
6.2 PROPUESTA DE VALOR	63
6.3 ANALISIS DOFA	63
6.4 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION	67
6.4.1 Alternativas de penetración del mercado	68
6.4.2 Alternativas de comercialización	68
6.4.3 Distribución física	68
6.5 ESTRATEGIAS DE PRECIO	69
6.6 ESTRATEGIAS DE PROMOCION	70
6.7 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	70

6.8 ESTRATEGIAS DE SERVICIO	71
6.8.1 Servicio Domicilio	71
6.8.2 Formas de pago	72
6.9 ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO	72
6.10 PLAN DE VENTAS	74
7 OPERATIVIDAD	76
7.1 COLECCIÓN	76
7.2 ESTADOS DE DESARROLLO	89
7.3 DIAGRAMA DE PROCESO	90
7.4 PLAN DE VENTAS, COMPRAS Y PRODUCCION	91
7.4.1 plan de ventas	91
7.4.2 Plan de compras primer trimestre	92
7.4.3 Plan de compras segundo trimestre	94
7.4.4 Plan de compras tercer trimestre	95
7.4.5 Plan de compras cuarto trimestre	97
7.5 MACRO Y MICRO LOCALIZACION	98
8 INFRAESTRUCTURA	100
8.1 COTIZACION INFRAESTRUCTURA	100
8.2 TABLA DESCRIPCION DE EQUIPO	106
9 DISEÑO ORGANIZACIONAL	108
9.1 FILOSOFIA ORGANIZACIONAL	108

9.1.1 MISION	108
9.1.2 VISION	108
9.1.3 VALORES CORPORATIVOS	109
9.1.4 VALORES DE MACA	110
9.1.5 POLITICAS EMPRESARIALES	111
9.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	112
9.3 CARGOS, PERFILES Y FUNCIONES LABORALES	113
9.3.1 TABLA DE FUNCION DE CARGOS	113
9.3.2 PERFILES LABORALES	114
10 FORMULACION DE LA EMPRESA	118
10.1 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	118
10.2 SECTOR DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL	118
10.2.1 Normas que rigen esta sociedad	118
10.2.2 Obligaciones tributarias de las S.A.S.	118
10.2.3 Características	119
10.2.4 Otros tipos de sociedad	121
10.3 CÓDIGO CIU	122
10.4 FORMULARIO DILIGENCIADO CÁMARA DE COMERCIO	124
10.5 REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO-RUT	126
10.6 ORGANIZACIÓN SAYCO-ACINPRO OSA	127
11 RESPONSABILIDAD SOCIAL	128

ANEXOS 129

## BIBLIOGRAFIA 136

Bibliografía 136

Tabla 1 analisis de la competencia autoria propia	59
Tabla 2 dofa cruzado autoria propia	67
Tabla 3 productos color emotion autoria propia	69
Tabla 4 proveedores	73
Tabla 5 tabl de ventas chaqueta y blusa autoria propia	74
Tabla 6 tabl de ventas faldas autoria propia	75
Tabla 7 ficha tecnica blusa autoria propia	84
Tabla 8 ficha tecnica pantalon autoria propia	85
Tabla 9 fichas tecnicas chaquetas utoria propia	86
Tabla 10 fichas tecnicas enterizo autoria propia	87
Tabla 11 ficha tecnica falda autoria propia	88
Tabla 12 diagra de proceso autoria propia	90
Tabla 13 plan de ventas blusas autoria propia	91
Tabla 14 plan de ventas chaquetas autoria propia	91
Tabla 15 plande ventas faldas autoria propia	92
Tabla 16 plan de copras chaquetas primer trimestre autoria propia	92
Tabla 17 plan de compras blusas primer trimestre autoria propia	93
Tabla 18 plan de compras faldas primer trimestre autoria propia	93

Tabla 19	plan de compras chaquetas segundo trimestre autoria propia	94
Tabla 20	plan de compras blusas segundo trimestre autoria propia	94
Tabla 21	plan de compras faldas segundo trimestre	95
Tabla 22	plan de compras chaquetas tercer trimestre autoria propia	95
Tabla 23	plan de compras blusas tercer trimestre autoria propia	96
Tabla 24	plan de compras faldas tercer trimestre autoria propia	96
Tabla 25	plan de compras chaquetas cuarto trimestre autoria propia	97
Tabla 26	plan de compras blusas cuarto trimestre autoria propia	97
Tabla 27	plan de compras faldas cuarto trimestre autoria propia	98
Tabla 28	cotizacion de infraestructura autoria propia	105
Tabla 29	descripcion de equipos autoria propia	107
Tabla 30	funcion de cargos autoria propia	113
Tabla 31	tipos de sociedad en colombia pdf	122
Tabla 32	formulario camara de comercio <a href="https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Todo-sobre-renovaciones/Descargue-formularios">https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Todo-sobre-renovaciones/Descargue-formularios</a>	125
Tabla 33	RUT DIAN <a href="https://www.dian.gov.co/">https://www.dian.gov.co/</a>	126
Tabla 34	Sayco acimpro <a href="http://www.osa.org.co/">http://www.osa.org.co/</a>	127
Tabla 35	competencia autoria propia	131
Tabla 36	referencias corporativas autoria propia	134
grafico 1	tendencias tecnologicas segun la actividad inventiva y de patentamiento	39
grafico 2	Relacion entre la actividad inventiva y el impacto industrial de las tendencias tecnologicas	40
grafico 3	estado de desarrollo autoria propia	89



grafico 4estructura organizacional autoria propia	112
Ilustración 1Tipos de textiles	14
Ilustración 2Las capsulas pueden romperse progresivamente bien por presion, por fricción,por bioegradación.	15
Ilustración 3Entre las aplicaciones más conocidas de los cosmeto.textiles están las medias	15
Ilustración 4El aroma de lavanda esta entre los más utilizados	15
Ilustración 5Camiseta de algodón con colores sensibles a la luz( del sol)a la sombra (izquierda) y al sol (derecha)25.	17
Ilustración 6Espiro lactonas, que aportan propiedades termo crómicas a los textiles4	18
Ilustración 8 Esquema de un tejido con memoria de forma, cuya estructura se abre con el color(derecha) y se cierra con el frio(izquierda)	19
Ilustración 7Hilo protex Ag(Carolina Silver Technologies)recubierto de plata 26	19
Ilustración 9Membrana del material Diaplex por debajo de la temperatura de activación(izquierda) y por encima de esta(derecha)28	19
Ilustración -10Camisa life-Shirt de Vivometrics, Tejidos luminiscentes, Tejido con leds integrados,de phillips	22
Ilustración 11 prototipo de pantalla flexible de fibra optica tejida(france telecom R&D),Prenda termina33.	22
Ilustración 12 The energy curtain(the REFORM Studio,Suecia).Foto:M Jacobs Interactive Institute34.	22
Ilustración 13 Tejido sometido a un proceso de plasma polimerización para conferir al tejido un nano acabado superficial hidrófobo. (Fuente: AITEX, Instituto Tecnológico Textil, Alcoy).	25

Ilustración 14 Las propiedades autolimpiadoras e hidrófobas de los textiles fabricados por el procedimiento nanotecnológico denominado Effet-Lotus® (© V. v. Arnim-ITV Denkendorf)40.	25
Ilustración 15 Blusa tecnologica	30
Ilustración 16prendas inteligentes	33
Ilustración 17prendas a base de fibra de soya	33
Ilustración 18coleccion de blusas autoria propia	76
Ilustración 19blusa 5 autoria propia	76
Ilustración 20 chaquetas autoria propia	77
Ilustración 21chaquetas autoria propia	78
Ilustración 22enterizos autoria propia	79
Ilustración 23faldas autoria propia	80
Ilustración 24pantalones autoria propia	81
Ilustración 25pantalon autoria propia	82
Ilustración 26pantaloos autoria propia	83
Ilustración 27macrolocalizacion google maps	98
Ilustración 28microlocalizacion google maps	99
Ilustración 29amistad	
<a href="https://www.psicologia-online.com/que-es-la-amistad-verdadera-4632.html">https://www.psicologia-online.com/que-es-la-amistad-verdadera-4632.html</a>	110
Ilustración 30 respeto <a href="https://quesignificado.com/respeto/">https://quesignificado.com/respeto/</a>	110
Ilustración	
31apoyo <a href="https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/apoyo-empredimiento-colombianos-500697">https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/apoyo-empredimiento-colombianos-500697</a>	110
Ilustración 32identodad <a href="https://concepto.de/identidad/">https://concepto.de/identidad/</a>	110

## **1.MARCO TEÓRICO**

### **1.1 TEXTILES INTELIGENTES**

El sector textil, que fue uno de los motores de la Revolución Industrial, está viviendo una segunda época de esplendor con los tejidos más innovadores.

Se distingues con este nombre los textiles permiten alterar su naturaleza en respuesta a la acción de variados estímulos externos, físicos o químicos, cambiando alguna de sus características, fundamentalmente con el propósito de generar beneficios adicionales a sus beneficiarios. Unos de estos materiales son reconocidos desde hace tiempo, pero la mayoría son nuevos.

Sería más pertinente nombrarlos como tejidos funcionales, tejidos activos o incluso, en algunos casos, tejidos interactivos, pero la verdad es que tanto para los científicos y los sectores de la empresa y del comercio se denominan ya popularmente como textiles inteligentes.

Entre ellos hay de muchas clases, por ejemplo, que suministran calor o frío, o que cambian de color, con memoria de forma, que resguardan de los rayos ultravioleta, que enfrentan las bacterias, o que controlan la expansión de perfumes (aromas), o de cosméticos, de medicamentos, etc.

Habitualmente se clasifican en tres clases:

Pasivos: Preservan sus particularidades individuales del ambiente exterior (sólo “aprecian” los estímulos exteriores).

Activos: Proceden esencialmente sobre un ente exterior (no sólo “perciben” el estímulo exterior, sino que reaccionan ante él).

Muy activos: este tipo de tejidos adecuan indeliberadamente sus peculiaridades al descubrir cambios o estímulos externos.

Los textiles inteligentes logran conseguirse utilizando constantemente en la producción del tejido las llamadas fibras inteligentes, que son aquellas que consiguen evolucionar ante la diversificación de estímulos tales como la luz, el calor, el sudor, etc., en el parte donde se origina dicho cambio, pero que se actúan como fibras normales allí en el cual el estímulo no procede. Por ejemplo, una fibra inteligente sería aquella que, al distinguir una diferencia de temperatura cambiara de color.

Pero además de consiguen mediante el estudio posterior de explícitos acabados a un tejido, que originen semejantes o diferentes efectos que los conseguidos con las fibras mencionadas. La tecnología de estos textiles obtiene solaparse con otras importantes tecnologías, como la microelectrónica, la informática, las nanotecnologías y los biomateriales.

Tal vez sea importante concretar que los textiles inteligentes están aún en la apertura de su progreso, aunque están creciendo rápidamente y es más que viable que en un término no muy amplio logren disputar un título notable incluso en nuestra vida diaria. En criterio de los

expertos, en el futuro tienden a descubrir casi la mayoría de los sectores de la población, dado que tendrán acontecimiento en el medio laboral, de seguridad, salud, ocio, decoración, etc.

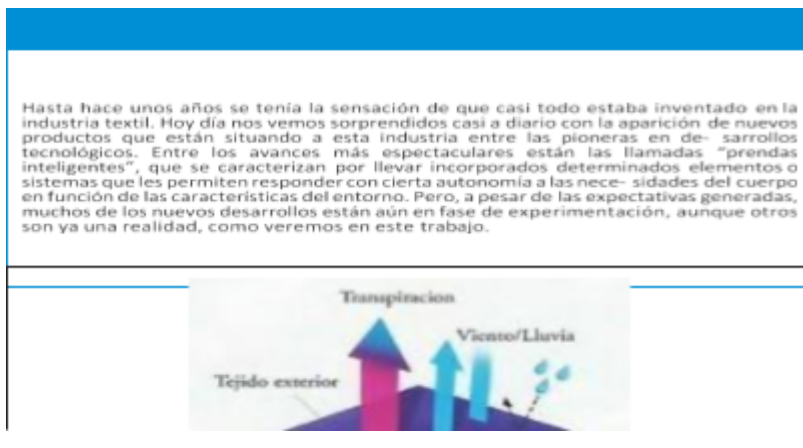
### **1.1.1 Textiles que incorporan microcápsulas**

El micro en capsulado es una técnica a través de la cual reducidas partes de un principio activo (gas, líquido sólido) son tapadas por un envoltorio de una segunda membrana para resguardar dicho principio activo del ambiente que lo rodea.

La membrana suele ser muy delicada, del orden de 1 mm de grosor, por contrario el diámetro habitual de las microcápsulas logra cambiar desde unas escasas micras hasta unos 150  $\mu$ m, aunque puede existir de mayor tamaño.

Un hecho determinado son las prendas que incluyen microcápsulas PCM (Phase Change Material), las cuales ayudan a lograr una determinada separación de su portador ante el calor o el frío. Su acción se establece en el gran aumento de calor que, sin alterar la temperatura, se retiene o se trasporta cuando una sustancia varía de etapa, es decir, el calor inmanente. Así, y en acción de las situaciones climáticas, las microcápsulas asociadas al textil son idóneas de abstraer, acumular y soltar el calor corporal en acción de las situaciones climáticas. Por ejemplo, cuando el organismo siente calor, la energía que éste libera se aplica para llevar el calor inmanente preciso para que la sustancia contenida en las microcápsulas varíe de etapa se ha posterior a la temperatura de las diferentes partes del organismo. Pero así mismo hay que tener en cuenta elementos como el precio, la toxicidad y el medio. Los principales PCM empleados son ceras y para finas (alcanos), cuyo calor inmanente logra estar cerca de 200 kJ/kg. Entre los alcanos más comúnmente usados están el octadecano, nona decano y

icosano, de puntos de fusión 28,2, 32,1 y 36,8 °C, proporcionalmente.



Las microcápsulas se logran incorporar directamente a la propia fibra sintética en la fase de hilatura por extrusión, teniendo en cuenta que, si el número fuera enorme, dañaría a la resistencia a la tracción. Pero también consiguen incorporarse durante el terminado (en ese tema habrá que tener precaución con el tacto, resistencia a la abrasión, al lavado, lavado en seco). En la ilustración 2 se observan los dos casos citados:

Hay algunas marcas comerciales que usan PCM, tales como Outlast, Thermabsorb, ConforTemp, Interactive, etc.

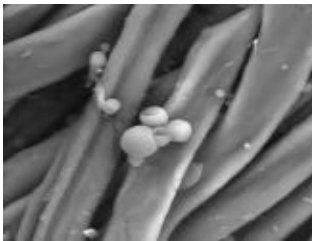
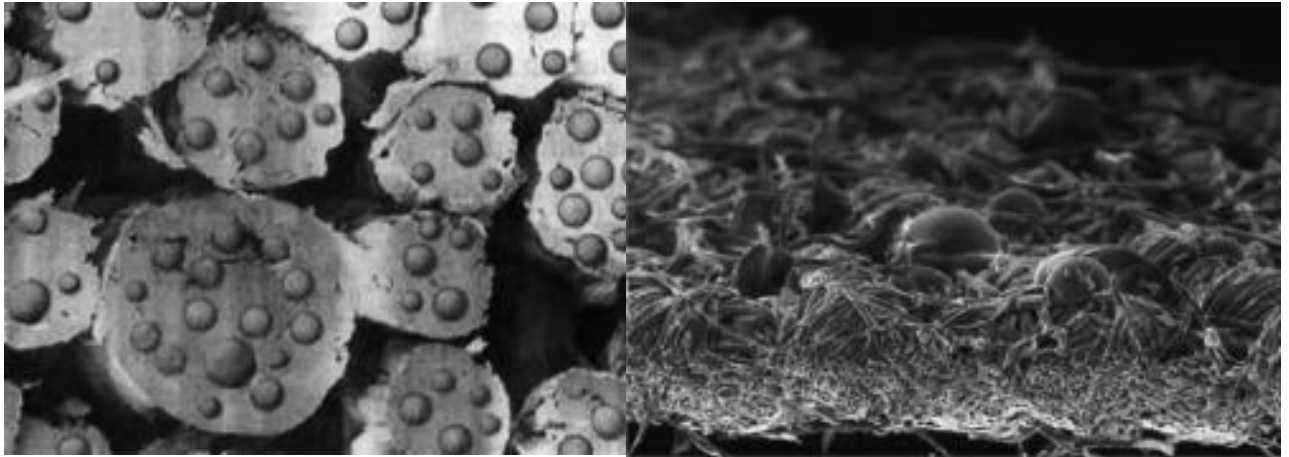
A líquida, recopilando dicha energía. Cuando varían las situaciones climáticas y el organismo tiene frío, la energía anticipadamente acumulada en las microcápsulas es liberada, pasando la misma sustancia del estado líquido al sólido, sin variar de temperatura, suministrando así el calor justo para que el organismo no se congele.

Es considerable determinar que, mientras los PCM de las prendas están atrayendo o gastando calor, el flujo de éste a través de la persona y el exterior entre esa ropa queda suspendido. La causa clave para elegir los PCM a integrar al tejido es la temperatura de

variación de etapa de la sustancia encerrada en las microcápsulas.

Consiguen contribuir a la piel humana a prever contagios de actores externos, aunque también consiguen liberar fragancias frescas; en conclusión, se trata de ampliar el efecto de comodidad de la persona que los utiliza. Son piezas micro encapsuladas que se utilizan en acabados y en los que los elementos activos empleados son de naturaleza muy variada: fragancias (ilustración 3), sustancias químicas o bioquímicas, vitaminas, cristales líquidos, etc.

Microcápsulas PCM asociadas directamente a la fibra (izquierda) y aplicadas al tejido como un acabado (derecha).



*Ilustración 4 El aroma de lavanda está entre los más utilizados*

Se hallan en etapa líquida en lo profundo de la cápsula. Otro método es a través de la adaptación concreta, por alguna de las maneras de estampación, de algunas tintas sensibles a la luz.

Los más empleados son los sensibles a las radiaciones UV. Por ejemplo, ropa que cambia de color cuando se trasfiere del interior al exterior de un edificio, debido al material ultravioleta que posee la radiación solar.



Los hay de dos tipos, ambos destinados en forma de microcápsulas como terminado textil:

De cristal líquido (el termocromismo surge de la reflexión selectiva de luz por el cristal líquido).

El color previamente sufre un reordenamiento molecular (leuco color antes) como resultado de una variación de temperatura, por ejemplo, las espiro lactonas.

El inconveniente es que el término de caducidad de estas moléculas es todavía excesivamente corto, aproximadamente de tres meses. También se consigue hablar de “textiles solvato crómicos”, que son los que varían de color por consecuencia de la humedad, y que se logran usar por ejemplo en bañadores. A veces se agrega un reactivo químico que permite su aplicación a pañales, etc. (Martín, 2007)

### **1.1.2 Textiles que transportan la electricidad**

En la foto del microscopio eléctrico (1000 aumentos) se ven fibras pertenecientes a un tejido que contiene microcápsulas con aroma de lavanda. En la parte superior de la imagen se ven algunas ya rotas, que han soltado ya su contenido, hidratantes, refrescantes..., las prendas de vestir interiores o exteriores perfumadas, etc. Así, las microcápsulas que contienen aloe vero, y que se rompen a causa de la fricción con la piel, proporcionan sensación de frescura y suavidad, pudiendo aguantar en las prendas que las contienen hasta 20 lavados.

### 1.1.3 Textiles crómicos o camaleónicos

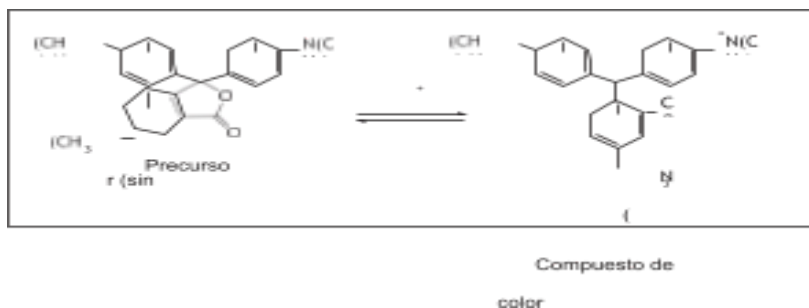
Se les nombra también textiles camaleónicos, porque consiguen variar su color en resultado a las condiciones climáticas. La categorización se ejecuta en acción del estímulo al que contestan en:

Los principales usos de los textiles elaborados con estos tejidos son en actividades lúdicas, como espectáculos, disfraces, para vestidos de noche, etc.

Textiles termo crómicos son aquellos que varían su coloración al cambiar la temperatura exterior. Se consiguen a través de establecidos tintes que son guías variables de temperatura. Algunos hablan incluso de que los hilos conductores hacen que las prendas cambien. (Martín, 2007)



Ilustración SEQ Ilustración 1\* ARABIC 5 Camiseta de algodón con colores sensibles a la luz (del sol) a la sombra (izquierda) y al sol (derecha)25.

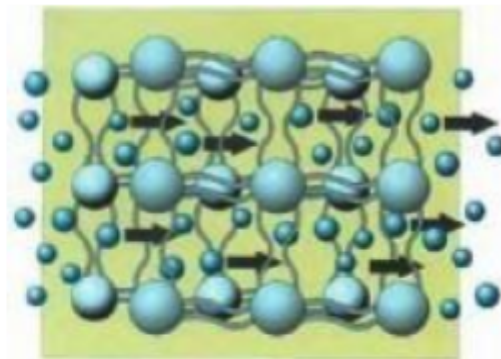
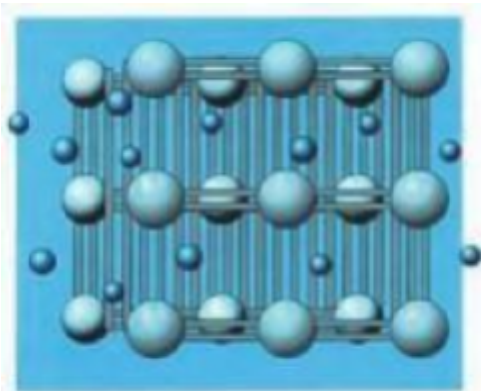
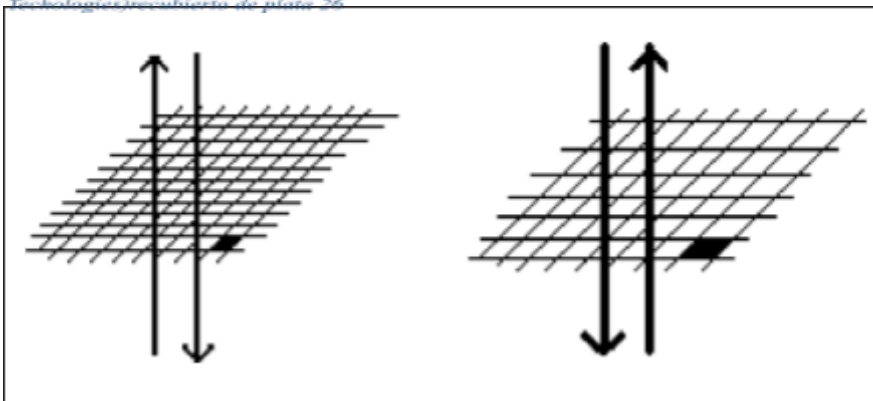


### 1.1.4 Textiles foto crómicos

Son aquellos que varían de color al ejecutar específicas radiaciones sobre ellos. Una de las formas de adquirirlos es empleando microcápsulas que tengan agregados de pigmentos sensibles a la acción de la luz, lo que permite incrementar la velocidad de las reacciones fotoquímicas.



