



**Estudio De Viabilidad Para La Producción Y Comercialización De Bolsos Ecológicos A  
Base De Yute “Producto Molan”**

**Cristian Camilo Rodríguez Hincapié**

**Angie Paola Pulga Leguizamón**

**Mg Freddy Sebastián Velandia Sanabria**

**Dirección Nacional UDCII**

**Unidad Para El Desarrollo De La Ciencia, La Investigación Y La Innovación**

**Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas**

**Universidad Antonio Nariño**

**09 de mayo Del 2022**



## Tabla de contenido

1. Introducción	11
2. Justificación	13
3. Antecedentes	16
4. Pregunta Problema y Objetivos	18
4.1 Pregunta problema	18
4.2 Objetivo general	18
4.3 Objetivos específicos	18
5. Descripción del negocio	19
5.1. Moda sostenible en Colombia	21
5.2. Que es un plan de negocio	22
5.3. Estructura de un plan de negocio	23
5.4. Creación de empresa en Colombia	23
5.5. Que es el modelo Canvas	27
5.6. A continuación, explicamos en resumen las 9 categorías del Modelo Canvas Los siguientes puntos se entienden de forma resumida las categorías planteadas en el modelo Canvas	29
5.7. ¿Que son los bolsos a base de yute?	30
5.8. Aspectos generales del mercado	33
6. Competidores América Latino	34
6.1 Ecuador	34
6.2 Brasil (Competidor de marca)	35
6.3 Ventaja competitiva	36
6.4 Competidores de producto	36



6.5	Análisis del consumidor	36
6.6	Objetivo encuesta	37
6.7	Análisis de encuesta	37
6.7.1	Tipo de muestreo no probabilístico	37
6.8	La encuesta	38
7.	Resultados	43
7.1	Cadena de Comercialización	48
8.	Control de calidad	49
9.	Plan financiero	51
9.1	hoja de costos producto “MOLAN”	52
9.2.	Situación financiera	58
9.3	Análisis de la situación actual de la empresa	61
9.4	Análisis de las proyecciones	63
9.5	Análisis de inversión	63
10.	Conclusiones y logros	65
11.	Referencias	67



## Lista de tablas

<b>Tabla 1</b> <i>A continuación se presenta la tabla de costos y descripción de los materiales principales</i>	43
<b>Tabla 2</b> <i>Descripción de los costos de la prenda</i>	44
<b>Tabla 3</b> <i>Cálculo de horas hombres trabajadas</i>	45
<b>Tabla 4</b> <i>Nomina</i>	45
<b>Tabla 5</b> <i>Provisión de prestaciones sociales</i>	46
<b>Tabla 6</b> <i>Seguridad social y parafiscales</i>	46
<b>Tabla 7</b> <i>Valor minuto mensual de operarios.</i>	47
<b>Tabla 8</b> <i>Valor minuto mensual de supervisor</i>	47
<b>Tabla 9</b> <i>Descripción de los costos de prenda</i>	47



## Lista de figuras

<b>Figura 1</b> <i>Mensaje de Flavia Santoro, presidenta de ProColombia.</i>	20
<b>Figura 2</b> <i>Modelo Canvas, ejemplo 1</i>	23
<b>Figura 3</b> <i>Modelo Canvas, ejemplo 2</i>	24
<b>Figura 4</b> <i>Modelo Canvas. Ejemplo 3</i>	24
<b>Figura 5</b> <i>Análisis por competencias en moda sostenible a nivel nacional</i>	28
<b>Figura 6.</b> <i>Genero</i>	38
<b>Figura 7</b> <i>Edad</i>	38
<b>Estrato</b> <i>Figura 8</i>	39
<b>Figura 9</b> <i>Inversión productos de reducción de impacto ambiental</i>	39
<b>Figura 10</b> <i>Cualidades del producto</i>	40
<b>Figura 11</b> <i>Razón de la compra</i>	41
<b>Figura 12</b> <i>Distribución</i>	41
<b>Figura 13</b> <i>Tiempo de adquisición</i>	42
<b>Figura 14</b> <i>Precio adquisición</i>	42
<b>Figura 15</b> <i>Cadena de comercialización</i>	43
<b>Figura 16</b>	49
<b>Figura 17</b> <i>Situación financiera de la empresa</i>	50
<b>Figura 18</b> <i>Análisis de inversión</i>	54



## Agradecimiento

Agradecemos a Dios Por permitirnos llegar hasta este punto tan importante ya que refleja un logro más para nuestra vida tanto personal como profesional, a nuestros padres los cuales han sido motivo de inspiración para llegar a este punto, a nuestros compañeros que han sido apoyo y motivación a lo largo de nuestra Carrera.

Agradecimiento especial a nuestros docentes en especial a nuestro Tutor FREDDY VELANDIA y Coordinador Alfredo Duran que con sus conocimientos y paciencia nos guiaron a lo largo de este proceso para culminar esta meta.

En último lugar y no menos importante a nuestra Universidad Antonio Nariño la cual nos abrió sus puertas y nos permitió compartir momentos de enseñanza y expandir nuestro conocimiento.

Cristian Camilo Rodríguez Hincapié

Angie Paola Pulga Leguizamón



## **Dedicatoria**

Este Proyecto se lo dedico principalmente a Dios por iluminar mi pensamiento y ponerme personas maravillosas en mi camino quienes han creído en mí siempre.

A mis padres y compañera de vida que nunca dejaron de apoyarme con sus sacrificios, esfuerzos, regaños y palabras de aliento que son de vital importancia para forjar un mejor futuro

A mis compañeros y amigos quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas apoyándome para que este sueño se hiciera realidad.

Cristian Camilo Rodríguez Hincapié



## **Dedicatoria**

Dedico esta tesis primordialmente a dios ya que ha sido guía y dueño de mis logros obtenidos a lo largo de mi vida y este no podía ser la excepción.

A mis padres, hermano y madrina que han sido la base fundamental para no desistir y seguir adelante con mi carrera porque han luchado conmigo a lo largo de mi vida y en muchas ocasiones se han sacrificado para que yo este donde estoy en estos momentos, son y serán siempre mi vida.

A mi hija porque es el motor e inspiración de este logro porque a través de la carrera me brindo una sonrisa y una voz de aliento, me enseñó que siempre se puede salir adelante a pesar de las dificultades que se pueden presentar.

A mi compañera y gran amiga July que me ha brindado una voz de aliento, que ha vivido conmigo a lo largo de la carrera y hoy podemos disfrutar este logro juntas.

A mi compañero de tesis Cristian porque más que ser un compañero fue la persona que lucho junto a mi para sacar adelante esta tesis, gracias por la paciencia y dedicación.

a todas las personas que de una u otra manera estuvieron a mi lado, que me enseñaron y me dieron ánimos. gracias a todos.

Angie Paola Pulga Leguizamón





## Resumen

En principio el fin de esta monografía es realizar el estudio de la factibilidad de la nueva línea de productos MOLAN de la empresa Fahyol el cual busca satisfacer las necesidades y gustos de las personas, se llevara a cabo por medio de un estudio financiero y de mercado a nivel nacional, de la cual se espera en una primera etapa su comercialización en el mercado local (Bogotá D.C), como una segunda etapa alcanzar una expansión regional (Colombia) y en una última etapa la exportación de este producto a nivel mundial. Todo lo anterior, cimentado en la calidad excelso del producto y la novedad en el material de manufactura ya que en su proceso de producción se maneja como material principal la tela a base de YUTE ; ya que es un textil 100% biodegradable y reciclable, por consiguiente, inocua para el medio ambiente (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura, 2022), además de ser fabricado casi que artesanalmente, situación que es muy apetecida en los mercados nacionales e internacionales. Como un plus adicional se tiene que el producto MOLAN es amigable con el medio ambiente, además de contar con una durabilidad y belleza en su diseño y acabado. Se espera se diversifique y expanda a otros tipos de accesorios para dama o caballero como lo pueden ser; billeteras, cinturones, pulseras, entre otros.