*Ilustración SEQ Ilustración \\* ARABIC 7Hilo protex AgfCarolina Silver  
Tecnología recubierto de plata 26*



Elaboradas con ellos posean propiedades antiestrés. Los tejidos conductores de la electricidad se consiguen:

Por uso de fibras básicamente conductoras: metálicas, de carbono.

Fibras con partículas conductoras puestas en su superficie: Resistat (BASF), P-140 (DuPont), ... Hilos híbridos.

Hilos metalizados: Rhodiastat (Rhône-Poulenc), Texmet (Texmet)...

En la ilustración 7 se ve el hilo Protex Ag, cuya técnica de elaboración permite poner plata pura con la concentración apropiada sobre fibras, hilos o tejidos. Este método hace que consiga conductividad eléctrica y térmica, también de un aumento del poder antimicrobiano, en definitiva, todos los beneficios de la plata. (Martín, 2007)

#### **1.1.5. Materiales con memoria de forma**

Estos materiales son capaces de transformarse desde su figura actual hasta otra preliminarmente unida, comúnmente por acción del calor, aunque también puede ser por variaciones magnéticas y de otros tipos. Esto ha habilitado variadas adaptaciones prácticas pues, además, es un asunto que logra ser repetido muchas veces.

En vestuarios ha probado con películas de poliuretanos (PU) termoplásticas agregadas entre capas anexas de tejido. Cuando disminuye la temperatura y estos materiales consiguen la temperatura de activación, la bolsa de aire (que es la causante de la reclusión térmica) contenida entre esas dos categorías muy próximas aumenta su volumen y, por consiguiente,

su habilidad de exclusión y defensa contra el frío. Si hace calor, el sentido de la deformación de las capas de PU es contrario.

Existen también elementos textiles de filtración diversas que, al incrementar el calor liberado por el cuerpo, aumentan el tamaño de los intersticios (ilustración 8) y, por consiguiente, la facultad de evaporación del sudor a su través. Por el contrario, cuando el cuerpo se enfría, el elemento textil recobra su forma original incrementando su capacidad de abrigo.

En el vestuario, las temperaturas precisas para accionar la memoria de forma deben ser continuas a la temperatura del organismo.

Diaplex garantiza que ha elaborado un “elemento inteligente” que cambia ante una temperatura de evolución, incitando vibraciones térmicas en la forma de las moléculas de una membrana (ilustración 9). Esto incita la elaboración de microporos y hace que cambie inmediatamente la filtración del material, habilitando el paso del vapor del agua y del calor y adecuándose a los cambios en el ambiente interno y exterior, incrementando la comodidad de las prendas. (Martín, 2007)

### **1.1.6 Desarrollos que reúnen la electrónica y la informática a los textiles**

Los tejidos electrónicos crean referencia a la conexión de la microelectrónica y el textil desde ir de la aparición de una reciente habilidad a los polímeros textiles, la conductividad.

En el ingreso de componentes electrónicos al atuendo humano han sido claves el cambio

de formas rigurosas por otras elásticas y la miniaturización.

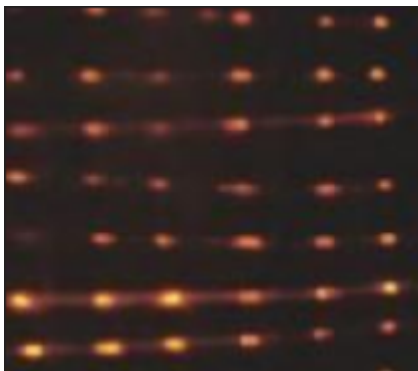
Así, el vestuario logra integrar, por ejemplo, diminutos sensores, o pequeñas fibras conductoras. El inconveniente es que estos mecanismos no deben perjudicar al estilo de la prenda ni a su tacto, y ser adecuadamente fuertes para, en específicos hechos, soportar el lavado, la limpieza en seco o inclusive las ropturas.



*Ilustración -10Camisa life-Shirt de Vivometrics, Tejidos luminiscentes, Tejido con leds integrados, de phillips*



La energía esencial para que el dispositivo electrónico trabaje puede provenir de



diminutas baterías unidas al tejido, lo cual logra causar cierto inconveniente de salud. Pero en el futuro se predice que la energía provenga del movimiento del portador de la ropa o inclusive de la energía solar.

Entre los muchos progresos nuevos logramos mencionar:

La incorporación de sensores a la ropa, alfombras, paredes tapizadas, ..., para inspeccionar la luz, temperatura, seguridad, etc. Así, por ejemplo, Aitex y Unifam han creado una alfombra inteligente de localización de personas, que puede ser usada como alarma de intromisión, como contador de ingresos a hoteles, centros comerciales, etc.

La camisa Life-Shirt de Vivometrics (figura 10) controla 30 funciones vitales en forma constante a través de un método de sensores integrados en el textil. Según sus creadores resiste más de 100 lavados sin cambios.

La “Smart T-shirt”, con usos en medicina militar, constituye de una red de fibras ópticas y conductoras que logra transmitir datos de un soldado herido de bala, acerca de la localización y la naturaleza de la herida, que son aceptos en un centro en la que el médico puede valorar la herida y sugerir el tratamiento. Esto conseguiría tener también usos para bomberos, policías, etc.

Ropa luminiscente. Puede elaborarse de diferentes formas, por ejemplo, usando hilos conductores que acaban en leds, fibras ópticas, o por adhesión de materiales luminiscentes al tejido, entre otras opciones. En las ilustraciones 11 y 12 se ven tejidos luminiscentes de varias clases.

France Télécom R&D ha diseñado un modelo de pantalla flexible de fibras ópticas tejidas, experto en obtener datos y exponer gráficos o elementos animados en la ropa (ilustración 13).

Tejidos térmicos: Son hilos y tejidos con cualidades electro térmicas y que, por consiguiente, pueden crear calor conectándose a baterías de dimensiones alterables (preferiblemente pequeñas), tal y como se ve en el bosquejo de la ilustración 14.

The Re: Form Studio (Suecia) ha diseñado una cortina para ventanas que responde al ciclo diario de la luz solar (ilustración 15). Un lado de esta cortina acumula la luz del sol durante el día (contiene colectores solares), y el otro lado la expone durante la noche (contiene materiales emisores de luz), por lo que se ahorraría energía.

No obstante, el uso de la electrónica y la informática en la industria textil causa ciertas incertidumbres. Por ejemplo, se pide en los tejidos sistemas aptos para transportar la electricidad para informar sus componentes de electrónicos entre sí. E inclusive, en ropa de verano, los componentes electrónicos se comunican entre ellos a través de diminutas descargas eléctricas que se transfieren mediante el cuerpo humano, que operaría como “cable”. Estas manifestaciones mediante del cuerpo humano, ¿lograrían inducir o desarrollar el riesgo de sufrir específicas enfermedades por los consumidores? (Martín, 2007)

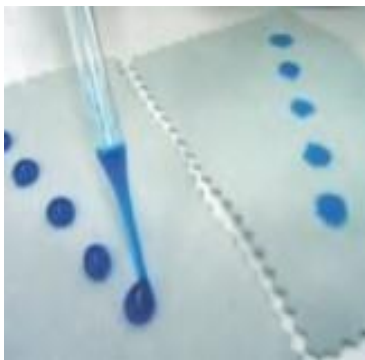
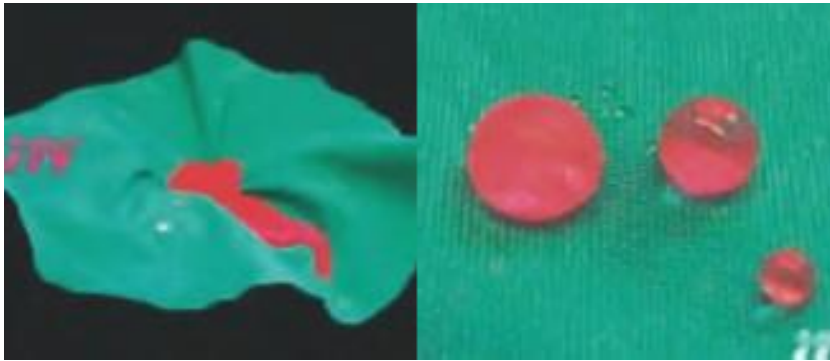
### **1.1.7 Nanotecnologías**

La basa de las nanotecnologías es la variación fundamental que se origina en las



cualidades de las sustancias cuando su dimensión se disminuye a niveles nanométricos.

Para usar estas técnicas consiguen emplearse microscopios de fuerza atómica y de efecto túnel que permiten no simplemente ver, sino así mismo emplear las estructuras moleculares y sus átomos a escala nanométrica ( $1\text{nm}=10^{-9}\text{ m}$ ).



*Ilustración SEQ Ilustración \\* ARABIC 13 Tejido sometido a un proceso de plasma polimerización para conferir al tejido un nano acabado superficial hidrófobo. (Fuente: AITEX, Instituto Tecnológico Textil, Alcoy).*

Estos métodos consiguen utilizarse para la elaboración de nano fibras de polímeros (entre 50 y 500 nm), para emplear nano acabados a elementos textiles, para conseguir capas de tejidos con nanopartículas, etc.

Las nanotecnologías se están situando en la industria textil a la elaboración de tejidos con cualidades anti manchas, anti bacterias, antiviral, anti olor, retardantes de llama, absorbentes de rayos UV, con propiedades antiestáticas, etc.

Por ejemplo, aunque los terminados frescos se consiguen con productos antimicrobianos micro encapsulados, su resultado no es perdurable a los lavados y por ello lograría utilizarse la nano encapsulación a fin de conseguir una resistencia al lavado con detergentes.

Nanotex (USA) y Schoeller (CH) han creado tejidos formados con nanomateriales que repelen las manchas. Estos materiales, a pesar de su aspecto fino, tienen una nano superficie muy rugosa, que hace que las sustancias no entren e impide así la suciedad.

También se ha reproducido por operaciones nanotecnológicas, en la superficie de materiales tejidos, el resultado autolimpiador que poseen ciertas plantas (como la de loto) y las alas de algunos insectos, que les deja conservarse limpias de polvo y agua. Es el estudio que se conoce como Effet-Lotus® (ilustración 16).

Los procedimientos con plasma dejan variar los aspectos superficiales de fibras y tejidos, cambiando esencialmente los aspectos vinculados a la higroscopicidad de los materiales, convirtiendo su nanoestructura, como se logra ver en la ilustración 17.

Se ha logrado tejer una camisa que trae nanotubos de carbono de manera vinculada con las fibras habituales. Es ultraligera, resistente, transpirable, antimanchas, prácticamente no requiere de plancha..., pero aún es muy costoso como para poder propagarse en el mercado.

No obstante, y a pesar de las supuestas bondades de las nanotecnologías, hay voces críticas que advierten de las ignoradas secuelas que pueden tener en la salud humana estas diminutas partículas que logran entrar fácilmente a través de la piel en el torrente sanguíneo<sup>41</sup>. ¿Con qué efectos? Es obligatorio efectuar un estudio detenido de esta cuestión.

(Martín, 2007)

### **1.1.8 Otros desarrollos**

Se han mencionado algunos de los adelantos más relevantes en el terreno de los llamados textiles inteligentes. Sin embargo, hay otros muchos que van cobrando importancia, entre los que se consiguen mencionar:

Los textiles antimicrobianos, para prevenir la aparición de las bacterias que producen olor a sudor o evitar que se desarrollen. Por ejemplo, los iones  $Ag^+$  incluidos en la fibra de Trevira bioactiva proceden sobre la membrana celular de las bacterias, frenando su difusión.

Los que protegen de las radiaciones ultravioleta. Los especialistas están advirtiendo permanentemente del riesgo para la piel cuando su exposición es prolongada al sol, sugiriendo la utilización de cremas de alta protección. Hoy día es viable el uso de tejidos que resguardan de la radiación solar. Así, por ejemplo, con este fin BASF ha situado en el mercado una fibra de nailon 6 con partículas de titanio finamente divididas que protegen contra la radiación UV.

También valdría citar específicos textiles con usos en medicina, como los que concentran microcápsulas que dosifican medicamentos, o las prendas que logran incluso normalizar la medicación de un usuario diabético, a partir del análisis del sudor, etc.

Los textiles inteligentes son determinados como aquellos materiales (textiles) que piensan por sí mismo; esto se logra a través del ingreso de dispositivos electrónicos o productos

químicos de tecnología avanzada. Algunos de ellos ya se están utilizando actualmente, en ciertos tipos de ropa, ya sea para deportes, ocio, seguridad, protección, etc.

Esta clase de textil inteligente está formando la siguiente generación de tejidos y prendas que se originarán gracias a su funcionalidad y no a su diseño. El significado de las fibras textiles procede de las técnicas de reordenación molecular que ya están en biología o nanotecnología para conseguir que un conjunto de elementos se ordene de una explícita forma al emplear un tipo de energía (calor, luz, electricidad) o usar cambios químicos. Es decir, que estos progresos habilitan la probabilidad de elaborar materiales y máquinas a partir del reordenamiento de átomos y moléculas. Creando muchos adelantos para varias industrias, además de nuevos materiales con facultades extraordinarias, como, por ejemplo: materiales más fuertes, pero con menos peso, nuevas aplicaciones informáticas con componentes más rápidos o sensores moleculares capaces de detectar y destruir células cancerígenas, en las partes más delicadas del cuerpo humano, como el cerebro, entre otras muchas aplicaciones. (Martín, 2007)

### **1.1.9 ¿En qué consisten las telas inteligentes?**

En estos instantes en varios países del mundo, ya hay telas inteligentes, capaces de descubrir anomalías en el cuerpo de una persona, como, por ejemplo, los pijamas inteligentes que revelan si un niño tiene fiebre. Y trajes específicos capaces de aislar las temperaturas más extremas del planeta los -50 grados y solo desintegrarse a los 3000 grados. Las prendas con placas solares, también de alguna manera son telas inteligentes, ya que son capaces de adaptar la temperatura de la tela al cuerpo humano, estas prendas, se dejan lavar y planchar

como cualquier prenda normal que poseemos, y a la vez nos permiten atraer energía y almacenarla en la pila que, a su vez, también se "textiliza", es decir toma la forma del vestuario o adecuarse para que no incomode. Otros de los adelantos en el tema de los textiles con inteligencia programada, son las cintas elásticas, utilizadas en el ámbito sanitario, capaces de transferir calor de manera controlada, o asientos de automóviles elaborados con telas con calefacción, son proyectos que tienen en marcha los centros tecnológicos y que afirman que las adaptaciones de estos materiales, en los que convergen por igual tecnología y textil, son verdaderamente infinitas.

Todas estas telas inteligentes, atribuidas al campo de la vida diaria, darán como resultado, grandes beneficios, propensos al mejoramiento de la calidad de vida de las personas, en un futuro próximo. El secreto de este tipo de telas, es la situación de que consiguen pensar por sí solas, estas telas o tejidos, usan fibras especiales para ello, llamadas biométricas, y textiles que componen redes de área personal, biotecnología, y nanotecnología. Estas prendas tienen sensores que atraen la información para decidir la activación o no de cada función, como por ejemplo en el caso de las proporciones de las temperaturas, luminosidad, absorción de sudor, y control del peso, pulso, y ritmo cardíaco.

Actualmente la gran variabilidad de telas tienen un desarrollo el cual les permite cobijar en cierta medida las diferentes variables que el entorno diario o humano pueda solicitar, esto hace una referencia a los colores, que se determinan mayormente en su producción al gusto del cliente, las tallas del cliente, quienes buscan la que mejor se ajuste a sus cuerpos y movimientos, estados de ánimo, también se reconoce el alcance de ayuda en la parte biológica de estas prendas la cuales colaboran en la mitigación del estrés, inducción al sueño para un correcto descanso del usuario, protección de los rayos UV, que en grandes cantidades

perjudica notablemente la salud de las personas, el aislamiento térmico que en casos extremos da un apoyo a las necesidades básicas humanas, como la transpiración o la protección de órganos internos, manteniéndolos a una temperatura estable para su debido funcionamiento.



*Ilustración 15 Blusa tecnologica*

La ingeniería textil y el diseño innovador dan aval para la creación de artículos textiles avanzados desde el punto de vista tecnológico facilitando procesos naturales del cuerpo humano como los movimientos articulares, este como ejemplo principal, pero de igual manera este avance tecnológico en los textiles no es significado de que la industria textil deje a un lado su principal objetivo, el de brindar comodidad y protección como ha venido sucediendo con la industria textil desde sus comienzos y continuos progresos hasta la actualidad.

Los ejemplos más claros de esta tecnología, que se ha venido implementando en los textiles son los sensores y biosensores, desarrollados con unos objetivos claros y concisos, en otras palabras, estos sensores son destinados específicamente a una tarea, como por ejemplo para la medición de parámetros fisiológicos como: electrocardiograma, pulso cardíaco, respiración o parámetros físicos como presión, volumen o incluso la presencia.

Estos tejidos aprovechan fenómenos físicos, principalmente eléctricos o como se conocen en anatomía, pulsos electromagnéticos, recordando que el cuerpo en gran medida genera sus acciones por medio de los impulsos anteriormente mencionados que una vez captados, enviados y procesados pueden aportar los datos requeridos, para mediciones, control de variables y correcciones, para hacer la industria textil inteligente más capacitada con el tiempo.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado podemos, subrayar diferentes tipos de textiles categorizados en pro de sus funciones principales:

Termo activas: textiles que reaccionan al calor, estas pueden ser técnicamente de dos formas una reacción exotérmica cambiando de color, conductividad o forma o una reacción endotérmica.

Fotoactivas: textiles que por acción de la luz pueden cambiar de color o almacenar la energía para emitirla posteriormente, en diferentes modalidades o para distintos usos, como lo pueden ser preventivos de precaución, o recreativos.

Electro-activas: éstos son los más interesantes ya que pueden variar su color, emitir luz, cambiar de forma o aumentar su temperatura con el paso de una corriente eléctrica a través de ellos, siendo desde un punto de vista totalitario el textil más completo, por su medio de funcionamiento y sus diferentes variables a partir de esta .

Bio-activas: fibras que poseen propiedades beneficiosas para la salud debido a la materia

que las compone, como por ejemplo, fibras biocidas, hidratantes, dermo-protectoras, aislantes, etc.

Los textiles inteligentes que hace unos años eran presentados como productos de ensueño, futuristas e irreales, y como un mercado poco competitivo, actualmente, se proyectan con un alto valor añadido, gracias a sus innovaciones las cuales están dirigidas en pro de facilitar acciones y mejorar la comodidad al portar estas alejándose de lo convencional y aportando aspectos que pueden satisfacer las necesidades del consumidor más osado y vanguardista, los cuales evolucionan constantemente día tras día, cambiando en ocasiones drásticamente sus necesidades y exigencias en cuanto a materiales textiles respecta. (inteligentes F. , 2017)





Ilustración 16 prendas inteligentes

### Fibras de soya



A medida que nos preparamos a entrar a una nueva época de avance es buen momento para reflexionar sobre los cambios tecnológicos que han ocurrido en el área de ingeniería textil a través del tiempo. Durante miles de años, la vestidura consistió, en diferentes objetos proveedores de calor principalmente, hasta donde sabemos, en pieles de animales entremezcladas con hojas u otro cualquier elemento que les ayudara a mantenerse en condiciones óptimas durante las épocas de frío o posibles ataques y laceraciones de las cuales podrían ser víctimas, más tarde con el avance de las técnicas de manufactura, se formaron tejidos con ciertas características como el tejido de fibras el cual fue asociado con el comienzo de la agricultura y por subsiguiente surgimiento de la civilización humana, con los estándares básicos, que determinaron la estructuración de la misma, actualmente la industria textil se encuentra en un punto de completo desarrollo e innovación, así mismo, se le van descartando aquellas técnicas de manufactura que por sí solas ya no satisfacen los requerimientos y exigencias de la vida diaria. También vemos como se investigan nuevos métodos de aprovechamiento de fibras y se incursiona en la investigación de nuevas formas para su obtención y trabajo para lograr un producto final.

Durante la primera mitad del siglo XX se realizaron diversos estudios para la concepción de una fibra textil, a partir de la proteína de la soya. En la década de los cuarenta, Ford Motors Co., estableció una planta piloto que podía producir 500 kg/día de esta fibra, y cuyo principal destino era la fabricación de tejidos para tapicería de automóvil. Estos primeros pasos de las fibras procedentes de la soya se vieron alterados por las contiendas bélicas, ya que este producto, la soya, ganó en importancia como elemento alimenticio.

Sin embargo, hoy en día la industria está empeñada en encontrar nuevos usos para este noble grano.

Uno de ellos nos presenta a la soya como una excelente fuente vegetal para fabricar fibra textil, la cual muestra múltiples beneficios. La manera de obtenerla es lubricando la pasta de soya a través de nuevas tecnologías de bioingeniería, un proceso el cual a través de su uso o necesidad ha podido ser modificado en cuanto a la manera de su obtención, procesos más eficaces, mayor aprovechamiento del material, mayor cantidad de material, por producto bruto.

De esta fibra, con la que actualmente se está elaborando ropa interior, se dice que es tan suave como la seda y tan fresca como el algodón, algo que eventualmente da una mayor sensación de comodidad y gusto por este tipo de prendas, a lo cual, podría generar una mayor demanda del producto, en cantidades superiores a las comercializadas regularmente, presenta una superficie irregular, lo que le da una excelente acción a lo que a permeabilidad se refiere. Estas características permiten la absorción y transporte de humedad de forma rápida, lo que hace que esta fibra sea muy confortable, en situaciones diferentes del diario vivir de las personas que la emplean.

La producción de la fibra de soya no daña el medioambiente, ya que es biodegradable, y los agentes auxiliares y complementos utilizados no son tóxicos, así como los residuos sobrantes tras la extracción de la proteína pueden utilizarse como alimento, lo cual no solamente genera beneficios al medio ambiente, de un solo modo, como su creación, sino también, cuando sale de circulación o sale defectuosa en alguno de los pocos casos.

El único problema del tejido de soya es el precio, puesto que se incrementa un 60% a 70% respecto a una prenda fabricada con algodón y otras fibras convencionales, esto pasa igual a

cualquier otro producto el cual en su fabricación emplee alternativas que otorgan una cantidad de beneficios, gracias a sus materiales no convencionales, sin embargo, las ventajas son varias.

Es una fibra que posee propiedades antibacteriales, hidratantes y protege de los rayos ultravioletas; contiene 18 clases de aminoácidos benéficos para el cuerpo que adicionalmente, este tipo de tela permite mayor circulación del oxígeno hacia el cuerpo, lo que ayuda a remover partículas negativas de la piel. Y para más completar es resistente a la bacteria E.coli.

Algunas de sus principales propiedades son las siguientes:

Proviene de un recurso renovable.

Posee propiedades antibacterianas.

Es biodegradable.

Tiene una suavidad comparable a la seda.

Frescura.

Permite la circulación de oxígeno.

Posee cualidades confortables.

Buena solidez al color.

Apariencia frondosa

Alta absorción de agua.

Dichas características, además de la sensación de suavidad y escaso peso que proporciona este tejido, lo convierte en un material ideal para fabricar ropa interior, para dormir, deportiva

y para bebé, así como camisetas, calcetines y ropa para el hogar, debido a que son características que este tipo de actividades o etapas de la vida son más propensas a necesitar de cierta manera estas comodidades, que en este caso, se traducen como textiles

Es difícil determinar si la ropa de fibra de soya tiene realmente potencial. El tejido aún es nuevo en el mercado y se vende en su mayoría en China, pero varios diseñadores ya están considerando la tendencia de los tejidos ecológicos. Hace nueve años Giorgio Armani lanzó una colección de Armani Jeans que enfatiza su respeto al medio ambiente y ahora representa el 15% de su negocio mundial. Katherine Hamnett usa algodón y lana orgánicos en sus colecciones y la cadena de tiendas de ropa Hennes & Mauritz AB introduce unas 10 nuevas piezas de algodón orgánico cada temporada en sus tiendas H&M.

Estos son ejemplos claros de las compañías o marcas que llevan tiempo considerable en el mercado y que demuestra que la utilización de estos materiales, son una oportunidad, para impactar y marcar una tendencia en el consumo diario de los países, ciudades y familias. (comestibles, s.f.)

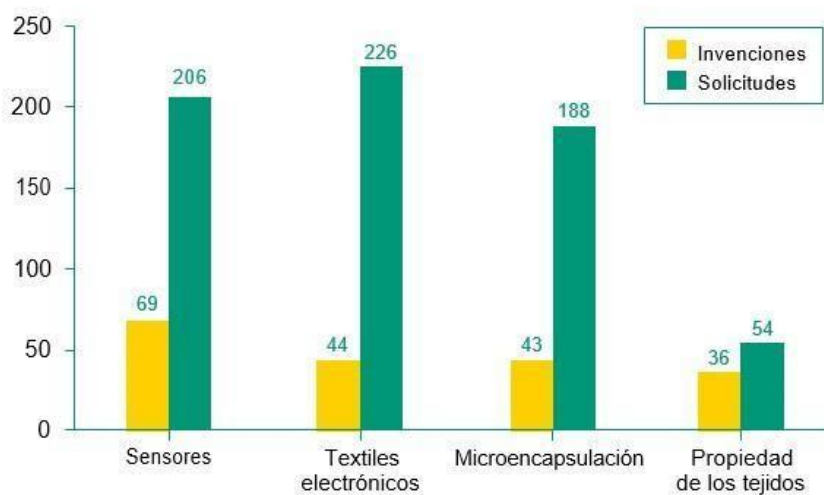
“La asociación Organic Trade Exchange, cuya sede está en Green Field, Massachusetts, estima que la industria de prendas orgánicas, fabricadas bajo estrictas normas medioambientales como su procedencia de cosechas libres de pesticidas, está valorada en unos US\$85 millones al año sólo en EE.UU”. (Journal, 2004)

### Fibras de leche

En la moda actual, la tendencia a usar fibras naturales para elaborar productos textiles y vestuarios es cada vez más grande. En Alemania, una diseñadora ha empezado a crear telas

de leche. Se trata de fibras lácteas, que, además de producirse con técnicas sostenibles y cuidando del medioambiente, tienen el fin de ayudar a las personas que sufren de alergias y otras enfermedades en las que la piel reacciona a los productos químicos usados en la industria textil. (palermo)

Las primordiales estilos tecnológicos entorno a textiles inteligentes se concluyeron teniendo en cuenta las situaciones actuales en I+D+i que presenta el sector a nivel mundial y local<sup>1</sup>. A partir de éste parámetro identificamos las siguientes tendencias: sensores, con 69 invenciones en 206 solicitudes de patente; textiles electrónicos, con 44 invenciones en 226 solicitudes; microencapsulación, con 43 invenciones en 188 solicitudes; y propiedades de los tejidos, con 36 invenciones en 54 solicitudes de patente. (palermo)



**Gráfica 1.**  
Tendencias tecnológicas según la actividad inventiva y de patentamiento

Fuente:  
Thomson Innovation,  
Espacenet, USPTO,  
Latipat, entre otras, 2016

*grafico 1 tendencias tecnologicas segun la actividad inventiva y de patentamiento*

“Mediante el análisis de los indicadores de actividad inventiva e impacto industrial, los sensores constituyen la principal tendencia en materia de textiles inteligentes, lo cual pone de manifiesto los grandes esfuerzos que al respecto se han emprendido en materia de

investigación y desarrollo a nivel mundial. Las tendencias restantes no evidencian relevancia considerable en cuanto a la relación entre los indicadores antes mencionados, aunque conviene señalar que, si consideramos únicamente el impacto industrial, la microencapsulación y los textiles electrónicos se destacan considerablemente sobre las propiedades de los tejidos”. (palermo)

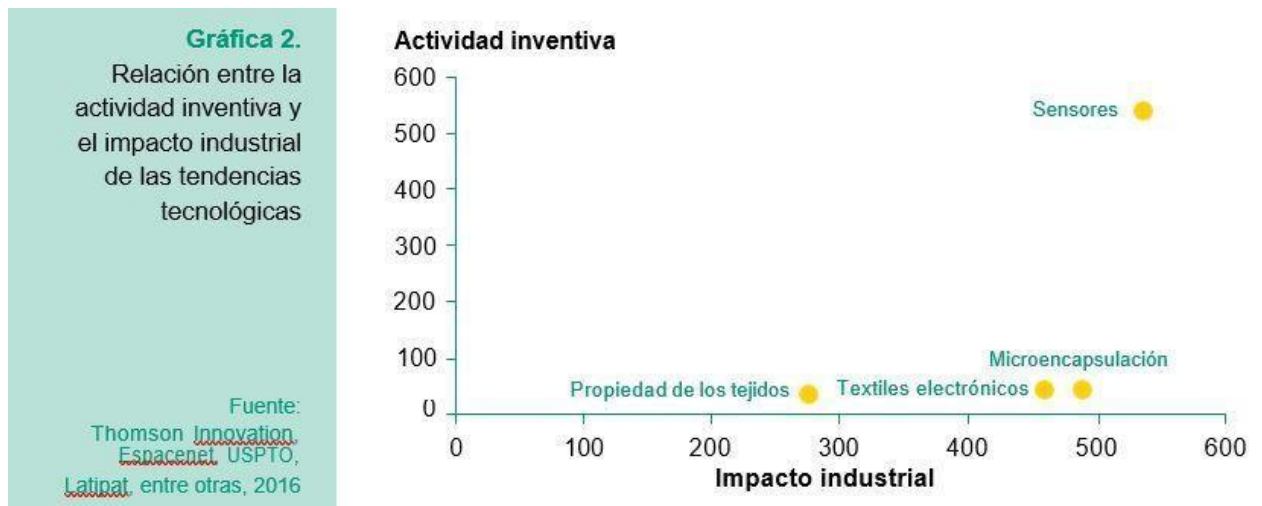


grafico 2Relacion entre la actividad inventiva y el impacto industrial de las tendencias tecnologicas

## 1.2 EMPRESAS CON PROYECTOS EN EL DESARROLLO DE FIBRAS

### TEXTILES INTELIGENTES

El cambio de color en un ser vivo se ha podido observar a través de los años en animales como los reptiles en especialmente en los camaleones en donde los iridóforos una parte de su cuerpo constituyen una novedad en la evolución que les permite cambiar rápidamente con un camuflaje eficiente en especial los machos con una piel más oscura pueden cambiar los adornos de colores en función de su comportamiento de igual forma exhiben los llamados colores estructurales. Estos colores emitidos en su cuerpo sin pigmentos son el resultado de interacciones entre ciertas longitudes de onda en los nanocristales que están estructurados en capas que se alternan con el citoplasma, dentro de las células llamadas iridóforos. Esta estructura formada así permite una reflexión selectiva de ciertas longitudes de onda, lo que

contribuye a los colores vivos un ejemplo de ello es que cuando el camaleón está en calma, se organiza en una red densa y se reflejan las longitudes de onda azul. Por el contrario, cuando se excita, se afloja su enrejado de nanocristales, lo que permite el reflejo de otros colores, como amarillos o rojos, esto permite identificar que el cambio de color del camaleón es controlado por su sistema óptico intracelular autoorganizado mediante el cambio de conductas del camaleón de su temperatura y estado de ánimo. (Coello, 2018).

The Unseen empresa creada Lauren Bowker diseñadora textil y química, quien apuesta por los tejidos inteligentes a través a creado cosas totalmente innovadoras que responden a los cambios climáticos, las emociones, la polución, entre estos una chaqueta que cambia de textura y color, gorros Swarovski que trasmite color según las emociones como la ira, la tranquilidad, esto es posible gracias a que reacciona a la actividad cerebral, su creación más reciente es un tinte que cambia de color.

Athos creado son Dhananja Jayalath y Christopher Wiebe usa electrobiología para monitorear la actividad física.

La diseñadora catalana Lesia Trubat González crea las zapatillas de ballet de E-Tracers que tienen unos sensores que detectan los movimientos hechos por el bailarín y los graba en una memoria.

Ramón Espí junto con el Instituto Tecnológico Textil Aitex han diseñado un body que responde al aumento de la temperatura del bebe, a través del cambio de color usando



pigmentos termocrómicos que cambian de rojizos a azul siendo azul el identificador de la fiebre, y un violeta el nivel leve de la fiebre.

La diseñadora colombiana Laila Páez crea vestidos de baño que cambian de color según los rayos UV para que sepas en qué momento es bueno broncearse, y que tanto te favorece o no exponerte a sol en ciertas horas del día, pasando de rosados pálidos ante una baja exposición solar a llegar a un fucsia en una hora de alta exposición solar como el medio día.

Nano-Text empresa norteamericana es una de las impulsadoras en crear textiles inteligentes como fibras fluorescentes, otras que responden a cambios climáticos y las más innovadoras creada para jóvenes y deportistas cuando están expuestos a una fuerza mayor(golpe) que se vuelven rígidas ante el impacto para proteger a la persona.

One empresa creadora de ropa con sensores que perciben el tacto y la música para incluir a personas sordas donde los sensores perciben la música y ellos los sienten con el tacto; ropa nano tecnológica que cambia de color a través de la tecnología y una aplicación en tu celular donde puedes ponerle los diseños de ropa que desees y cambiara automáticamente.

### **1.3 PSICOLOGIA DEL COLOR EN LA MODA**

Lo que significan los colores según la moda.

- Negro: Seguridad.
- Azul: Confianza y lealtad.
- Verde: Paz y satisfacción.

- Violeta: Poder y sensibilidad
- Rojo: Peligro, pasión y fuerza.
- Amarillo: Felicidad.
- Blanco: Libertad, pureza e inocencia.
- Rosado: Diversión y Tranquilidad.
- Naranja: Alegría.
- Gris: Discreción y sofisticación.
- Marrón: Estabilidad.
- Beige: Des complicada.

(Allen, s.f.)

## **2 OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un plan de negocio para la marca Color Emotion que fabrica y comercializa prendas de vestir, en la línea femenina, a partir de textiles inteligentes que cambian de color a través las feromonas que libera el cuerpo humano analizando las emociones.

## **3 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Determinar la gama de colores para definir los cambios de humor con base en la psicología del color.
- Analizar empresas con proyectos en fibras textiles inteligentes que se asemejen al propósito de análisis textil de mi proyecto.
- Prototipar una muestra de indumento con cambio de color con base en las feromonas humanas.
- Crear una propuesta de inversión para hacer realidad la creación de este textil y así mejorar la comunicación interpersonal de manera más didáctica.
- Presentación audiovisual de la colección Color Emotion .

## 4 JUSTIFICACION

Color Emotion es una empresa que se dedica a la fabricación y comercialización de prendas de vestir en la línea femenina que cambian de color partiendo del análisis de las emociones y las feromonas que libera el cuerpo humano. Trabajando con textiles inteligentes para confección de indumentos que trasmita las emociones en forma de color.

Es una empresa enfocada a la creación capaz de analizar, determinar y establecer las emociones según estímulos generados y emitidos derivados de las feromonas.

Queremos ser una empresa consolidada integra e innovadora tanto nacional como internacionalmente especializada en la fabricación de prendas que cambian de color, instaurando a Color emotion como una empresa líder en el mercado, capaz de romper límites y tendencias, poco vistas y establecidas, será una empresa capaz de ofrecer al público, algo más que textiles, una exposición a cambios y sensaciones poco experimentales, un éxtasis de creación e innovación a partir de indumentos que cambian de color según las emociones del producto a brindar.

Los atributos que se quieren resaltar de la marca son las emociones, suplimos la necesidad que tiene las personas de expresarse y de ser comprendidas, aumentando la forma de comunicación, haciéndole la vida más fácil para que puedan comunicar desde su ropa un enfoque social, al expresar lo que siente.

Somos una empresa abierta al cambio, competitiva, analítica y creativa, respetamos y respetamos a cada miembro de nuestra empresa cumpliendo con las normas y políticas internas establecemos altos estándares en nuestros procesos y productos con el fin de brindar altas cualidades dentro del mercado.

Generamos una política de responsabilidad social, generando productos en pro de mejoras ambientales donde aumente la calidad de vida de nuestros clientes a través del crecimiento económico y social; nos vemos como una empresa que se quiere consolidar en el mundo de la moda que cambia de color, como una de las generadoras de comunicación más grandes a nivel Colombia y porque no internacional.

## 5 INVESTIGACION DE MERCADO

### 5.1 ANALISIS DEL SECTOR ECONOMICO

#### 5.1.1 Puja por mayores aranceles a confecciones sigue caliente.

La cámara Colombiana de la Confección y Afines (CCCyA) afirma que “Iván Duque nos estafó”, de paso le dio una “bofetada a la ciudad” por incumplir las promesas de campaña.

El legislativo no tiene potestad de aumentar este tipo de impuestos, esta decisión le corresponde a el ejecutivo, previendo un paro Duque intervino reuniendo a los interesados, para que buscaran un acuerdo; por un lado, el gremio de las confecciones pide aranceles al 37,9%, este proyecto fijaba un arancel de 40% para las confecciones de hasta US\$10 y de 15% más US\$1.

"Utilizando fake news, el Gobierno, con bombos y platillos, publica un proyecto de decreto arancelario que no tiene en la práctica ningún impacto sobre el creciente y preocupante volumen de importaciones de prendas de origen asiático", comenta la Cámara de la Confección.

Los industriales solicitan que el decreto quede como el texto aprobado en el Congreso, que fijó un arancel de 37,9% para los bienes de hasta US\$20 por kilo y para las que aumenten este valor, de 10% más US\$3 por kilo.

El ministro Restrepo afirma que esta industria requiere una protección razonable, Por un lado, los confeccionistas creen que la propuesta del Gobierno impactaría apenas 8% de las importaciones, por otro lado para Jaime Alberto Cabal, presidente de Fenalco, y Javier Díaz, de Analdex, con cualquier cifra que determine el Gobierno el nuevo arancel se traducirá en mayores precios que pagarán todos los colombianos.

"Sí habrá un decreto del Gobierno, porque nuestra responsabilidad es darle una respuesta a un sector más exportador, que genere más empleo, con una protección razonable, que tenga una dinámica productiva mayor, que permita importar y exportar, y que atraiga inversión", dice Restrepo.

Los confeccionistas siguen adelante con su amenaza de marchar, pues creen que esto permitirá lograr un acuerdo que beneficie a todas las partes de la cadena productiva. "Claro que estaríamos abiertos a escuchar las ideas y debatirla", siempre y cuando en la negociación incluyan una reforma integral para el sector.

Del otro lado del ring, la cosa parece cada vez menos despejada. En una carta, Cabal y Díaz le pidieron al Ministro de Comercio poner en el congelador el decreto que subiría los aranceles a las confecciones, por cuenta del fuerte aumento del dólar, que ya superó la barrera de los

\$4.000. El presidente de Analdex piensa para detener el contrabando en el sector, tener precios de referencia y controles aduanales más rigurosos prevendría la evasión técnica.

La Superintendencia de Industria y Comercio registró que en los últimos años la demanda de prendas creció un 15%.

El sector de textiles inteligentes viene creciendo a un ritmo imparable. Los países que más producen prendas con usos funcionales son China, Corea del Sur y Japón; Jorge Moreno es un biomédico experto que tiene estudios en la Universidad Javeriana y la Universidad de Los Andes y ha enfocado su carrera en hacer investigación sobre este tipo de productos. "Aquí hay restricciones tecnológicas que aún no nos permiten estar a la par de Japón o Corea porque



la investigación en nanotecnología requiere de equipos que son muy costosos, pero vamos por muy buen camino. En América Latina somos uno de los pocos países que está desarrollando proyectos. Los textiles inteligentes pueden ser el salvavidas para la industria textil en Colombia”, aseguró Moreno.

El experto asegura que el Ejército de Estados Unidos desarrolló prendas con cierto grado de invisibilidad. “Están los textiles cromóforos, que son los que cambian de color, y están los que las fuerzas militares estadounidenses utilizan que pueden generar un poco de invisibilidad. Además, también hay mucha proyección en temas médicos. En el país estamos trabajando en aromaterapia con las prendas, bloqueadores de luz ultravioleta y textiles antibacteriales”. (caracol radio, 2017)

### **5.1.2 Colombia sector textil**

“Tenemos un fuerte compromiso frente a las medidas de prevención que debemos tomar; sin embargo, el trabajo remoto para este sector no resulta ser una opción del todo viable”, aseguró la junta directiva de la Cámara Colombiana de la Confección y Afines, la preocupación es alta, más aún si a esta situación se le suma que es un sector que cobija al menos 1,6 millones de personas que no han visto unas medidas puntuales en el marco de la crisis generada por el coronavirus. (el colombiano, s.f.)

La solicitud puntual que le realiza el gremio al Gobierno es que: “Haga transversal a nuestro sector productivo todas las medidas que puedan aliviar la liquidez de las empresas, que ya se ha visto afectada tanto en producción como en su comercialización en varias ciudades del país”.

¿Cómo beneficiará la línea de garantías a nuestras empresas del sector para sostener el pago de nóminas y no terminar en despidos masivos de personal? y cuestiona sobre la necesidad de dar claridad sobre las obligaciones en dólares de las empresas, así como ser beneficiarios respecto al no pago o subsidio de servicios como energía y agua.

Otro asunto que inquieta al sector, tiene que ver con aliviar la carga tributaria de las empresas en IVA, declaraciones de renta, impuesto al patrimonio, y se pregunta cuál es la salida para que

los empresarios por cuenta de la disminución en su producción suspendan el contrato laboral de sus trabajadores.

## **5.2ANALISIS DE MERCADO**

### **5.2.1La economía colombiana sigue siendo cerrada**

La apertura económica decretada por el Gobierno de César Gaviria “para exportar hay que importar”, el proteccionismo era el pasado, y los acuerdos comerciales, el futuro. Pero 30 años después renace la discusión porque, a pesar de la apertura, el tamaño del comercio se mantiene en niveles bajos.

Esto ocurre pese a que el promedio de los aranceles bajó del 30% en los noventa al 5 % ahora, hay tal nivel de barreras no arancelarias que hoy la economía está tan cerrada como hace tres décadas. Unos reiteran que el proteccionismo ha borrado buena parte de los avances con la apertura de los noventa. Otros creen que la evidencia de las cifras de comercio exterior y crecimiento del PIB contradicen esas afirmaciones.

El proteccionismo no cede. Por ejemplo la reciente decisión del Ministerio de Comercio que esta semana publicó, en su página web para comentarios, un decreto que fija aranceles de

hasta el 40 por ciento para importar textiles y confecciones. Esta medida de protección tiene un propósito que parecería justo: luchar contra la competencia desleal de mercancías importadas.

Hay decenas de medidas de protección vigentes para sectores específicos, lo malo, dice el dirigente, es que 70% de las barreras no arancelarias son autoimpuestas. Es decir, solo se exigen en Colombia, según un estudio del Centro de Comercio Internacional.

El economista Mauricio afirma que, mientras que en los noventa las medidas no arancelarias cubrían el 27% de las importaciones totales del país, hoy ya afectan al 80%. La proliferación de estas medidas se explica por el fuerte lobby gremial de algunos sectores, como resultado, el país tiene una baja profundización comercial, un indicador que mide la proporción entre importaciones más exportaciones respecto al PIB. Este indicador se mantiene en los mismos niveles de hace 20 años, dijo Enrique Montes, uno de los autores del libro del Banco de la república.

Si no haya más comercio exterior, el crecimiento seguirá rezagado. El director de Fedesarrollo, Luis Fernando Mejía, asegura que en Colombia este indicador de profundización comercial está en 36,7 %; en cambio, en países vecinos como Chile es de 57,5%; en Perú, 48,9%; y en México, 80,4 %. Pero si sirve de consuelo, Brasil y Argentina están peor: el primero con 29% y el segundo con 30,7%.

No todos los economistas 'compran' la teoría de que el país ha retrocedido. José Antonio Ocampo asegura que dice que las compras del exterior se han multiplicado por tres: en los

noventa representaban 9,58% del PIB en precios constantes, mientras que en la actualidad ya llegan a casi el 28%. Agrega que, aunque se insistió en que para exportar más había que importar más, hoy las importaciones crecen mucho más rápido que las ventas al exterior. Por eso asegura que “no nos falta más apertura, sino más política de desarrollo productivo”.

El ministro de Comercio, José Manuel Restrepo, dice que, a diferencia de hace 30 años, hoy cuenta con 16 acuerdos comerciales y los empresarios tienen acceso preferencial a 1.500 millones de consumidores.

La exministra de Comercio y presidenta de la Cámara Colombo Americana, María Claudia Lacouture, asegura que los acuerdos comerciales firmados no solo les han abierto las puertas a las exportaciones colombianas.

Los duros de la innovación en la industria textil colombiana

La innovación y reconversión tecnológica se han convertido en la “fórmula” ganadora de muchas empresas del sector textil en medio de un mercado cambiante, más ágil y marcado por la creciente competencia de productos provenientes del exterior.

Artextil, Industrias FH, Jordao S.A.S, Marquillas y Accesorios y Bombay, entre muchas otras, que se han dado a la tarea de renovarse, innovar e invertir en tecnología con el objetivo de ofrecer productos diferenciados.

Con 35 años de experiencia, Artextil es una de estas organizaciones. La firma, con sede en Itagüí, y que genera alrededor de 380 empleos, se dedica a la transformación de bases textiles, con tres líneas de negocio: estampación, tintorería y acabados.

Procesa alrededor de 3,5 millones de metros de tela al año en su planta de Colombia y 350.000 metros en Ecuador, en donde inauguró una factoría hace dos años con una inversión de US\$3 millones. Su gerente, Carlos Andrés Aristizábal. Los desarrollos en materia tecnológica han sido dos de sus prioridades. En los últimos cinco años los recursos destinados a estos propósitos alcanzan los US\$12 millones. Para este año la firma paisa tiene previsto destinar alrededor de

\$6.000 millones a reconversión e innovación, todo con el objetivo de ofrecer productos diferenciados que le permitan competir principalmente con las telas provenientes de mercados como China. “Hace tiempo nos dimos cuenta que el negocio estaba en el valor agregado y en hacer lo difícil”.

Leonisa, Armi, Grupo Crystal, Supertex y Proíntimo, hacen parte de la lista de clientes de Artextil. En sus ventas, que para este año se espera que alcancen los \$60.000 millones, la mayor participación corresponde a estampado, que pesa 55%, tintorería aporta 40% y acabados el restante 5%.

El tema medioambiental ha sido una de sus grandes apuestas y por ello cuenta con su propia planta de tratamiento de aguas residuales que le permite reutilizar hasta 75% del líquido usado en los diferentes procesos industriales.

Industrias FH, que sustenta su trabajo en la innovación y creatividad. El fundador de la

compañía, Francisco Hurtado, tiene como filosofía “pensar y hacer” y esto es lo que les permite tener hoy 7 patentes propias de productos creados y 43 nuevos desarrollos para sacar al mercado.

La empresa inició produciendo un antifaz frío para quitar el dolor de cabeza y actualmente cuenta con varias líneas de negocio, entre ellas: belleza en frío y productos terapéuticos, productos de termoterapia, telas no tejidas biodegradables, productos publicitarios e insumos corseteros, que es precisamente la actividad más relacionada con el sector textil. En esta última línea produce insumos para la fabricación de ropa interior femenina, especialmente copas prehormadas para brasieres y vestidos de baño.

Exporta 30% de su producción a mercados como México, Centroamérica y algunos países de Europa. En su modelo de exportación también tiene acuerdos con cruceros como Royal Caribbean y Princess en Estados Unidos.

Jordao S.A.S. exporta de forma directa a todos los países de Centroamérica y en Suramérica a Ecuador, Venezuela, Chile, Perú y Argentina; además de México, en donde tiene una oficina de comercialización. Las ventas directas al mercado externo representan 30% de los ingresos de la empresa y el objetivo de Ruiz es que en dos años el indicador se ubique en 40%. Tiene sede en Itagüí y genera empleo para 140 personas, tiene dos líneas de producción, una plástica y otra metálica, y en el universo textil, con más de 13 años de experiencia, esta firma paisa se ha convertido en un laboratorio de investigación, desarrollo, soporte y asesoría que le brinda a sus clientes todo su conocimiento en los temas relacionados con el denim, una de las materias primas más usadas en esta industria.

Otras empresas destacadas en Colombiatex para suplir otras necesidades fueron, Bombay,

firma que inició como una cacharrería, pero que hoy enfoca su portafolio en insumos para la confección y las manualidades, con cerca de 2.500 referencias. 50% de las ventas las realizan con clientes institucionales como Leonisa, Línea Directa, Grupo Uribe, Hermeco y Didetexco a los que les ofrece elásticos, cierres, hilos, botones, cintas y encajes, entre otros. También estuvieron presentes otras organizaciones como Kromias, especializada en textiles técnicos; Marquillas S.A, que se centra en marquillas impresas en cartón y Marquillas y Accesorios, que ha evolucionado hacia la comunicación integral y a través de la tecnología digital imprime marquillas, afiches, catálogos y otras piezas en alto relieve y alta definición. (semana, 2020)

### **5.2.2 Empresas Enka, Fabricato, Protela y Lycra se enfocan en el negocio de telas técnicas**

Durante la vigésimo quinta edición de Colombiamoda, el pabellón de Textiles<sup>2</sup>, se ha convertido en uno de los nuevos centros de negocio, debido a que las compañías que participan allí están revolucionando su oferta de producto con líneas de materiales técnicos e inteligentes. Empresas del calibre de Enka, Fabricato y Protela, están dentro del top 20 de las que más ventas tienen en el sector en Colombia, sumadas a compañías como Lycra.

Jorge Andrés López de Mesa, vicepresidente de ventas de Enka, dice que su línea de textiles industriales representa 32% de las ventas de la compañía y significan cerca de US\$45 millones. Además, el directivo afirma que en los últimos diez años la compañía ha invertido US\$20 millones en tecnología, para crear, sobre todo, telas que recubren neumáticos para carros, factor que les ha permitido tener contratos con emporios como Bridgestone y Continental. Para Enka, este negocio de telas inteligentes ha tenido un incremento de 42% en ventas en el último año, según López de Mesa.

Fabricato, perfila sus esfuerzos en la manufactura de uniformes para fuerzas militares, con un tejido llamado ‘laminado tres capas’, que ofrece protección UV, antibacterial e impermeabilidad. Esta línea, Fabrimax, representa 15% de las ventas de la empresa e ingresa algo más de US\$24,3 millones. Con el nuevo tejido esperan triplicar el monto y crecer cerca de 5%.

Protela, que según Carolina Vargas, gerente de producto de la compañía, ha invertido US\$5 millones en tecnología, puesto que sus tejidos técnicos son usados en la totalidad de su portafolio que alcanza 7.000 productos.

Por su parte Camilo Mayorga, presidente de Invista, compañía a la que pertenece Lycra, dice que las telas como el poliéster y las combinaciones técnicas que se usan en su ropa interior y también en su ropa deportiva, representan 6% del crecimiento de las ventas.

La feria Textiles2, donde se ubican las telas técnicas e inteligentes, recaudó US\$65 millones tuvo un crecimiento de 41%, según Inexmoda.

Camilo Montoya presidente de invista para América latina “La industria textil está ahora bajo la tendencia de enfocarse en la confección de materiales inteligentes para exportar y llegar a mercados extranjeros”. (oliveros, 2014)

### 5.3ANALISIS DE LA COMPETENCIA

EMPRESAS COMPETIDOR AS	NIVEL DE ACEPTACI ÓN	CLIENTE S	RAZONES POR LAS CUALES ELIGEN LA EMPRESA	DÓNDE Y CÓMO COMERCIALIZ A	VENTAJ AS Y DESVENTA J AS



	ALTO	MEDIO	BAJO				
NIKE 	X			Es un cliente aventurero valeroso o que desea ser la prioridad.	Por el Good Will, la calidad, comodidad, lujo, originalidad, reconocimiento	En tienda física, en centros comerciales, en outlet y en tiendas online.	Ventajas Reconocimiento, Desventajas Sus altos precios
Adidas    	X			Es un cliente transparente valeroso o que desea ser la prioridad	Por el Good Will, la calidad, comodidad, lujo, originalidad, reconocimiento	En tienda física, en centros comerciales, en outlet y en tiendas online.	Ventajas Reconocimiento, Desventajas Sus altos precios
Lafayette 		X		Es una persona, que busca comodidad, seguridad y protección	Por sus textiles inteligentes, la comodidad de sus productos.	En tienda física, en centros comerciales, en outlet y en tiendas online.	Ventajas Manejo de fibras inteligentes fabricadas por ellos que no afectan sus costos. Desventajas No tiene mucha variedad en productos

--	--	--	--	--	--	--

*Tabla 1 analisis de la competencia autoria propia*

## 5.4 CONCLUSIONES

- Aplicar el decreto de arancel al 40% es contraproducente porque si las tres partes (gobierno, CCCyA y Fenalco y Analdex), no se ponen de acuerdo a la larga ellos serán los afectados, porque si no hay una ley reguladora el contrabando aumenta, los productos se encarecen y el consumidor pagará los platos rotos de esta indecisión.
- Según Jorge Moreno los textiles inteligentes pueden ser el salvavidas para la industria textil en Colombia, porque si nos quedamos en el pasado, países como Japón, China y Corea del Sur potencian este campo al exportar productos de este tipo a Colombia, muchas de las empresas podrían cerrar.
- CCCyA afirma que toma las prevenciones para el coronavirus pero que el salvaguardo le da el gobierno para seguir funcionando y apoyarlos financieramente o reduciendo pagos de retenciones e impuestos, tal vez aplazándolos; que beneficia la línea de garantías para no hacer despidos masivos y sostener la nómina en el sector.
- Tener empresas de productos textiles inteligentes si es rentable un ejemplo de ello son empresas como Artextil que genera alrededor de 380 empleos con ganancias de hasta \$60 millones o Industrias FH que ha patentado ya 7 productos creados, 43 nuevos desarrollados para lanzar y exporta el 30% de su producción y Jordao ha generado 140 empleos y exporta en más de 6 países en Sur América y Centro América hasta el 30% de la producción.

- La industria textil corresponde al 6% de PIB lo cual representa aproximadamente al 24% del empleo en el país. Al crear ahora textiles inteligentes se espera que potencialicen el comercio y aumenten las exportaciones y así mismo se vea el alza en el PIB.
- Textiles2 recaudo US\$65 millones este resultado afianza la idea de invertir en textiles inteligentes.
- La competencia es NIKE, Adidas y Lafayette sus clientes son aventureros, transparentes que buscan seguridad su ventaja es que son reconocidas pero su desventaja es sus altos costos y en el caso de Lafayette que no tiene variedad de productos confeccionados.

## **6 ESTRATEGIAS DE MERCADO**

## **6.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO**

Color emotion es una empresa dedicada a la fabricación de indumentos, a base de textiles inteligentes cromatóforos que reaccionan a las feromonas del cuerpo humano, según los cambios de humor o las emociones del mismo expresándolas a través de un color respectivo por cada emoción.

Para su comercialización se establecerán las ventas por internet y se buscarán vínculos con diseñadores expertos en textiles inteligentes, vincularnos con personas que deseen ser socios capitalistas de este proyecto.

Este producto será usado por personas que no le teman al cambio y que estén dispuestos a expresarse a través de su ropa, que les guste ayudar a los demás ya que comprando en nuestras tiendas podan aportar su granito de arena a clínicas psiquiátricas que se dedican a la ayuda de jóvenes con algún trastorno psicológico.

La proyección de esta empresa es obtener apoyo financiero para empezar la investigación de creación de este textil cromatóforo que revolucionara el mundo de la moda llenándola de emociones.

El producto contará con una etiqueta, donde se indicará el nombre, logo, la talla y sus precauciones de lavado una pequeña descripción del cuidado para la conservación de las propiedades del textil.

En pro de apoyar el ambiente y tener conciencia ambiental utilizaremos los retazos o residuos textiles para confeccionar el empaque de las prendas, estas bolsas o empaques serán reutilizables, y si vuelves con tu bolsa por otro producto ganaras un pin con la representación

de una emoción, que serán coleccionables.

## **6.2 PROPUESTA DE VALOR**

- Los productos que ofrece la marca cambian de color según las emociones.
- Tiene alianzas con Clínicas psiquiátricas para ayudarlas con un aporte económico mejorando la calidad de vida de sus pacientes.

## **6.3 ANALISIS DOFA**

### **DEBILIDADES**

- Al ser una marca nueva no tiene reconocimiento en el mercado.
- Falta de conocimiento en materias de transformación textil.
- Aparición de réplicas de mi producto a menor precio.
- Competencias cercanas donde se ubique futuramente mi empresa física.

### **OPORTUNIDADES**

- La competencia al ser reconocida maneja precios de sus productos a más alto costo, mi empresa puede manejar los mismos estándares de calidad a más bajo

costo.

- Al iniciar, el uso de ofertas puede favorecer el incremento de mi clientela y su futura fidelización a la marca.
- La empresa al no contar con tienda física inicialmente ahorra en gastos y puede invertir en más investigación de innovación textil o en mayor producción.
- Al tener venta online puede ampliarse la difusión de la empresa a través de las redes sociales y medios de comunicación más frecuentes ya que estamos en el bum de la era digital y hoy te enteras más rápido de lo que pasa en el mundo a través de estos medios.

## **FORTALEZAS**

- El valor agregado de mi producto analizando las emociones a través de las feromonas transmitiéndolas a partir de un color diferente para cada emoción humana.
- El apoyo de una experta en el ámbito de finanzas (contadora pública profesional) que puede ser útil a la hora de la legalización de mi empresa y como posicionarme con una economía estable para seguir compitiendo en el mercado.
- Al tener conocimiento en diseño puedo saber que está en tendencia que es lo que más usa mi consumidor, cuáles son sus hábitos, que lugares frecuenta, así dar un

valor diferenciador en las prendas que realice y estas puedan adecuarse a las necesidades del usuario al que me estoy dirigiendo.

- Aprovechando el conocimiento adquirido en los diferentes lugares donde he aprendido (SENA, Área Andina) puedo combinar las habilidades técnicas e intuitivas obtenidas para exigir un buen proceso de manufacturas, terminados, correspondientes al diseño y al ADN de mi marca.

### **AMENAZAS**

- No tener el apoyo financiero necesario para iniciar mi empresa.
- No poder adquirir apoyos gubernamentales porque mi idea de negocio no les sea factible.
- Tener dificultades para encontrar personal que tenga buenos procesos de manufactura y acabados.
- El sector económico decaiga y afecte el ritmo de mis ventas.

### **DOFA CRUZADO**



DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p data-bbox="193 331 347 432">OPORTUNIDADES</p>	<p data-bbox="347 271 927 488">Al unir el valor agregado de mi producto (cambio de color según las emociones) con bajos costos, pero estándares altos de calidad al no ser reconocida puede ser un plus para el crecimiento temprano de la empresa por apostar a la innovación.</p> <p data-bbox="347 495 927 667">Al tener de mi lado el apoyo de una contadora profesional puede favorecer mi economía al ayudarme con estrategias como ofertas que impulsen el crecimiento de la entidad.</p> <p data-bbox="347 674 927 1003">Al tener conocimientos en el área de diseño me ayuda a identificar más fácil las tendencias y que es lo que necesita mi cliente e inicialmente puedo aprovechar al no tener tienda física para invertir en investigación y estar en constante innovación, para nunca perder la atención del cliente y por el contrario volverlo fiel a la marca.</p> <p data-bbox="347 1010 927 1440">Aprovechar los conocimientos adquiridos, a través de las habilidades como la intuición y la técnica para exigir calidad en los procesos de producción y así mismo utilizar la venta online y los medios de publicidad para que reconozcan una marca con la plena certeza de que si compras con nosotros de forma online te estas llevando un producto de la misma calidad que el que puedes comprar en la tienda física, apostando por un cliente satisfecho que futuramente será un usuario fiel a la marca.</p>	<p data-bbox="927 271 1522 409">Hacer estrategias de mercadeo y publicidad (el uso de difusión a través de redes sociales y ofertas) para tener mayor reconocimiento en el mercado.</p> <p data-bbox="927 416 1522 488">Buscar alianzas con un experto en diseño textil y transformación de textiles inteligentes.</p> <p data-bbox="927 495 1522 633">Fortalecer mi Good Will para fidelizar a mi cliente, que al momento en que aparezca una copia o replica de mi producto no me afecte por el contrario me fortalezca.</p> <p data-bbox="927 640 1522 813">Cuando mi empresa se consolide futuramente aspiro a tener mi tienda física y que el reconocimiento de mi empresa ya este establecido para que la competencia no disminuya el consumo de mi usuario.</p>

<p>AMEN AZAS</p>	<p>Buscar apoyo económico de inversionistas que se interesen en proyectos como el mío para que inviertan capital convirtiéndose en socios y así aprovechar estas alianzas para dar inicio a la empresa.</p> <p>Mejoras mi propuesta de valor en el proyecto y aplicar a apoyos futuros de la gobernación la estrategia es no desistir.</p> <p>Antes de lanzar evaluar el trabajo de varias personas o entidades manufactureras para saber cuál es la más cercana a los estándares de calidad por los que deseo reconozcan la empresa, y hacer estrategias de motivación ya sea aumento económico o bonificación para estimular su mejora laboral día a día.</p> <p>Tratar de tener un salvaguardo económico para que al momento de una crisis económica no nos veamos tan afectados y podamos sobrellevar la situación.</p>	<p>Buscar financiación de un socio capitalista e invertir en estrategias de publicidad para hacer conocer la empresa.</p> <p>Buscar alianzas con los apoyos gubernamentales fortaleciendo mi propuesta al mostrar que en mi grupo de trabajo habrá un experto en diseño textil con conocimiento en textiles inteligentes, que puede hacer surgir más rápido el proyecto.</p> <p>Al evaluar y motivar a las personas o entidades que ayuden con la manufactura y acabados de los productos los estándares de calidad aumentaran generando un Good Will y una futura fidelización del cliente.</p> <p>Al tener un salvaguardo económico a pesar de las altas y bajas de la economía ya es rentable la idea de invertir en una tienda física apostando que el reconocimiento adquirido de manera online permita que el cliente apueste por la calidad y comodidad que ofrece nuestro producto aprovechando también de nuestra tienda física.</p>
----------------------	---	---

*Tabla 2dofa cruzadoautoria propia*

## 6.4 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION

Canal de distribución directa, donde Color Emotion contará con la venta directa al cliente por medio de redes sociales y pagina web en donde encontraran nuestros productos.

#### **6.4.1 Alternativas de penetración del mercado**

Una estrategia para profundizar en el mercado, es la creación de una página web en donde aparecerá una información más detallada de los productos que se ofrecerán por parte de Color Emotion (el color que representara cada emoción, el cuidado que requiere la prenda para conservar las cualidades del textil, etc.) esta información será útil para nuestros clientes ya que esta página aparte de informativa contara con una tienda virtual de libre acceso.

#### **6.4.2 Alternativas de comercialización**

Una alternativa de comercialización es por medio de redes sociales y la página web, ya que, en este bum de la tecnología, estas son plataformas ágiles, efectivas y de fácil acceso para clientes interesados en las prendas que ofrecemos con estas innovadoras características.

Otra alternativa es una futura tienda física que se establecerá cuando la empresa sea reconocida en este mundo virtual y cuente con la fidelización de sus clientes.

#### **6.4.3 Distribución física**

El producto será enviado en bolsas a base de los residuos textiles e incluirá un pin con una emoción, y por cada compra recibirá un nuevo pin, esto será a nivel Bogotá, para envió a otras ciudades se enviará en cajas decoradas con una emoción y su color respectivo las cuales también serán coleccionables.

Cuando contemos con la tienda física y si llevas tu bolsa de emociones con los pines y has logrado coleccionarlos todos tendrás un descuento en tu próxima compra y podrás reclamar un accesorio gratis.

### **6.5 ESTRATEGIAS DE PRECIO**

Las estrategias de precios se realizan por medio del producto estándar, que maneja 5 emociones básicas (alegría, tristeza, ira, miedo y desagrado), documento que permite calcular todas las variantes del producto es decir ante más emociones mayor costo. El uso de este formato consiste en ingresar cada uno de los productos y el valor del mismo en el mercado nacional, el margen de error o variación y el porcentaje de costo de materia prima, como resultado le generara un valor unitario, un valor total, precio total de la manufactura y los acabados, costo total de los insumos, precio potencial de venta y precio total de la prenda.

Esta herramienta permite codificar los productos en números y letras, para desglosarlos y tener una visual de todo el panorama. De esta forma se pueden generar variaciones, interferencias y evaluación de promociones y descuentos de manera profesional y segura sin arriesgar pérdidas para el abastecimiento.

PRODUCTOS COLOR EMOTION				
PRENDAS	EMOCIONES	COSTOS DE PROCUACION	PRECIO MINIMO DE VENTA (PUNTO DE EQUILIBRIO)	PRECIO DE VENTA ESTABLECIDO
Blusas	Alegría, tristeza.	\$ 40.000	\$ 50.000	\$ 60.000
Chaquetas	Alegría, tristeza.	\$ 70.000	\$ 80.000	\$ 90.000
Pantalones	Alegría, tristeza.	\$ 30.000	\$ 40.000	\$ 50.000
Enterizos	Alegría, tristeza.	\$ 25.000	\$ 35.000	\$ 45.000
Faldas	Alegría, tristeza.	\$ 30.000	\$ 40.000	\$ 50.000
Shorts	Alegría, tristeza.	\$ 25.000	\$ 35.000	\$ 45.000

*Tabla 3 productos color emotion autoria propia*

## 6.6 ESTRATEGIAS DE PROMOCION

Una de las estrategias de promoción implementadas por Color Emotion, es que, por la compra de dos prendas, tendrá el 25% de descuento en la adquisición de la tercera, permitiéndonos llamar la atención del mercado y con ello lograr que nuestros clientes adquieran nuestros productos.

Se ofrecerán productos de alta calidad, pero a menores precios con relación a las marcas ya posicionadas en el mercado tales como NIKE, Lafayette, Adidas, permitiendo que nuestras prendas sean más accesibles al mercado, con el fin de ir posicionando nuestra marca y con ello poder lograr competir al mismo nivel de las marcas ya anteriormente mencionadas.

A nuestros 10 primeros clientes fidelizados, durante tres meses, se les otorgará un pase de ingreso a los diferentes eventos realizados con nuestra marca, entre ellos están los desfiles y lanzamientos de nuestras nuevas colecciones.

## **6.7 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN**

Inicialmente Color Emotion manejará sus ventas de forma online en su página web y las diferentes redes sociales, actualmente las ventas se manejan mediante este medio, gracias a la proliferación de los teléfonos inteligentes, y los avances tecnológicos los usuarios registrados en las redes sociales han ido cada vez más en aumento a nivel mundial y Colombia no es la excepción. De hecho, según un estudio realizado por la firma ComScore, el alcance del social media entre los colombianos (entendido como el sector que comprende redes sociales, blogs y demás espacios de interacción digital) es de 83,8%, (Republica, 2019) es de denotar que esta es una forma de mercadeo que no implica mayor costo y si llega a gran parte de la población, es una red interminable, de gran acceso.

Otra gran estrategia de comunicación es lograr establecer el reconocimiento de nuestra marca en el mercado, proceso que se realizará mediante la creación de pines, los cuales llevarán el logo de nuestra marca junto con la imagen de una emoción, estos pines serán coleccionables, estrategia que también logra aumentar nuestras ventas, al momento que estos

pines entren en la población, generaran en el publico el deseo de poseerlos, una vez adquieran estos pines, involuntariamente, las personas serán nuestra fuente de publicidad, logrando posicionar nuestra marca y permitiendo su reconocimiento, forma de publicitarnos de manera indirecta ante el público y el mercado.

## **6.8 ESTRATEGIAS DE SERVICIO**

### **6.8.1 Servicio Domicilio**

Nuestra empresa contara con envío de nuestro producto en un empaque o bolsa a base de residuos textiles, para optimizar en mejoras ambientales y no tener perdidas de productos estas bolsas vendrán acompañadas de un Pink representativo de cada emoción a mayor compra mas pines podrás coleccionar y decorar tus bosas de empaque que serán reutilizables eso en envíos a nivel Bogotá.

En cuanto envíos a otras ciudades el empaque baria a cajas decorativas con representación de las emociones, donde encontraras tu producto y un accesorio decorativo (manillas, esferos, raspe y gane de descuentos hasta del 10%, etc.) con las emociones o si deseas se adicionará el Pink de colección en ves del accesorio, o los dos si tu compra supera más de dos productos.

### **6.8.2 Formas de pago**

Se utilizarán las trasferencias bancarias buscaremos alianzas con Nequi y otras plataformas bancarias para facilitar los pagos de nuestros compradores que adquieran nuestros productos por nuestra página web o redes sociales.

## 6.9 ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO

Una de nuestras estrategias está enfocada hacia nuestro equipo de profesionales actualizados en lo referido en el manejo de textiles inteligentes, la idea es conformar un equipo de trabajo audaz, capaz y eficiente en el manejo de nuestros procesos de manufactura, otro punto es el precio de los materiales, la idea es que el costo de producción no sea tan elevado, ya que el propósito es vender nuestro producto a precios asequibles en el mercado, y de igual forma obtener una ganancia por cada venta, otra estrategia es optimizar los tiempos de producción en cada área, aquí es donde se comienzan a gestar las ventajas competitivas.

Otra estrategia es tener proveedores directos de insumos de confección.

TABLA COMPARATIVA DE PROVEEDORES		
PROVEEDORES	NOMBRE	VALOR UNT. Por producto
SINGER	Planas, fileteadora, collarin	P(\$1.500,000), F(1.800,000) y C(2.950,000)
A.G	Planas, fileteadora, collarin	P(\$1.180,000), F(1.459,900) y C(2.600,000)
MACOSER	Planas, fileteadora, collarin	P(\$1.100,000), F(1.400,000) y C(2.550,000)
HYS	Hilos e hilazas y accesorios	de 5000 a 10000 yardas y (tijeras, botones, etc)
PROARCOL	Hilos e hilazas y accesorios	de 5000 a 10000 yardas y (tijeras, botones, etc)
EL ADORNO	Hilos e hilazas y accesorios	de 5000 a 10000 yardas y (tijeras, botones, etc)
LAFAYETTE	Telas	un metro 2.497 y el royo 90.000
FACOL	Telas	un metro 2.219 y el royo 79.900
DALTEX S.A.S	Telas	un metro 2.000 y el royo 76688
COLTEJER	Telas	un metro 3.654 y el royo 110.000



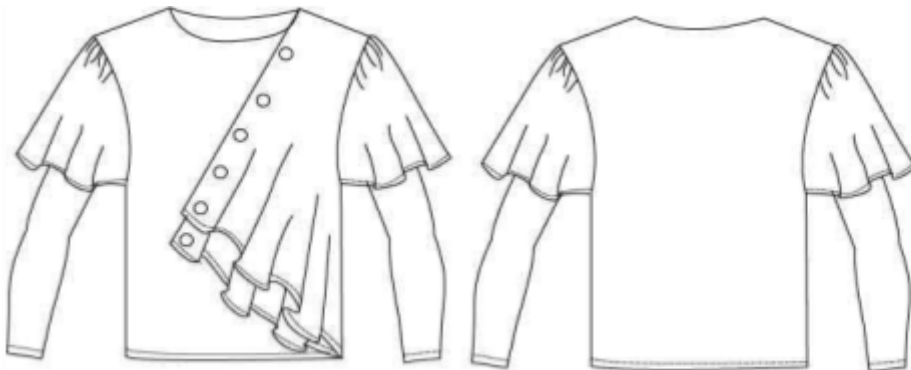
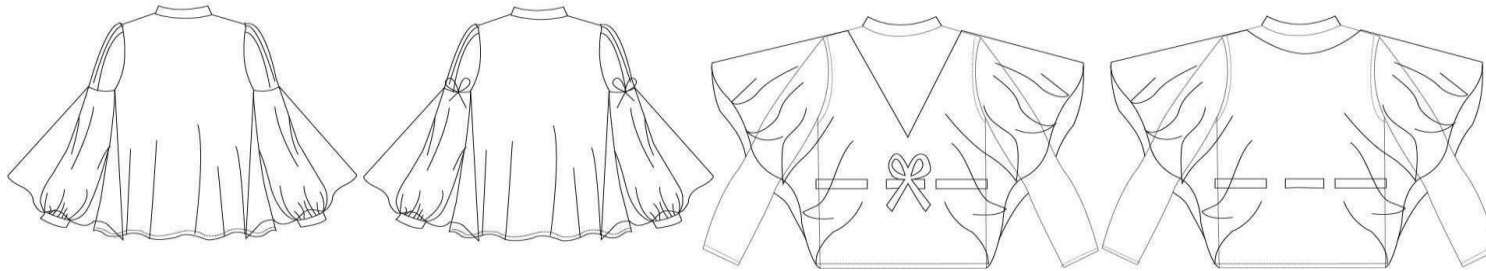
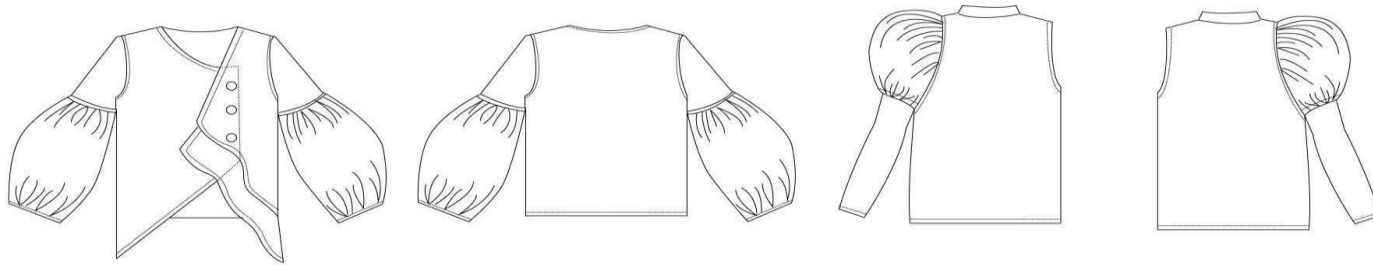


TABLA DE VENTAS FALDAS									
TIEMPO 1 AÑO					PERIODO TRIMESTRAL				
UNIDADES DE MEDIDA			UNIDADES		VALOR UNIDAD		VALOR ESTANDAR \$50.000		
	I TRIMESTRE		II TRIMESTRE		III TRIMESTRE		IV TRIMESTRE		
TIEMPO	UNIDADES	VALOR	UNIDADES	VALOR2	UNIDADES	VALOR3	UNIDADES	VALOR4	
1 SEMANA	10	\$ 500.000	30	\$ 1.500.000	40	\$ 2.000.000	60	\$ 3.000.000	
1 MES	40	\$ 2.000.000	120	\$ 6.000.000	160	\$ 8.000.000	240	\$ 12.000.000	
1 TRIMESTRE	120	\$ 6.000.000	360	\$ 18.000.000	480	\$ 24.000.000	720	\$ 36.000.000	
TOTAL UNIDADES AL AÑO	1680								
TOTAL INGRESO ANUAL	\$ 84.000.000								

Tabla 6 tabl de ventas faldas autoria propia

## 7 OPERATIVIDAD

### 7.1 COLECCIÓN

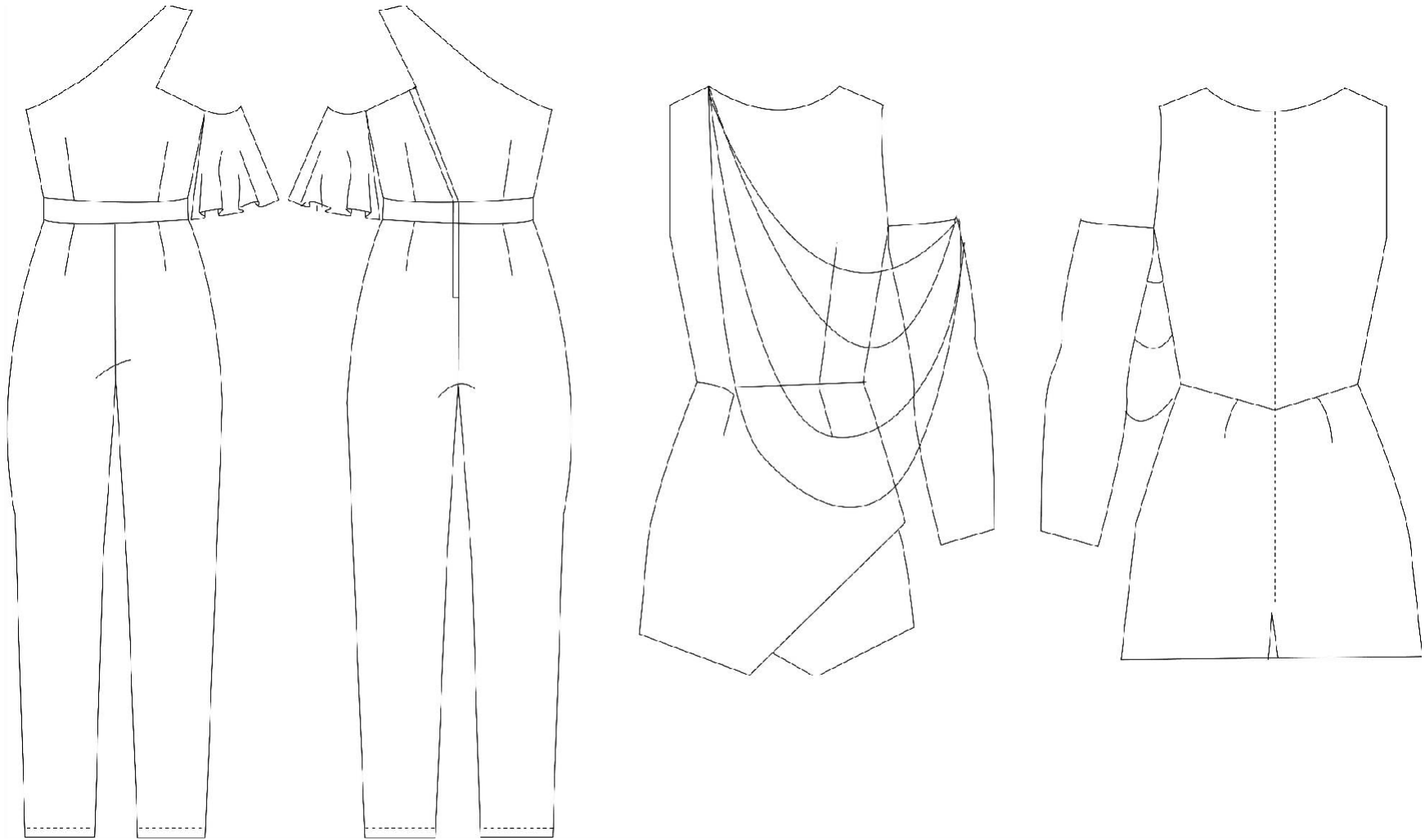




*Ilustración 20 chaquetas autoría propia*



*Ilustración 21 chaquetas autoria propia*



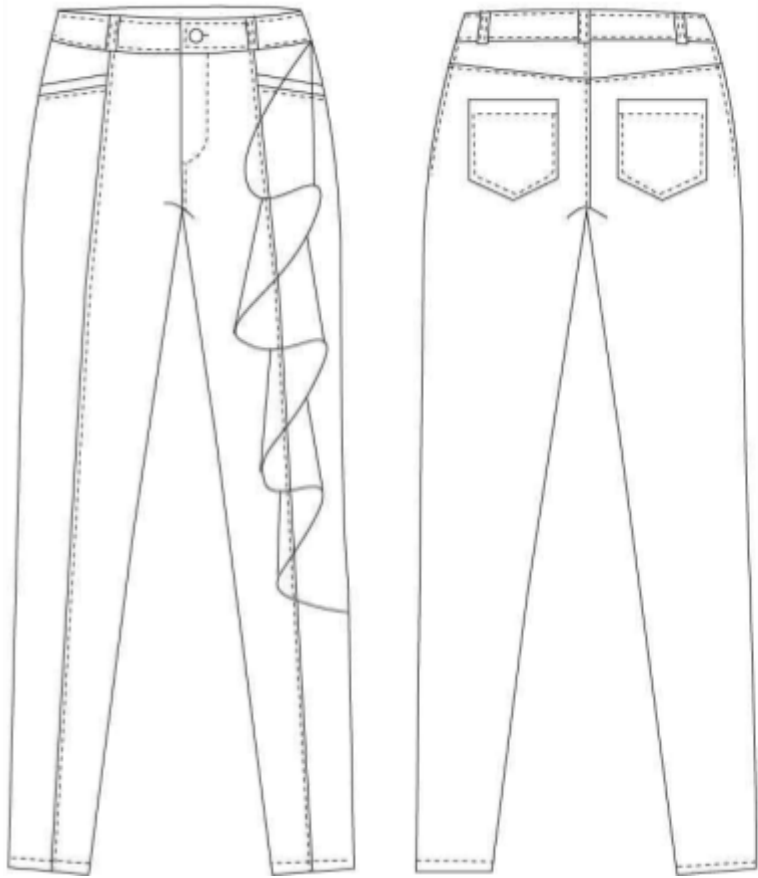
*Ilustración 22enterizos autoria propia*



*Ilustración 23faldas autoria propia*



*Ilustración 24pantalones autoria propia*



*Ilustración 25pantalon autoria propia*



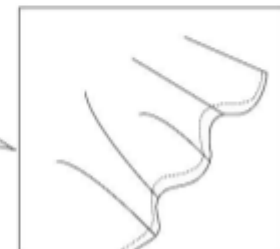
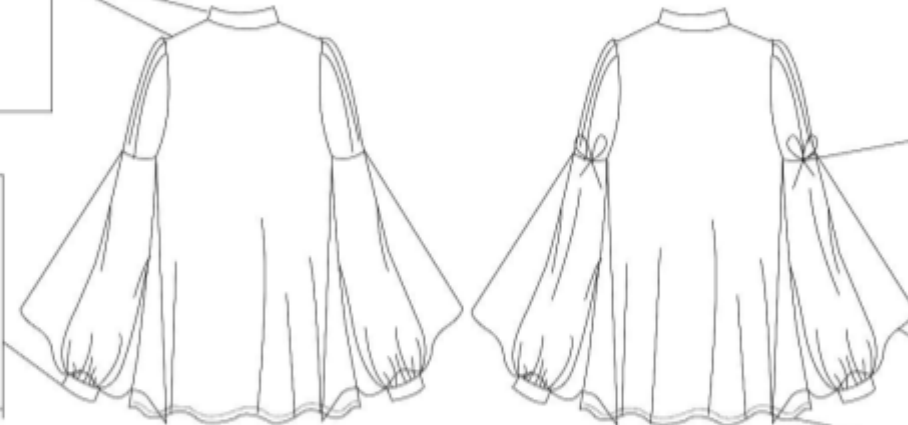
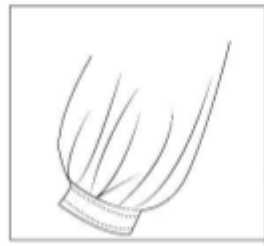
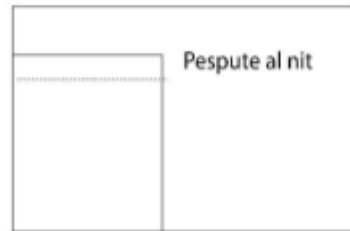




*Ilustración 26pantaloos autoria propia*

# FICHAS TECNICAS

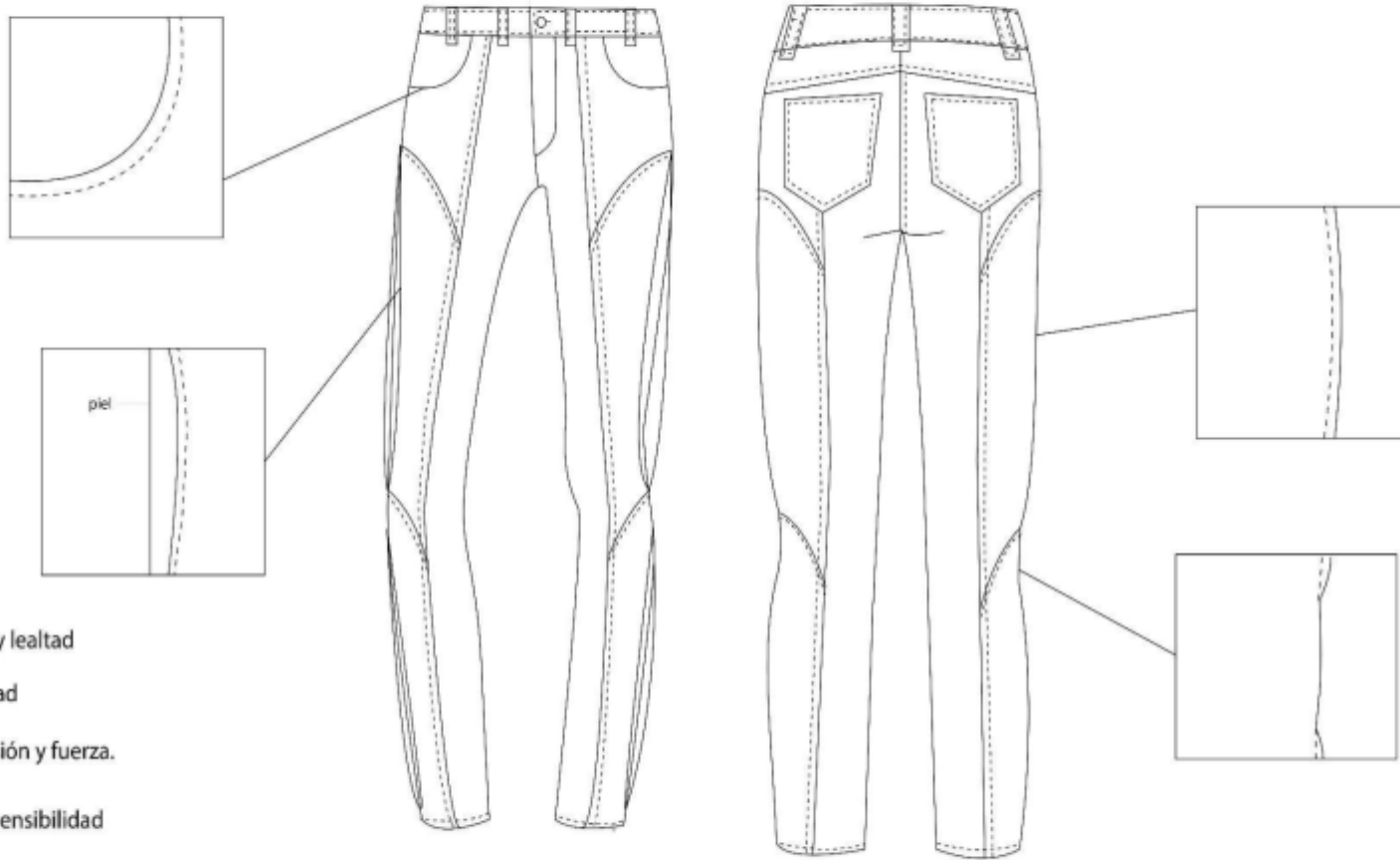
	ESTILO: PV01	PROVEEDOR:	TALLA BASE: M
	TALLA BASE: M	DISEÑADOR: INGRI RODRIGUEZ	CONJUNTO DE TALLAS: S,M,L,XL.
	TEMPORADA: PRIMAVERA/VERANO	CONTROL DE CALLIDAD: JOHANA GOMEZ	BASE DE PATRON: BLUSA CUELLO TORTUGA
CONFECCIÓN			



- Azul: Confianza y lealtad
- Amarillo: Felicidad
- Rojo: Peligro, pasión y fuerza.
- Violeta: Poder y sensibilidad
- Verde: Paz y satisfacción

	ESTILO: PV01	PROVEEDOR:	TALLA BASE: M
	TALLA BASE: M	DISEÑADOR: INGRI RODRIGUEZ	CONJUNTO DE TALLAS: S,M,L,XL.
	TEMPORADA: PRIMAVERA/VERANO	CONTROL DE CALIDAD: JOHANA GOMEZ	BASE DE PATRON: Pantalón con aberturas

CONFECCIÓN



- Azul: Confianza y lealtad
- Amarillo: Felicidad
- Rojo: Peligro, pasión y fuerza.
- Violeta: Poder y sensibilidad
- Verde: Paz y satisfacción

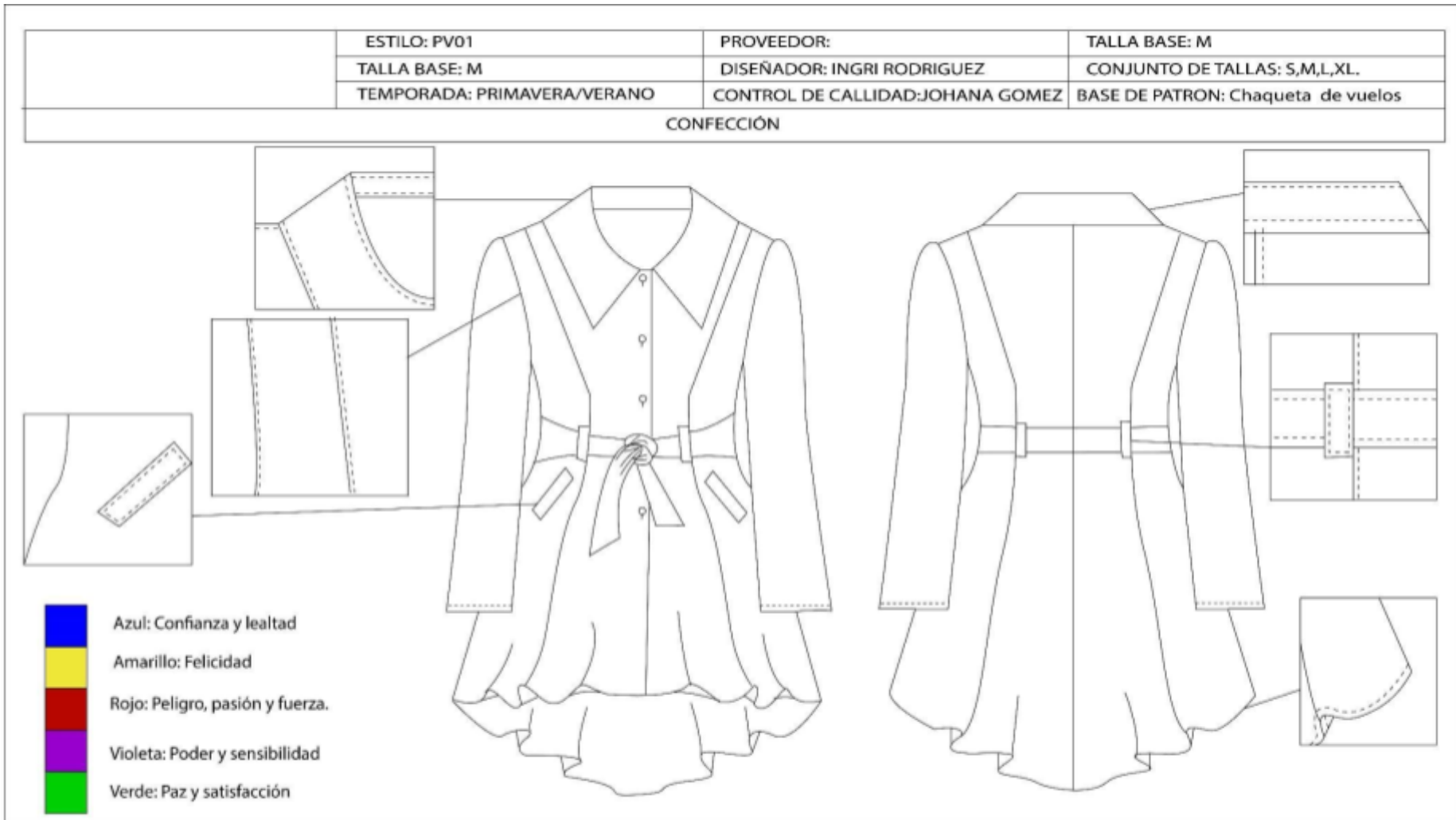


Tabla 9 fichas técnicas chaquetas utoria propia

	ESTILO: PV01	PROVEEDOR:	TALLA BASE: M
	TALLA BASE: M	DISEÑADOR: INGRI RODRIGUEZ	CONJUNTO DE TALLAS: S,M,L,XL.
	TEMPORADA: PRIMAVERA/VERANO	CONTROL DE CALIDAD: JOHANA GOMEZ	BASE DE PATRON: Enterizo falda pantalon
CONFECCIÓN			

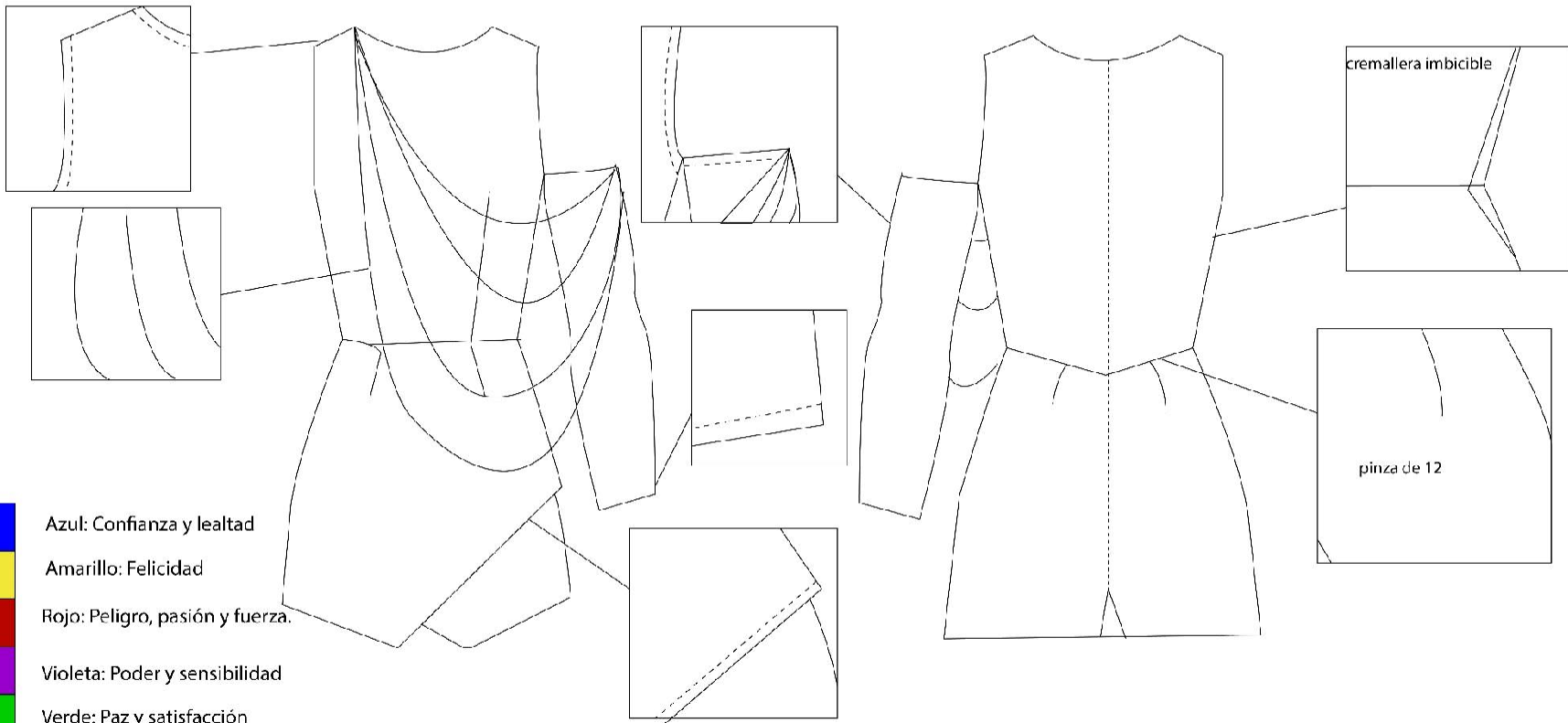


Tabla 10 fichas tecnicas enterizo autoria propia

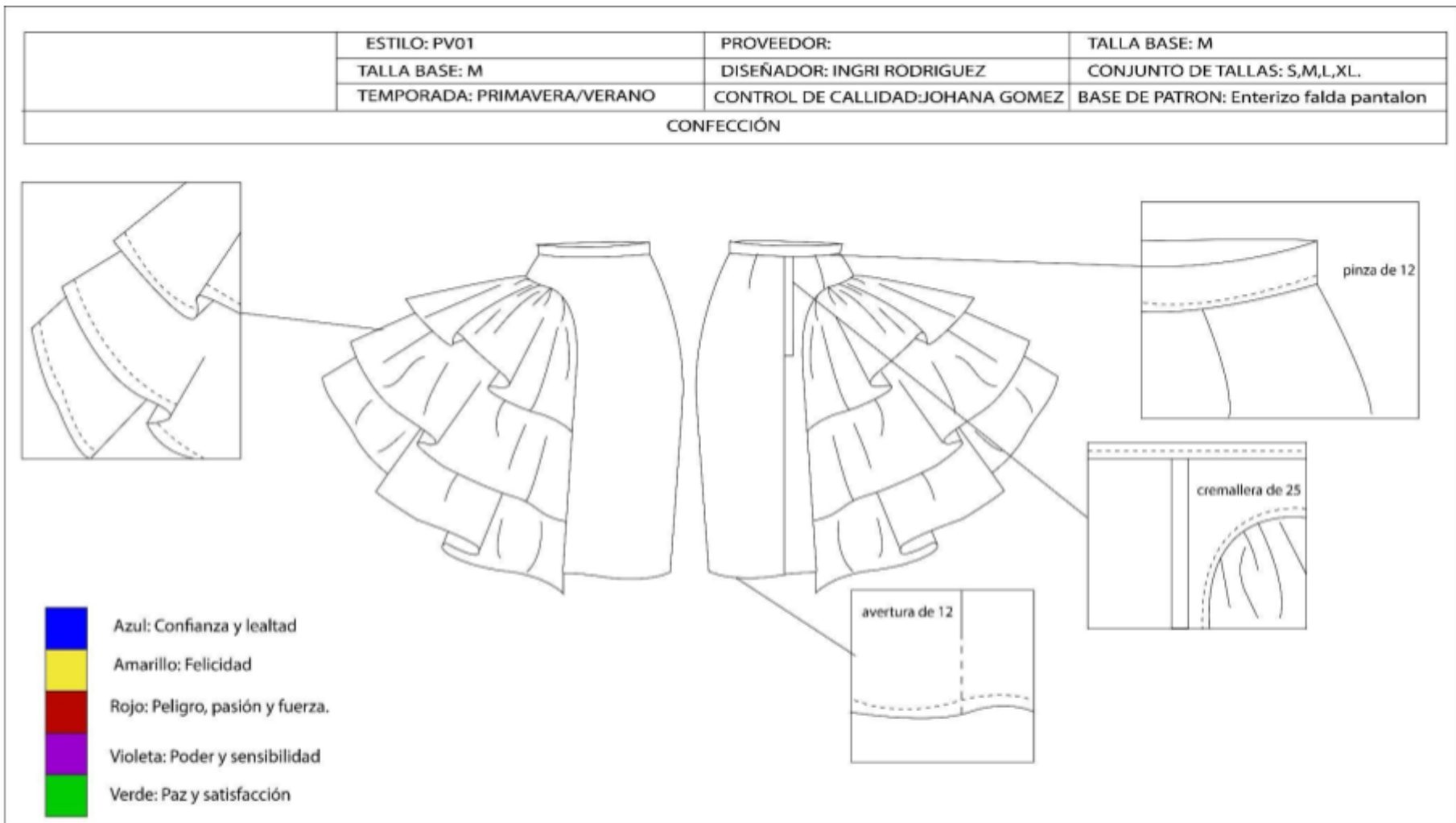


Tabla 11 ficha tecnica falda autoria propia

## 7.2 ESTADOS DE DESARROLLO



grafico 3 estado de desarrollo autoria propia

## 7.3 DIAGRAMA DE PROCESO

ORDEN OPERACIONAL / FLUJOGRAMA				
SIMBOLOGIA				





TABLA DE VENTAS FALDAS									
TIEMPO 1 AÑO					PERIODO TRIMESTRAL				
UNIDADES DE MEDIDA		UNIDADES			VALOR UNIDAD		VALOR ESTANDAR \$50.000		
	I TRIMESTRE		II TRIMESTRE		III TRIMESTRE		IV TRIMESTRE		
TIEMPO	UNIDADES	VALOR	UNIDADES	VALOR2	UNIDADES	VALOR3	UNIDADES	VALOR4	
1 SEMANA	10	\$ 500.000	30	\$ 1.500.000	40	\$ 2.000.000	60	\$ 3.000.000	
1 MES	40	\$ 2.000.000	120	\$ 6.000.000	160	\$ 8.000.000	240	\$ 12.000.000	
1 TRIMESTRE	120	\$ 6.000.000	360	\$ 18.000.000	480	\$ 24.000.000	720	\$ 36.000.000	
TOTAL UNIDADES AL AÑO	1680								
TOTAL INGRESO ANUAL	\$ 84.000.000								

Tabla 15plande ventas faldas autoria propia

#### 7.4.2 Plan de compras primer trimestre

PLAN DE COMPRA CHAQUETAS						
TIEMPO=1 AÑO						
Materia prima						
I trimestre						
Num.	Materia prima	unidad X M	precio X M	Cantidad trimetral X M	Valor total	Proveedor
1	gabardina	2,5	\$ 12.297	450	\$ 5.533.501,5	Mercado libre
2	forro	2,5	\$ 6.000	450	\$ 2.700.000,0	Mercado libre
3	hilo	2	\$ 3	360	\$ 943,2	Mercado libre
4	botones	4	\$ 14	720	\$ 9.842,4	TODOCOLECCION
5	satin	0,5	\$ 8.000	90	\$ 720.000,0	Mercado libre
6	Marquilla	1	\$ 299	180	\$ 53.820,0	Mercado libre
	TOTAL				\$ 9.018.107,1	

PLAN DE COMPRA BLUSAS						
TIEMPO=1 AÑO						
Materia prima						
I trimestre						
Num.	Materia prima	unidad X M	precio X M	Cantidad trimetral X M	Valor total	Proveedor
1	Seda	2	\$ 10.500	480	\$ 5.040.000,0	Mercado libre
2	Velo	0,40	\$ 6.000	96	\$ 576.000,0	Mercado libre
3	hilo	1,5	\$ 3	360	\$ 943,2	Mercado libre
4	cinta satinada	0,5	\$ 2.000	120	\$ 240.000,0	Mercado libre
5	Marquilla	1	\$ 299	240	\$ 71.760,0	Mercado libre
	TOTAL				\$ 5.928.703,2	

Tabla 17 plan de compras blusas primer trimestre autoria propia

PLAN DE COMPRA FALDAS						
TIEMPO=1 AÑO						
Materia prima						
I trimestre						
Num.	Materia prima	unidad X M	precio X M	Cantidad trimetral X M	Valor total	Proveedor
1	Scuba	0,70	\$ 11.000	84	\$ 924.000,0	Mercado libre
2	forro	0,60	\$ 6.000	72	\$ 432.000,0	Mercado libre
3	entretela	0,05	\$ 4.000	6	\$ 24.000,0	Mercado libre
4	hilo	1	\$ 3	120	\$ 360,0	Mercado libre
5	botones	1	\$ 14	120	\$ 1.640,4	TODOCOLECCION
6	cremallera	1	\$ 1.000	120	\$ 120.000	TODOCOLECCION
7	Marquilla	1	\$ 299	120	\$ 35.880,0	Mercado libre
	TOTAL				\$ 1.537.880,4	

### 7.4.3 Plan de compras segundo trimestre

PLAN DE COMPRA CHAQUETAS						
TIEMPO=1 AÑO						
Materia prima						
II trimestre						
Num.	Materia prima	unidad X M	precio X M	Cantidad trimetral X M	Valor total	Proveedor
1	gabardina	2,5	\$ 12.297	900	\$ 11.067.003,0	Mercado libre
2	forro	2,5	\$ 6.000	900	\$ 5.400.000,0	Mercado libre
3	hilo	2	\$ 3	720	\$ 1.886,4	Mercado libre
4	botones	4	\$ 14	1440	\$ 19.684,8	TODOCOLECCION
5	satin	0,5	\$ 8.000	180	\$ 1.440.000,0	Mercado libre
6	Marquilla	1	\$ 299	360	\$ 107.640,0	Mercado libre
	TOTAL				\$ 18.036.214,2	

Tabla 19 plan de compras chaquetas segundo trimestre autoria propia

PLAN DE COMPRA BLUSAS						
TIEMPO=1 AÑO						
Materia prima						
II trimestre						
Num.	Materia prima	unidad X M	precio X M	Cantidad trimetral X M	Valor total	Proveedor
1	Seda	2	\$ 10.500	960	\$ 10.080.000,0	Mercado libre
2	Velo	0,40	\$ 6.000	192	\$ 1.152.000,0	Mercado libre
3	hilo	1,5	\$ 3	720	\$ 1.886,4	Mercado libre
4	cinta satinada	0,5	\$ 2.000	240	\$ 480.000,0	Mercado libre
5	Marquilla	1	\$ 299	480	\$ 143.520,0	Mercado libre
	TOTAL				\$ 11.857.406,4	

PLAN DE COMPRA FALDAS						
TIEMPO=1 AÑO						
Materia prima						
II trimestre						
Num.	Materia prima	unidad X M	precio X M	Cantidad trimetral X M	Valor total	Proveedor
1	Scuba	0,70	\$ 11.000	252	\$ 2.772.000,0	Mercado libre
2	forro	0,60	\$ 6.000	216	\$ 1.296.000,0	Mercado libre
3	entretela	0,05	\$ 4.000	18	\$ 72.000,0	Mercado libre
4	hilo	1	\$ 3	360	\$ 1.080,0	Mercado libre
5	botones	1	\$ 14	360	\$ 4.921,2	TODOCOLECCION
6	cremallera	1	\$ 1.000	360	\$ 360.000	TODOCOLECCION
7	Marquilla	1	\$ 299	360	\$ 107.640,0	Mercado libre
	TOTAL				\$ 4.613.641,2	

Tabla 21 plan de compras faldas segundo trimestre

#### 7.4.4 Plan de compras tercer trimestre

PLAN DE COMPRA CHAQUETAS						
TIEMPO=1 AÑO						
Materia prima						
III trimestre						
Num.	Materia prima	unidad X M	precio X M	Cantidad trimetral X M	Valor total	Proveedor
1	gabardina	2,5	\$ 12.297	1500	\$ 18.445.005,0	Mercado libre
2	forro	2,5	\$ 6.000	1500	\$ 9.000.000,0	Mercado libre
3	hilo	2	\$ 3	1200	\$ 3.144,0	Mercado libre
4	botones	4	\$ 14	2400	\$ 32.808,0	TODOCOLECCION
5	satin	0,5	\$ 8.000	300	\$ 2.400.000,0	Mercado libre
6	Marquilla	1	\$ 299	600	\$ 179.400,0	Mercado libre
	TOTAL				\$ 30.060.357,0	

PLAN DE COMPRA BLUSAS						
TIEMPO=1 AÑO						
Materia prima						
III trimestre						
Num.	Materia prima	unidad X M	precio X M	Cantidad trimetral X M	Valor total	Proveedor
1	Seda	2	\$ 10.500	1440	\$ 15.120.000,0	Mercado libre
2	Velo	0,40	\$ 6.000	288	\$ 1.728.000,0	Mercado libre
3	hilo	1,5	\$ 3	1080	\$ 2.829,6	Mercado libre
4	cinta satinada	0,5	\$ 2.000	360	\$ 720.000,0	Mercado libre
5	Marquilla	1	\$ 299	720	\$ 215.280,0	Mercado libre
	TOTAL				\$ 17.786.109,6	

Tabla 23 plan de compras blusas tercer trimestre autoria propia

PLAN DE COMPRA FALDAS						
TIEMPO=1 AÑO						
Materia prima						
III trimestre						
Num.	Materia prima	unidad X M	precio X M	Cantidad trimetral X M	Valor total	Proveedor
1	Scuba	0,70	\$ 11.000	336	\$ 3.696.000,0	Mercado libre
2	forro	0,60	\$ 6.000	288	\$ 1.728.000,0	Mercado libre
3	entretela	0,05	\$ 4.000	24	\$ 96.000,0	Mercado libre
4	hilo	1	\$ 3	480	\$ 1.440,0	Mercado libre
5	botones	1	\$ 14	480	\$ 6.561,6	TODOCOLECCION
6	cremallera	1	\$ 1.000	480	\$ 480.000	TODOCOLECCION
7	Marquilla	1	\$ 299	480	\$ 143.520,0	Mercado libre
	TOTAL				\$ 6.151.521,6	

### 7.4.5 Plan de compras cuarto trimestre

PLAN DE COMPRA CHAQUETAS						
TIEMPO=1 AÑO						
Materia prima						
IV trimestre						
Num.	Materia prima	unidad X M	precio X M	Cantidad trimestral X M	Valor total	Proveedor
1	gabardina	2,5	\$ 12.297	2100	\$ 25.823.007,0	Mercado libre
2	forro	2,5	\$ 6.000	2100	\$ 12.600.000,0	Mercado libre
3	hilo	2	\$ 3	1680	\$ 4.401,6	Mercado libre
4	botones	4	\$ 14	3360	\$ 45.931,2	TODOCOLECCION
5	satin	0,5	\$ 8.000	420	\$ 3.360.000,0	Mercado libre
6	Marquilla	1	\$ 299	840	\$ 251.160,0	Mercado libre
	TOTAL				\$ 42.084.499,8	

PLAN DE COMPRA BLUSAS						
TIEMPO=1 AÑO						
Materia prima						
IV trimestre						
Num.	Materia prima	unidad X M	precio X M	Cantidad trimestral X M	Valor total	Proveedor
1	Seda	2	\$ 10.500	1920	\$ 20.160.000,0	Mercado libre
2	Velo	0,40	\$ 6.000	384	\$ 2.304.000,0	Mercado libre
3	hilo	1,5	\$ 3	1440	\$ 3.772,8	Mercado libre
4	cinta satinada	0,5	\$ 2.000	480	\$ 960.000,0	Mercado libre
5	Marquilla	1	\$ 299	960	\$ 287.040,0	Mercado libre
	TOTAL				\$ 23.714.812,8	

PLAN DE COMPRA FALDAS						
TIEMPO=1 AÑO						
Materia prima						
IV trimestre						
Num.	Materia prima	unidad X M	precio X M	Cantidad trimestral X M	Valor total	Proveedor
1	Scuba	0,70	\$ 11.000	504	\$ 5.544.000,0	Mercado libre
2	forro	0,60	\$ 6.000	432	\$ 2.592.000,0	Mercado libre
3	entretela	0,05	\$ 4.000	36	\$ 144.000,0	Mercado libre
4	hilo	1	\$ 3	720	\$ 2.160,0	Mercado libre
5	botones	1	\$ 14	720	\$ 9.842,4	TODOCOLECCION
6	cremallera	1	\$ 1.000	720	\$ 720.000	TODOCOLECCION
7	Marquilla	1	\$ 299	720	\$ 215.280,0	Mercado libre
	TOTAL				\$ 9.227.282,4	

Tabla 27 plan de compras faldas cuarto trimestre autoria propia

## 7.5 MACRO Y MICRO LOCALIZACION





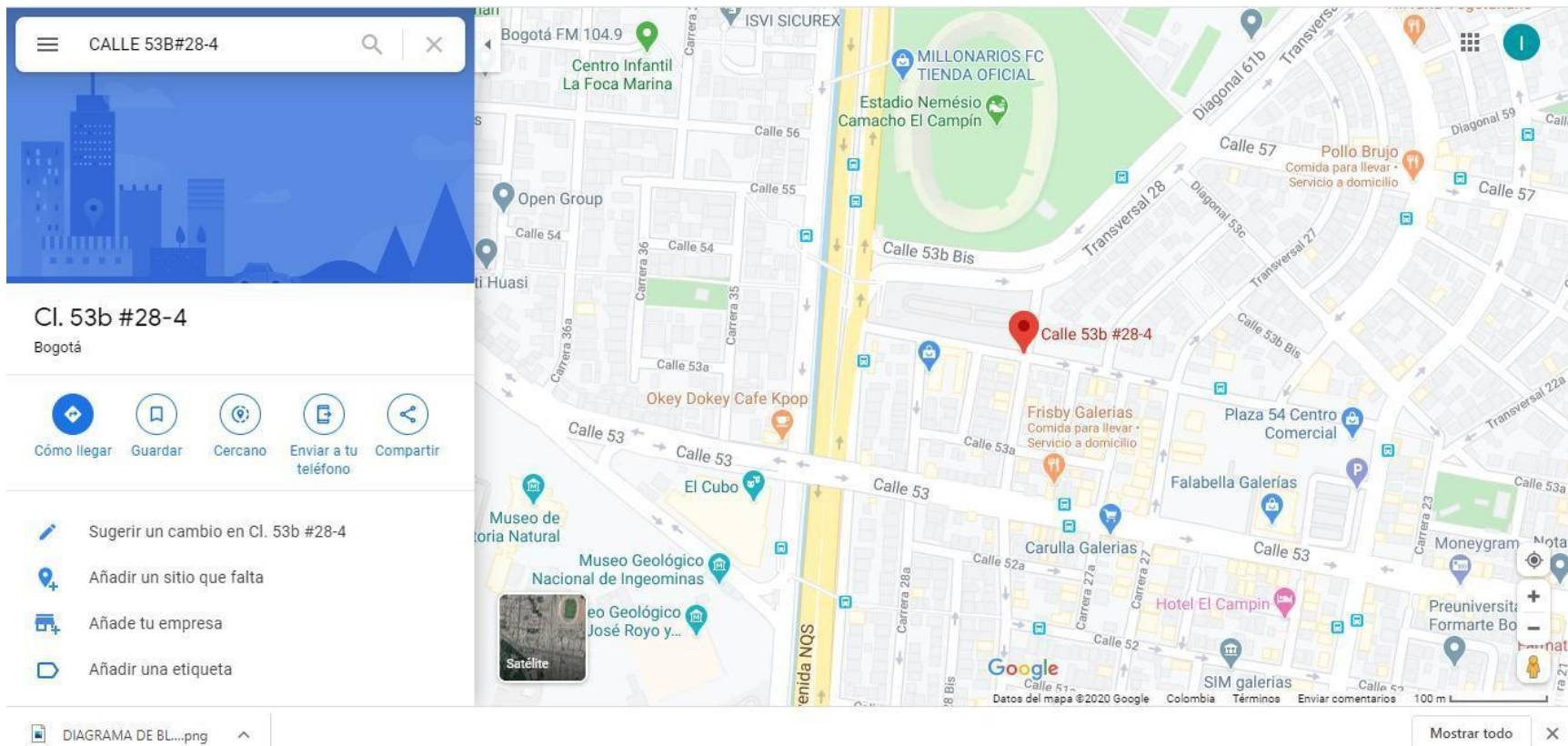


Ilustración 28 microlocalización google maps

## 8 INFRAESTRUCTURA

### 8.1 COTIZACION INFRAESTRUCTURA


COTIZACION INFRAESTRUCTURA OPERACIONAL			
MAQUINARIA // HERRAMIENTAS // EQUIPOS	CANTIDAD (unidades requeridas)	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
PLANA 	5	1.000.000	5.000.000
FILETEADORA 	3	1.100.000	3.300.000
COLLARIN 	2	4.999.900	9.999.800

<p>OJALADORA</p> <p><b>Máquina Ojaladora</b></p> 	2	6.509.000	13.018.000
<p>MESAS DE CORTE</p> 	2	400.000	800.000
<p>CORTADORA CIRCULAR</p> 	3	349.999	1.049.997
<p>TIJERAS</p> 	3	29.990	149.950
<p>CORTAHILOS</p>	5	2.000	10.000

			
<p>ABREOJALES</p> 	5	1.000	5.000
<p>HILO</p> 	6	2.600	15.600
<p>HILAZA</p> 	24	3.000	72,000

<p>BOTONES</p> 	90	2.400	216.000
<p>BOTON DE PRECION</p> 	25	3.000	75.000
<p>CREMALLERA</p> 	25	700	17.500
<p>CREMALLERA INVICIBLE</p> 	25	1.500	37.500

<p>AGUJA MAQUINA PLANA</p> 	10	3.500	35.000
<p>AGUJA FILETEADORA y OJALADORA</p> 	10	3.500	35.000
<p>AGUJA COLLARIN</p> 	4	3.500	14.000
TOTAL			33.850.347
COTIZACION INFRAESTRUCTURA ADMINISTRATIVA			

MAQUINARIA // HERRAMIENTAS // EQUIPOS	CANTIDAD (unidades requeridas)	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
MESA DE ESCRITORIO 	2	299.900	599.800
SILLA 	14	39.900	558.600
COMPUTADOR 	2	750.000	1.500.000
TOTAL			2.658.400
TOTAL DE INFRAESTRUCTURA			36.508.747

*Tabla 28 cotización de infraestructura autoría propia*

## 8.2 TABLA DESCRIPCION DE EQUIPO

TABLA DE FUNCION DE EQUIPOS
-----------------------------

MAQUINARIA // HERRAMIENTAS // EQUIPOS	DESCRIPCION
MAQUINA PLANA INDUSTRIAL	<p>Es una máquina que tiene como función entrelazar un hilo superior con un hilo inferior a través de una tela realizando una costura recta, se utiliza en el campo de la confección para realizar costuras básicas en la mayoría de las prendas.</p>
MAQUINA FILETIADORA INDUSTRIAL	<p>Es un mecanismo de entrelazamiento de un hilo y dos hilazas produciéndose así una costura tejida llamada de sobrehilado.</p> <p>Hay fileteadoras de 3,4 hilos se pueden coser polos, pijamas, ropa deportiva, camisas, vestidos todos en materiales livianos.</p> <p>Y de 5 hilos y con puntada de seguridad, con esta máquina se puede coser y filetear a la vez costuras de hombros, costados, colocar cuellos en suéteres, coser mangas.</p>
MAQUINA COLLARIN INDUSTRIAL	<p>Una máquina collarín es un mecanismo de entrelazamiento, que nos forma una puntada en cadeneta, trabaja con 2 o 3 agujas para manejar dos anchos de puntada.</p>
MAQUINA OJALADORA INDUSTRIAL	<p>La máquina ojaladora está diseñada para hacer ojales de diferentes tamaños y formas, en el caso del jean el ojal se hace en forma de lágrima.</p>



	Se acciona manualmente y el pedal solo se usa para frenar el ciclo.
CORTADORA CIRCULAR	Máquinas de cuchillas rotatorias, las cuales son adecuadas para cortes rectos o con curvas graduales. La máquina consta de un disco de 4 a 20cm de diámetro que al girar realiza el corte, con esta máquina se pueden cortar pliegos de tela con anchuras de hasta el 40% del diámetro del disco.

*Tabla 29 descripción de equipos autoría propia*

## **9 DISEÑO ORGANIZACIONAL**

## **9.1 FILOSOFIA ORGANIZACIONAL**

### **9.1.1 MISION**

Somos una empresa enfocada a la creación de textiles inteligentes, capaces de analizar, determinar y establecer las emociones según estímulos generados y emitidos derivados de las feromonas liberadas, por la persona que posea una prenda de la colección de Color Emotion. Trabajamos para satisfacer los estándares de calidad, basados en la capacidad innovadora, creativa y auténtica, a través de productos diferenciales, contando con un equipo comprometido y especializado en promover el desarrollo y crecimiento de nuestra entidad, en acción de un enfoque social y en pro de mejoras ambientales.

### **9.1.2 VISION**

Ser una empresa consolidada, íntegra e innovadora tanto nacional como internacionalmente, especializada en la fabricación de prendas que cambian del color, instaurando a Color Emotion, como una empresa líder del mercado, capaz de romper límites y tendencias poco vistas y establecidas.

COLOR EMOTION será una empresa capaz de ofrecer al público y adquiriente algo más que textiles, una exposición a cambios y sensaciones poco experimentadas, un éxtasis de creación e innovación.

### **9.1.3 VALORES CORPORATIVOS**

- Innovación

Somos abiertos al cambio, competitividad, analíticos y creativos a partir de la investigación, buscando una mejora continua.

- Respeto

Respetamos y valoramos a cada miembro de nuestra empresa, cumpliendo con las normas y políticas internas, velando por el buen ambiente laboral.

- Calidad

Establecemos altos estándares, en nuestros procesos y productos con el fin de brindar altas cualidades dentro del mercado.

- Responsabilidad social y cultural

Generar productos en pro de mejoras ambientales donde aumente la calidad de vida de nuestros clientes a través de crecimiento económico y social.

#### **9.1.4 VALORES DE MACA**

RESPETO

AMISTAD



*Ilustración 29 amistad <https://www.psicologia-online.com/que-es-la-amistad-verdadera-4632.html>*

*Ilustración 30 respeto <https://quesignificado.com/respeto/>*

## IDENTIDAD

## APOYO



*Ilustración 31 apoyo <https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/apoyo-empresariado-colombianos-500697>*

*Ilustración 32 identidad <https://concepto.de/identidad/>*

## 9.1.5 POLITICAS EMPRESARIALES

### 9.1.5.1 BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA

Todos los empleados deben registrarse por la Ley N° 29783 Ley de Seguridad y Salud en el

Trabajo, a implementar y enunciar una Política de Seguridad y Salud en el Trabajo, firmada por el propietario, el director o la alta dirección.

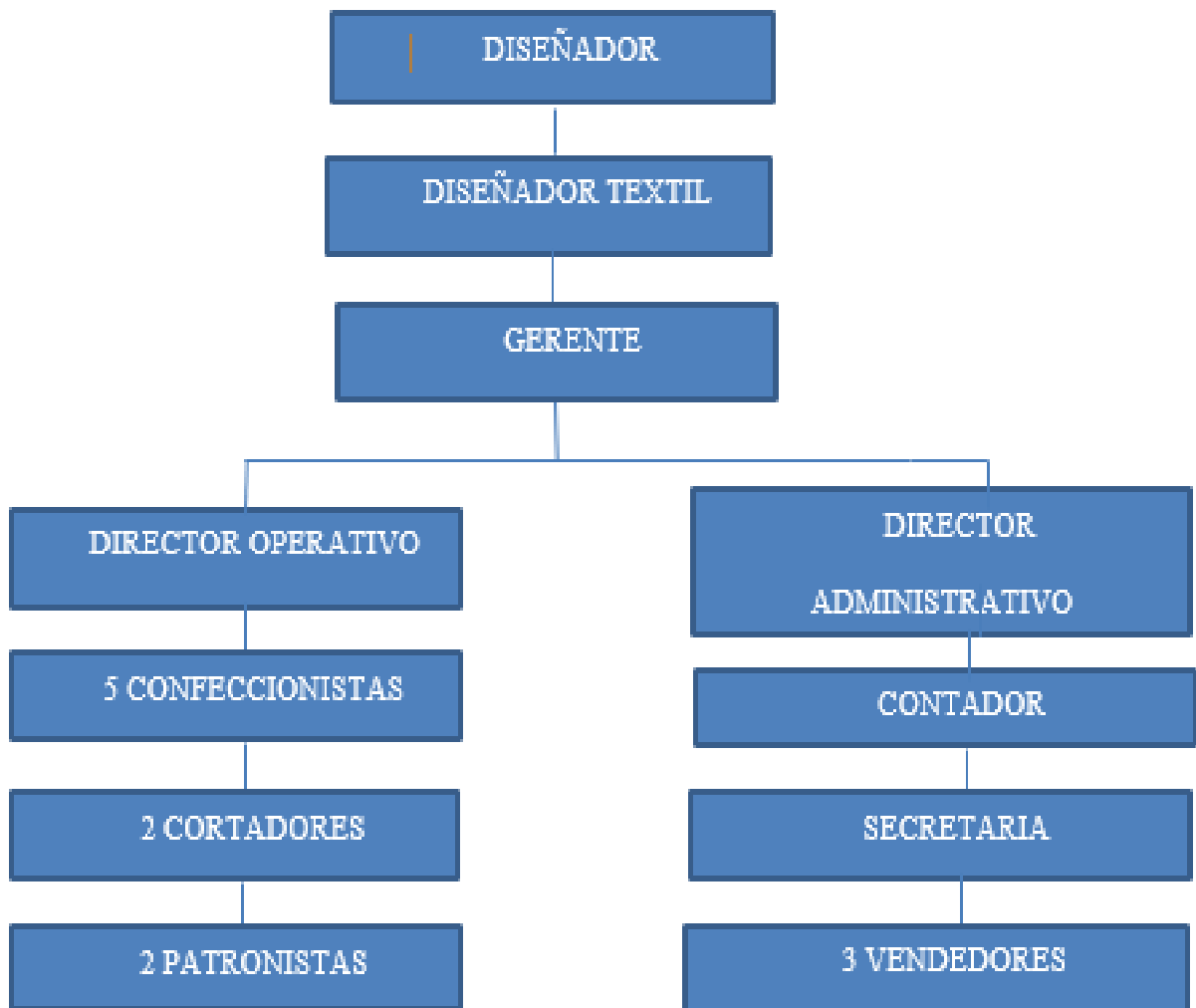
#### **9.1.5.2 CODIGO DE VESTIMENTA**

Para las confeccionistas, deben usar cofias, tapabocas, bata y zapatillas antideslizantes, las cortadoras tendrán que usar guantes de seguridad al usar la cortadora circular, los administrativos manejaran uniforme formal los hombres traje, las mujeres conjunto sastre de falda, los gerentes y de rango superior podrán estar sin uniforme pero con ropa acorde a su cargo, y las vendedoras usaran una blusa en tonos neutros, en la que solo la marca de la blusa cambiara de color, el pantalón será beige y zapatillas antideslizantes.

#### **9.1.5.3 CONFIDENCIALIDAD**

Los empleados de COLOR EMOTION a su ingreso adquieren un contrato de confidencialidad que los obliga a mantener la información a la que tengan acceso en los procesos internos como fórmula de los textiles inteligentes, clientes entre otros en secreto. En virtud de la cual estará facultado para solicitar indemnización por los daños y perjuicios que se causen por la publicación de la información sin su autorización.

## 9.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



*grafico 4estructura organizacional autoria propia*

### 9.3 CARGOS, PERFILES Y FUNCIONES LABORALES

#### 9.3.1 TABLA DE FUNCION DE CARGOS

TABLA DE FUNCION DE CARGOS	
CARGO	FUNCION
DISEÑADOR	Crear las colecciones, dirigir la empresa, hacer las fichas técnicas.
DISEÑADOR TEXTIL	Crear el textil, dirigir la investigación textil de la empresa.
GERENTE	Crea las estrategias de dirección, organizar los recursos de la entidad, marcar el rumbo y el trabajo de la organización.
DIRECTOR ADMINISTRATIVO	Dirigir a los empleados administrativos de la empresa, distribuir las ordenes según el personal que tiene a su cargo, evaluar su labor.
DIRECTOR OPERATIVO	Dirigir a los empleados operativos de la empresa, distribuir las ordenes según el personal que tiene a su cargo y evaluar su labor.
CONTADOR	Manejar las finanzas de la empresa.
SECRETARIA	Realiza asistencia a los administrativos.
VENEDORES	Ofrecer los productos, asesorar al cliente, consolidar las ventas.
CONFECIONISTAS	Manufacturar los productos de las colecciones a lanzar por la empresa.
CORTADORES	Cortar los productos y prea listarlos para la confección.
PATRONISTAS	Hacer los moldes correspondientes a las fichas técnicas.

*Tabla 30funcion de cargos autoria propia*

#### 9.3.2 PERFILES LABORALES

##### **Diseñador**

- Título profesional en diseño de modas.
- Experiencia en dirección de empresas.
- Habilidades en creación de fichas técnicas.
- La destreza de resolver cualquier inconveniente que se presente en la empresa.

### **Diseñador textil**

- Título profesional en diseño textil.
- Experiencia en nanotecnología e intervención textil en creación textiles inteligentes.
- Habilidades en dirección de investigación textil.
- La destreza de resolver cualquier inconveniente que se presente en la investigación.

### **Gerente**

- Titulación universitaria Superior preferentemente Económicas o Administración de Empresas. -Estudios de especialización en Dirección Financiera.
- Experiencia en Gestión y dirección integral de negocios de moda (costes, compras, proveedores etc.)
- Capacidad de liderazgo.
- Experiencia en Gestión de Equipos.

### **Director administrativo**

- Formación superior en Administración de empresas, o carreras afines.
- Pensar con rapidez y mostrar iniciativa y seguridad.
- Tener habilidades para resolver problemas.
- Tener habilidades para gestionar presupuestos y recursos.



- Dos años de experiencia en cargos similares.
- Conocimientos de contabilidad, matemáticas financieras, legislación mercantil y fiscal, análisis de inversiones, mercados de capitales.

### **Director operativo**

- Formación superior en diseño de moda con enfoque en producción.
- Tener la capacidad de mantener la calma bajo presión.
- Ser capaz de organizarse y tomar decisiones con rapidez.
- Poseer habilidades para el trabajo en equipo.
- Poseer buenas habilidades comunicativas.
- Dos años de experiencia en cargos similares.
- Conocimientos de patronaje, corte y confección.

### **Contador**

- Formación superior en Contabilidad y finanzas.
- Manejar la parte financiera de la empresa.
- Firmar y declarar las rentas, el IVA, manejar todos los papeles legales de la parte financiera de la empresa.
- Dos años de experiencia.

### **Secretaria**

- Tecnólogo en administración de empresas.
- Un año de experiencia.
- Organizar los archivos.
- Estar en disposición de las indicaciones de sus superiores.

## **Vendedor**

- Experiencia en ventas de más de dos años.
- Experiencia en asesoramiento de imagen.
- Poseer habilidades para el trabajo en equipo.
- Poseer buenas habilidades comunicativas.
- Habilidades en cerrar negocios.

## **Confeccionistas**

- Tecnólogo en patronaje corte y confección.
- Experiencia de las de dos años en confección.
- Habilidades en acabados y destreza en resolver inconvenientes en el momento.
- Habilidades en trabajo en equipo.

## **Cortadora**

- Tecnólogo en patronaje corte y confección.
- Experiencia de las de dos años en confección.
- Habilidades en acabados y destreza en resolver inconvenientes en el momento.
- Habilidades en trabajo en equipo.

## **Patronista**

- Tecnólogo en patronaje corte y confección.
- Experiencia de las de dos años en confección.
- Habilidades en acabados y destreza en resolver inconvenientes en el momento.
- Habilidades en trabajo en equipo.

## **10 FORMULACION DE LA EMPRESA**

### **10.1 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

Color Emotion, es una empresa consolidada en la ciudad de Bogotá, Colombia a mediados del año 2020. Se rige por las Requisitos de carácter obligatorio según Decreto 1879 de 2008, adhiriendo sus políticas a las mismas.

### **10.2 SECTOR DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL**

Color Emotion es una empresa constituida como sociedad por acciones simplificada SAS y esta obligada a cumplir los siguientes requisitos.

### **10.2.1 Normas que rigen esta sociedad**

“Aspectos tributarios de la Sociedad por Acciones Simplificada – S.A.S

Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada S.A.S se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas, en especial respecto a la responsabilidad de la sociedad y los socios”. (Gerencie.com, 2020)

### **10.2.2 Obligaciones tributarias de las S.A.S.**

“Las S.A.S tienen las mismas obligaciones tributaria que cualquier otra sociedad comercial, sin tener tratamientos espaciales o diferenciados por simplemente ser una S.A.S y no ser una sociedad limitada u otra sociedad”. (Gerencie.com, 2020)

### **10.2.3 Características**

“Por lo anterior se puede resumir respecto a las sociedades por acciones simplificadas:

Son agentes de retención en la fuente a título de Renta, Iva, Ica, etc.

Son responsables del Iva en caso de realizar una actividad grada con este impuesto.

Son contribuyentes del impuesto a la renta del régimen ordinario.

Están obligados a expedir facturas.

Deben reportar información exógena.

Son responsables del impuesto de industria y comercio.

Deben pagar el impuesto predial.

Están obligados a llevar contabilidad.

Están obligados a tener revisor fiscal según el monto de sus ingresos o activos.

En fin, la SAS debe cumplir con todas las obligaciones propias de una empresa o persona jurídica como cualquier otra. Responsabilidad de los socios por las obligaciones tributarias de las S.A.S.

La S.A.S como cualquier otra persona jurídica puede quedar debiendo impuestos, intereses y sanciones, conceptos por los que debe responder a la sociedad como tal y no sus socios o su único socio cuando ese sea el caso.

Al respecto señala el segundo inciso del artículo primero de la ley 1258 de 2008, que creó la figura la sociedad por acciones simplificada:

“Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad”.

La norma, que es especial o particular, de forma expresa excluye a los socios de cualquier obligación tributaria de la SAS, exceptuando los previsto en el artículo 42 de la ley 1258, que se refiere a:

“Cuando se utilice la sociedad por acciones simplificada en fraude a la ley o en perjuicio de terceros, los accionistas y los administradores que hubieren realizado, participado o facilitado los actos defraudatorios, responderán solidariamente por las obligaciones nacidas de tales actos y por los perjuicios causados”.

Es decir que si la SAS deliberadamente defrauda a la Dian, los socios serán responsables solidarios por esas obligaciones defraudadas.

Por ejemplo, si la SAS implementa de forma sistemática una estrategia para evadir el Iva o el impuesto a la renta, se interpreta que ha sido utilizada para hacer fraude a la Dian, lo que convierte a sus socios en deudores solidarios por las obligaciones y deudas por impuestos que surjan de esa conducta”. (Gerencie.com, 2020)

## 10.2.4 Otros tipos de sociedad

Tipo Social	Sociedad Colectiva	Sociedad en Comandita Simple	Sociedad en Comandita por Acciones	Sociedad Anónima	Sociedad de Responsabilidad Limitada
Tipo de socios	Socios	Dos categorías de socios: a) colectivos o gestores: administran la sociedad b) comanditarios: no intervienen en la administración de la misma.	Dos categorías de socios: a) colectivos o gestores: administran la sociedad b) comanditarios: no intervienen en la administración de la misma.	Accionistas	Socios
Capital Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El capital se divide en partes de interés cuyo valor puede ser desigual.</li> <li>- Cada socio tiene un voto, sin importar el valor de su participación.</li> <li>- El aumento o disminución del capital social requiere reforma estatutaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El capital se divide en cuotas de igual calor que confieren un voto a cada una.</li> <li>- Se integra con los aportes de capital de los socios comanditarios y de los colectivos (si estos aportes existen).</li> <li>- El aumento o disminución del capital social requiere reforma estatutaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se integra con los aportes de capital de los socios comanditarios y de los colectivos (si estos aportes existen).</li> <li>- El capital se divide en acciones de igual valor.</li> <li>- El aumento del capital autorizado requiere reforma estatutaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El capital se divide en acciones de igual valor.</li> <li>- Las acciones en circulación corresponden al capital parado por los accionistas.</li> <li>- Se pueden emitir acciones privilegiadas, acciones de goce o industria, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, y bonos obligatoriamente convertibles en acciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El capital se divide en cuotas de igual valor.</li> <li>- El aumento o disminución del capital social requiere reforma estatutaria.</li> </ul>
Número de Socios o Accionistas	Número de Socios o Accionistas	Mínimo un socio gestor y máximo 25 socios comanditarios.	Mínimo un socio gestor y 5 comanditarios, y no hay límite máximo.	Mínimo 5 accionistas y no hay límite máximo.	Mínimo 2 socios y máximo 25.
Responsabilidad de los Socios	Solidaria e Ilimitada	Solidaria e Ilimitada la de los socios gestores.	Hasta el monto de sus aportes, la de los socios comanditarios.	Hasta el monto de sus aportes.	Hasta el monto de sus aportes.

Órganos Sociales	Junta de socios  Representante Legal	Junta de socios  Representante Legal	Asamblea de asociados  Representante Legal	Asamblea general de accionistas.  Junta de Socios  Representante Legal	Asamblea de socios  Representante Legal
Cesión de Participaciones Sociales	- Requiere autorización expresa de los consocios. - Requiere reforma estatutaria	- Los socios comanditarios pueden ceder sus cuotas libremente. - Los socios gestores requieren autorización expresa de los demás comanditarios. - Requiere reforma estatutaria.	- Las acciones son libremente negociables, salvo que se pacte derecho de preferencia. - No requiere reforma estatutaria.	- Las acciones son libremente negociables, salvo que se pacte derecho de preferencia. - No requiere reforma estatutaria.	- Existe derecho de preferencia. - No requiere reforma estatutaria.
Pago de Capital	En la escritura de constitución de la sociedad los socios se obligan a hacer un aporte.	Pagar la totalidad de capital en el momento de la constitución de la sociedad.	Suscribir el 50% del capital parte del capital suscrito, autorizado y pagar la tercera.	Suscribir el 50% del capital parte del capital suscrito, autorizado y pagar la tercera.	Pagar la totalidad del capital en el momento de la constitución de la sociedad
Revisor Fiscal	No Requiere	No Requiere	Requiere	Requiere	Requiere

Tabla 31 tipos de sociedad en Colombia pdf

### 10.3 CÓDIGO CIU

“CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME DE TODAS LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME DE TODAS LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS

408 741 7410 Actividades especializadas de diseño

Esta clase incluye: • El diseño de telas, prendas de vestir, calzado, joyas, muebles y otros artículos de decoración interior y de moda, así como de otros artículos personales y enseres domésticos. • El diseño industrial, es decir, creación y desarrollo de diseños y



especificaciones que optimizan la utilización, el valor y la apariencia 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 diseñadores gráficos. • Las actividades de decoradores de interiores. Esta clase excluye: • El diseño y la programación de páginas web. Se incluyen en la clase 6201, “Actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas)”. • Los diseños de ingeniería, es decir, la aplicación de las leyes físicas y principios de ingeniería en el diseño de máquinas, materiales, instrumentos, estructuras, procesos y sistemas. Se incluyen en la clase 7110, “Actividades de arquitectura e ingeniería y otras actividades conexas de consultoría técnica”. • El diseño de escenografías teatrales. Se incluye en la clase 9006, “Actividades teatrales””. (DANE, 2012)



Obligación e impresión e letra impresa los datos. No se admiten tachaduras ni enmendaduras. En los términos del artículo 284 del Decreto 019 de 2012 y 22 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada. En los términos del artículo 24 del Código de Comercio, la Cámara de Comercio podrá solicitar información adicional, durante el año y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos, para los fines propios de los registros públicos y su actualización.

**INFORMACIÓN FINANCIERA**

En los términos de la Ley, debe someterse del balance de apertura y de los Estados Financieros con fecha a 31 de diciembre del año anterior. Exprese los datos en pesos colombianos. (datos en millones)

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA		ESTADO DE RESULTADOS	
Activo Corriente	\$ 15.000.000	Ingresos Actividad Ordinaria	\$ _____
Activo No Corriente	\$ _____	Otros Ingresos	\$ _____
Activo Total	\$ _____	Costo de Ventas	\$ _____
Pasivo Corriente	\$ _____	Gastos Operacionales	\$ _____
Pasivo No Corriente	\$ _____	Otros Gastos	\$ _____
Pasivo Total	\$ _____	Gastos por Impuestos	\$ _____
Patrimonio Neto	\$ _____	Utilidad / Pérdida Operacional	\$ _____
Patrimonio + Pasivos	\$ 15.000.000	Resultado del Periodo	\$ _____
Balance Social (*)	\$ 15.000.000		

\* Si solamente si es Entidad con ánimo de lucro

(Revisar las instrucciones del formulario RUES) GRUPO RUT

COMPOSICIÓN DEL CAPITAL, EN CASO DE PERSONAS JURÍDICAS

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

**SI ES UNA EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO**

APORTE LABORAL	APORTE ACTIVO	APORTE LABORAL MINIMAL	APORTE EN DINERO	TOTAL APORTE
\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____
% _____	% _____	% _____	% _____	% _____

**REFERENCIAS - ENTIDADES DE CRÉDITO**

1. Nombre \_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_

2. Nombre \_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_

**REFERENCIAS - COMERCIALES**

1. Nombre \_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_

2. Nombre \_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_

**ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA**

CODIGO DEL ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA  OTRO CUÁL? \_\_\_\_\_

(Revisar las instrucciones del formulario RUES) NÚMERO DE EMPLEADOS

TIENE ESTABLECIMIENTOS, AGENCIAS O SUCURSALES: SI  NO  CUANTOS

TIENE LA ENTIDAD IMPLEMENTADO UN PROCESO DE INNOVACIÓN SI  NO

EMPRESA FAMILIAR (Informar solo 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	DIRECCIÓN	BARRIO	MUNICIPIO	DEPARTAMENTO	PAIS

**LEY 1780 DE 2016**

DECLARO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE CUMPLO CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LA LEY 1780 DE 2016 PARA ACCEDER A LOS BENEFICIOS DEL ARTÍCULO 3 SI  NO

SOLO EN CASO DE 1RA RENOVACIÓN Y HABIÉNDOSE ACORDADO A LOS BENEFICIOS DE LA LEY 1780 DE 2016 AL MOMENTO DE LA MATRÍCULA REAFIRMAR BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE MANTENGO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL NÚMERO 2.1.1.41 5.1. DEL ANEXO REGULATORIO DE LA LEY 1780 CUMPLIDO  NO CUMPLIDO

**PROTECCIÓN SOCIAL**

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

**TIPO DE APORTANTE (Marque con una X la casilla que corresponda)**

APORTANTE CON 200 O MÁS COLGATANES  CUENTA CON MENOS DE 200 COLGATANES  APORTANTE BENEFICIARIO DEL ARTÍCULO 3 DE LA LEY 1449 DE 2010  APORTANTE INDEPENDIENTE

El suscrito declara bajo la gravedad del juramento que la información reportada en este formulario y la documentación anexa es cierta, es verídica, exacta, completa, exacta.

Nombre de la Persona Natural o Representante legal de la Persona Jurídica **TERCERA**

Ingv. Liliana Rodríguez Gómez

Documento de identificación No 1075634215 C.C.  C.E.  T.I.  PASAPORTE

PAIS Colombia

Queda para uso exclusivo de la Cámara de Comercio  
Prima y sello de la Cámara de Comercio

Tabla 32 formulario camara de comercio <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Todo-sobre-renovaciones/Descargue-formularios>

## 10.5 REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO-RUT



DIAN POR UNA COLOMBIA MÁS JUSTA		Formulario del Registro Único Tributario			001	
3. Concepto <input checked="" type="checkbox"/> Inscripción				4. Número de formulario 14695143423		
Requisito necesario para la DIAN				 <small>9415770721040000100101 00000014695143423</small>		
5. Número de identificación Tributaria (NIT)		6. DV	12. Dirección seccional Impuestos de Renta		14. Rótulo electrónico 3 2	
IDENTIFICACIÓN						
24. Tipo de contribuyente Persona natural o sucesión líquida 2		25. Tipo de documento Cédula de Ciudadanía 1 3		26. Número de identificación 1 0 7 5 6 8 4 2 1 5		27. Fecha expedición 2 0 1 5 1 1 1 1
Lugar de expedición COLOMBIA		28. País 1 8 9	29. Departamento Cundinamarca 2 5		30. Ciudad/Municipio Zipaquirá 8 9 9	
31. Primer apellido RODRIGUEZ		32. Segundo apellido GOMEZ		33. Primer nombre INGRI		34. Otros nombres LICIANA
35. Razón social						
36. Nombre comercial						
37. Sigla						
UBICACIÓN						
38. País COLOMBIA 1 8 9		39. Departamento Cundinamarca 2 5		40. Ciudad/Municipio Zipaquirá 8 9 9		
41. Dirección principal KR 23 NO 11-47 T005 AP 502						
42. Correo electrónico inlirigo@gmail.com		43. Código postal		44. Teléfono 1 3 1 3 2 7 3 2 1 7 8		45. Teléfono 2 3 2 2 4 1 0 4 4 2 2
CLASIFICACIÓN						
Actividad principal			Actividad económica		Ocupación	
46. Código 7 4 1 0	47. Fecha inicio actividad 2 0 2 0 0 8 1 3	48. Código 3 2 9 0	49. Fecha inicio actividad 2 0 2 0 0 8 1 3	50. Código 1 2	51. Código	52. Número establecimiento
Responsabilidades, Calidades y Atributos						
53. Código 4 7						
47 - Régimen Simple de Tributación - SMT						
Obligados aduaneros				Exportadores		
54. Código 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20				55. Forma 56. Tipo Servicio 1 2 3 57. Modo 58. CPC		
<b>IMPORTANTE:</b> 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>PARA LOS REGISTROS DE LA DIAN</b>						
59. Anexos SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		60. No. de Folios		61. Fecha		
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 constar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso. Parágrafo de artículo 1.0.1.2.23 del Decreto 1703 de 2010. Firma del asociado:				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: 684. Nombre 685. Cargo		

Tabla 33RUT DIAN <https://www.dian.gov.co/>

## 10.6 ORGANIZACIÓN SAYCO-ACINPRO OSA

 <p>organización sayco-acinpro</p>	<h1 style="margin: 0;">Autodeclaración</h1>
---	---

Ciudad Bogotá, Fecha 13/06/2020  
 Señores  
**ORGANIZACIÓN SAYCO ACINPRO**  
 Ciudad

Cordial Saludo,

De la manera más atenta nos permitimos solicitar la Autorización de uso por la comunicación al público de obras musicales, y almacenamiento (reproducción/fijación) o grabación de fonogramas y videos musicales, a través de medios como la radio, televisión, equipos eléctricos, electrónicos o digitales conocidos o por conocerse y que sirvan para tal fin (Derechos de autor y conexos), que se cause en el negocio denominado Color Emotion, el cual abrirá sus puertas a partir de 13/06/2020, ubicado en Ternavilla, Barrio Saleros, de la Ciudad o Municipio Bogotá, en estrato 3 el cual ejerce la actividad de especializada en diseño de moda y consta de las siguientes características:

Colocar cantidad de medios en el establecimiento:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN - REPRODUCCIÓN - ALMACENAMIENTO			
RADIO	MINI COMPONENTE	ALMACENAMIENTO EXTERNO	
GRABADORA	ROCKOLA	IPOD - IPAD - TABLETAS	
EQUIPO DE SONIDO	VIDEO ROCKOLA	MUSICA AMBIENTAL	X
CONSOLA DE SONIDO	TELEVISION	OTROS:	
REPRODUCTOR CD - DVD	PROYECTOR O VIDEO BEAM	OTROS:	
REPRODUCTOR MP3 - MP4	COMPUTADOR (escritorio o portátil)	NINGUNO	

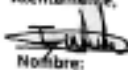
CAPACIDAD LOCATIVA			
AREA METROS CUADRADOS	No. PERSONAS	No. HABITACIONES	
No. SALAS DE ESPERA O COMUNES	No. SILLAS	No. CAMAS	
No. LOCALES COMERCIALES	No. BAFLES O PARLANTES	No. ESTRELLAS (Alojamiento)	
UTILIZA VIDEOS INSTITUCIONALES	SI NO UTILIZA VIDEOS MUSICALES	SI NO COSTO HABITACION (Miles \$)	

Declaro bajo la gravedad del juramento que lo antes manifestado es cierto y que conozco la existencia de las Leyes 23 de 1982, 44 de 1993 y la Decisión Andina 351 de 1993, que trata sobre los Derechos de Autor.

Yo Ingrí Lilianna Rodríguez Gómez autorizo a la Organización Sayco Acinpro de manera escrita y expresa, concreta, suficiente, voluntaria e informada, para que toda la información personal actual y la que se genera en el futuro fruto de las relaciones comerciales y/o contractuales establecidas en la Ley 23 de 1982 y 1808 del 2016, sea manejado en los términos de la Ley 1581 de 2012 referente al Tratamiento de datos personales.

Autorizo a la Organización Sayco Acinpro para que mis datos sean incorporados en un registro automatizado con una finalidad exclusivamente administrativa y en cumplimiento de mi objeto social.

De otra parte autorizo a la Organización Sayco Acinpro para que verifiquen la información del negocio consignada en este documento, si así lo considera, y en caso de no ser cierto lo aquí denunciado por mí, apruebo la recategorización de la tarifa del negocio con los datos reales plasmados en la visita.

Firmado en Bogotá a los 13 días del mes de Junio del año 2020  
 Atentamente,  
  
 Nombre:  
 C.C. o Nit: 1095684215  
 Dirección: Calle 53b # 28-4  
 Teléfono 1: 3132932196  
 Teléfono 2: 3224104422  
 Email (obligatoria): coloremotion@gmail.com

Versión	1	06/03/2017	F017 -RDC	Pág. 1
---------	---	------------	-----------	--------

Tabla 34 Sayco acimpro <http://www.osa.org.co/>

## 11 RESPONSABILIDAD SOCIAL

Color Emotion tiene muy claras sus responsabilidades sociales y trabajara de la mano con su entorno, tanto la comunidad como el medio ambiente.

- Reutilización de los empaques en donde irán los productos de Color Emotion
- El trabajo de la mano con fundaciones psiquiátricas para mejorar la calidad de vida de los pacientes, a las cuales ayudamos con un aporte económico por cada apoyo solidario de los clientes de Color Emotion.
- Tener un sistema de recolección residual eficiente donde se genere una fácil clasificación entre lo reutilizable y la basura.
- Participación en los simulacros organizados, por el estado, para la educación en situaciones de emergencia o catástrofe.
- Utilizar residuos de textiles reciclables para el empaque de los productos.

## **ANEXOS**

### **BRIEF DE COLOR EMOTION**

#### **1. DESCRIPCION DE LA EMPRESA**

Color emoción es una empresa que se crea a partir de la fabricación de prendas que cambian de color, por las emociones analizando las feromonas del cuerpo humano.

## 2. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocio para la marca Color Emotion que fabrica y comercializa prendas de vestir, en la línea femenina, a partir de textiles inteligentes que cambian de color a través las feromonas que libera el cuerpo humano analizando las emociones.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la gama de colores para definir los cambios de humor con base en la psicología del color.
  - Analizar empresas con proyectos en fibras textiles inteligentes que se asemejen al propósito de análisis textil de mi proyecto.
  - Prototipar una muestra de indumento con cambio de color con base en las feromonas humanas.
  - Crear una propuesta de inversión para hacer realidad la creación de este textil y así mejorar la comunicación interpersonal de manera más didáctica.

## 3. MISION

Somos una empresa enfocada a la creación de textiles inteligentes, capaces de analizar, determinar y establecer las emociones según estímulos generados y emitidos derivados de las feromonas liberadas, por la persona que posea una prenda de la colección de Color Emotion. Trabajamos para satisfacer los estándares de calidad, basados en la capacidad innovadora, creativa y autentica, a través de productos diferenciales, contando con un equipo comprometido y especializado en promover el desarrollo y crecimiento de nuestra entidad, en acción de un enfoque social y en pro de mejoras ambientales.

## 4. VISION

Ser una empresa consolidada, integra e innovadora tanto nacional como internacionalmente, especializada en la fabricación de prendas que cambian del color, instaurando a Color Emotion, como una empresa líder del mercado, capaz de romper límites y tendencias poco vistas y establecidas.

COLOR EMOTION será una empresa capaz de ofrecer al público y adquiriente algo más que textiles, una exposición a cambios y sensaciones poco experimentadas, un éxtasis de creación e innovación.

#### 5. PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA

Indumentos que cambien de color según las emociones es el producto a brindar Color emotion y servicio es la sensación de estabilidad emocional y ayuda de social de detección temprana a las personas con trastornos emocionales, facilitar la comunicación padres e hijos ayudándoles a entender a sus hijos en esta etapa adolescente creando estabilidad familiar emocional.

#### 6. MERCADO Y PÚBLICO OBJETIVO.

Mercado y público objetivo principalmente: ropa casual, el mundo street wear enfocado a personas de estrato medio, alto y mi público objetivo son los adolescentes.

#### 7. IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA

Competencia directa						
empre sa	productos	funcionami ento	Ubicaci on	imag en	costos	competen cia
koaj	Jean, blusas, camisas y camisetas, busos, etc	Se guían por el estilo de la ropa, lo que esté de moda.	Tienda física		Produc tos desde 50000 en adelante	Directa con productos
Falabella	Jean, blusas, camisas y camisetas, busos, etc	La presentación de las prendas en las tiendas	Tienda física página web		Produc tos desde 50000 en adelante	style
Sara	Jean, blusas,	La renovación de	Tienda física		Produc tos desde	style



	camisas y camisetas, busos, etc	la tienda oferta y promociones			50000 en adelante	
Adidas y Nike	Principalmente zapatos y ropa deportiva	No es tanto por lo funcional sino por el Good Will	Página web, tienda física		Productos desde 80000 en adelante	Estrategias de publicidad y mercadeo
Totto	Principalmente bolsos y ropa deportiva y jean wear	Múltiples tiendas en el mercado	Tienda física y online		Productos de 60000 en adelante	Good will y estándar de calidad por duración
Marcas pollito	Todo tipo de ropa	Múltiples tiendas ven el mercado	Tiendas físicas		Desde 6000 en adelante	Economía

*Tabla 35 competencia autoría propia*

## 8. ATRIBUTOS QUE SE QUIEREN RESALTAR DE LA EMPRESA

Atributos que se quiere resaltar el valor de la marca las emociones.

## 9. BENEFICIOS QUE DEBERÁN SER PERCIBIDOS POR EL CLIENTE.

Color emotion suple la necesidad que tienen las personas de expresarse y ser comprendidas aumentando la forma de comunicación, haciéndote la vida más fácil para que te puedas comunicar desde tu ropa y nuestro enfoque social al expresar lo que se siente con tu ropa podrás detectar si se repite o no una emoción y en los adolescentes poder ayudarlos a una mejor comunicación con sus padres, para disminuir las elevadas cifras de defisis de atención en jóvenes, tal vez salvando vidas y demostrándoles que la familia es la fuerza.

## 10. VALORES

Innovación

Somos abiertos al cambio, competitividad, analíticos y creativos a partir de la investigación, buscando una mejora continua.

- Respeto

Respetamos y valoramos a cada miembro de nuestra empresa, cumpliendo con las normas y políticas internas, velando por el buen ambiente laboral.

- Calidad

Establecemos altos estándares, en nuestros procesos y productos con el fin de brindar altas cualidades dentro del mercado.

- Responsabilidad social y cultural

Generar productos en pro de mejoras ambientales donde aumente la calidad de vida de nuestros clientes a través de crecimiento económico y social.

11. ¿CUÁL ES EL VALOR AGREGADO DE LA ORGANIZACIÓN Y DE LOS SERVICIOS QUE PRESTA, FRENTE A SU COMPETENCIA?

Mi valor diferenciador son las emociones.

12. ¿CÓMO QUIEREN VERSE A SÍ MISMOS?

Nos vemos como una gran empresa que se quiere consolidar en el mundo de la moda que cambia de color como una de las generadoras de comunicación más grandes a nivel Colombia y porque no internacional recuerden ¡¡el cielo es el limite!!!

13. ¿CÓMO QUIEREN SER RECORDADOS?

Como una gran diseñadora que logre mejorar la calidad de vida de sus clientes.


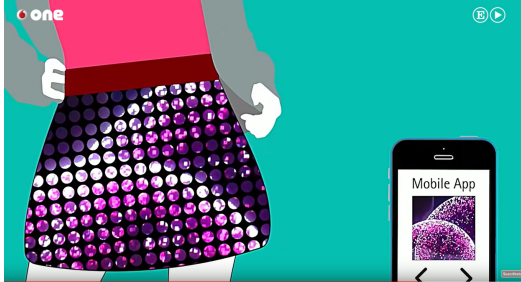


14. ¿QUIERE VER ENFATIZADA EN EL DISEÑO ALGUNA CARACTERÍSTICA GRÁFICA EN PARTICULAR?

Que las prendas tengan sublimación con imágenes que evoquen la tranquilidad.

15. ¿HAY ALGUNA IMAGEN O CONCEPTO QUE NO QUIERE VER INCLUIDA EN LA MARCA?

Yo creo que cosas que evoquen desunión no las quiero en mi marca.

16. ¿TIENE ALGUNA IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA DE REFERENCIA CON LA QUE SE IDENTIFIQUE?

COLOR EMOTION-aspiracionales			
EMPRESA	PRODUCTO	COSTO	PROTOTIPOS
S	S	S	
<a href="#">Vodafone</a>	<p>Ropa con sensores</p> <p>Ropas que cambian de color según una imagen a través de una APP</p>		 
<p>Babyglow</p> <p><a href="#">Javier Flores</a></p>	<p>Ropa que cambia de color cuando él bebe tiene fiebre</p>		 
COLOR EMOTION-competencia Latinoamérica			

Cocokrismx	Ropa que cambia de color según la temperatura		
Laila Páez	Ropa que cambia de color según el sol, permitiéndote saber cuándo son favorables los raios UV.		

Tabla 36 referencias corporativas autoria propia

17. ¿TIENE ALGÚN COLOR(ES) QUE QUISIERA QUE IDENTIFICARA LA MARCA?

Pues mi empresa tiene un enfoque multicolor, pero si tuviera que elegir sería el blanco que evoca tranquilidad que hacia donde quiero que mi cliente se dirija.

18. ¿CUÁL ES EL NOMBRE DE MARCA QUE USTED DESEA QUE IDENTIFIQUE A LA EMPRESA?

Color Emotion, aunque no sé si probar con conexión emocional.

19. ¿TIENE UN LEMA O UN ESLOGAN? ¿LE GUSTARÍA VERLO INCORPORADO CON EL LOGOTIPO?

Exprésate diferente

20. ¿HAY ALGÚN ESTILO GRÁFICO QUE LE GUSTE? (SI ES POSIBLE, POR

FAVOR INCLUIR LAS DIRECCIONES URL O NOMBRES DE LAS EMPRESAS.)

Me gustaría evocar a los caballos como símbolo de libertad emocional y traigo a colación Mario Hernández.

21. Sugerencias del cliente

Que pruebe la colección Color emotion y no tema a arriesgarse mostrando lo que lleva dentro con su ropa.

22. ¿QUÉ RECURSOS SE NECESITAN PARA LLEVAR A CABO EL PROYECTO?

Textiles inteligentes, procesos químicos y análisis científicos.

## **BIBLIOGRAFIA**

### **Bibliografía**

Allen, k. (s.f.). *entrepreneur*. Obtenido de entrepreneur.

*caracol radio*. (21 de 04 de 2017). Obtenido de caracol radio:

[https://caracol.com.co/radio/2017/04/21/economia/1492810249\\_022559.html](https://caracol.com.co/radio/2017/04/21/economia/1492810249_022559.html)

comestibles, s. (s.f.). *soya.aceites comestibles*. Obtenido de soya.aceites comestibles:

[https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/blog/docentes/trabajos/32140\\_110622.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/32140_110622.pdf)

DANE. (2012). *DANE*. Obtenido de DANE:

[http://recursos.ccb.org.co/ccb/flipbook/2012/cartilla\\_DANE\\_ciiu/files/assets/downloads/page0408.pdf](http://recursos.ccb.org.co/ccb/flipbook/2012/cartilla_DANE_ciiu/files/assets/downloads/page0408.pdf)

*el colombiano*. (s.f.). Obtenido de el colombiano:

<https://www.elcolombiano.com/negocios/empresas/sector-de-la-moda-reclama-ayuda-GB12646189>

Gerencie.com. (14 de 03 de 2020). *geencie*. Obtenido de gerencie:

<https://www.gerencie.com/aspectos-tributarios-de-la-sociedad-por-acciones-simplificada-s-a-s.html>

inteligentes, F. (09 de 09 de 2017). *Conformacion de telas*. Obtenido de Conformacion de

telas: <http://telasdja.blogspot.com/2017/09/fibras-inteligentes.html>

inteligentes, t. (s.f.). *fidi*. Obtenido de

[https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/blog/docentes/trabajos/32140\\_110622.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/32140_110622.pdf)

Journal, M. F. (17 de 12 de 2004). *El Tiempo*. Obtenido de El Tiempo:

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1546371>

Martín, J. R. (2007). los tejidos inteligentes y el desarrollo tecnologico de la industroa textil.

*COGITI*, todas.

oliveros, g. f. (24 de 6 de 2014). *la republica*. Obtenido de la republica:

<https://www.larepublica.co/empresas/empresas-enka-fabricato-protela-y-lycra-se-enfo-can-en-el-negocio-de-telas-tecnicas-2149441>

palermo, p. d. (s.f.). *fido palermo*. Obtenido de fido palermo:

[https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/blog/docentes/trabajos/32140\\_110622.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/32140_110622.pdf)

*semana*. (22 de 2 de 2020). Obtenido de semana:

<https://www.semana.com/economia/articulo/por-que-la-economia-colombiana-hoy-estan-cerrada-como-antes-de-la-apertura/653077>

*ué provoca el cambio de color en los camaleones*. (14 de 03 de 2005). Obtenido de 20

minutos:

<https://www.20minutos.es/noticia/2403361/0/camaleon/cambia-color/explicacion-cientifica/>