**Palabras claves:** Excelso, Textil, Manufactura, Biodegradable, Diversificación.



## Abstract

In principle, the of this monograph is to carry out the feasibility study of the new line of MOLAN products from the Fahyol company, which seeks to satisfy the needs and tastes of people, will be carried out through a financial and market study. at the national level, which is expected in a first stage to be commercialized in the local market (Bogotá D.C), as a second stage to achieve regional expansion (Colombia) and in a final stage the export of this product worldwide. All of the above, based on the excellent quality of the product and the novelty in the manufacturing material, since in its production process the JUTE-based fabric is used as the main material; since it is a 100% biodegradable and recyclable textile, therefore, harmless to the environment (United Nations Organization for Food and Agriculture, 2022), in addition to being manufactured almost by hand, a situation that is highly desired in the markets. National and international. As an additional plus, the MOLAN product is friendly to the environment, in addition to having durability and beauty in its design and finish.

It is expected to diversify and expand to other types of accessories for women or men, such as; wallets, belts, bracelets, among others.

**Key words:** Excellent, Textile, Manufacturing, Biodegradable, Diversification.



## 1. Introducción

Con esta monografía estamos incursionando en la economía de la moda sostenible la cual inicia a mediados de los años 80 y 90 la cual surge de la degradación del medio ambiente por el aumento del mal uso de la misma, según la ONU la industria de la moda es una de las más contaminantes del planeta y no solo por el tipo de materiales textiles que se emplean para la fabricación de las prendas de vestir, sino también por su producción rápida , masiva, y por las pocas éticas que son las condiciones laborales de este sector.

Dicha moda surge de las investigaciones sobre los impactos de las fibras utilizadas en las empresas conocidas como Patagonia y ESPRIT donde se lanzaron al mercado nuevos productos entre ellos el algodón orgánico, lana reciclada, lana procesada naturalmente, tintes de bajo impacto (Hisour Arte Cultura Historia, 2022).

De esta situación nace y se forma la idea de los negocios verdes donde ofertan algún tipo de bien o servicio que impactan y ayudan positivamente al medio ambiente para reducir la degradación del mismo.

En Colombia en el año 2012 se crea la oficina de negocios verdes y sostenibles , lo cual busca ayudar a las personas a emprender un negocio pero siendo consciente del medio ambiente ,surge el Programa de Biocomercio Sostenible se enmarca en el Plan Nacional de Negocios Verdes (2014), y se convierte en una estrategia que busca aprovechar las ventajas comparativas del país en cuanto a su biodiversidad, para facilitar la construcción colectiva de negocios sostenibles que sean competitivos y que propendan por la equidad y la justicia social.

Este tipo de ayudas nacionales y proyectos privados tienen un propósito con misión y visión clara con el objetivo de reducir la cantidad de residuos los cuales generan contaminación,



conservación del medio ambiente, coste económico en la elaboración de nuevos productos, sensibilización y compromiso de la población hacia el medio ambiente con un consumo responsable (Programa de Biocomercio Sostenible, 2022).



## 2. Justificación

Este presente trabajo se desarrolla para obtener el Título Profesional de Contaduría pública desarrollando la viabilidad para un producto nuevo e innovador de la empresa Fahyol SAS a través de la línea de énfasis de costos, tributaria. Cuando pensamos en las industrias que tienen un efecto dañino en el medio ambiente vienen a nuestra mente la manufacturera, la de energía, la de transporte e incluso la alimentaria. Sin embargo, de acuerdo con la [Conferencia de la ONU sobre Comercio y Desarrollo](#) (UNCTAD), la industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo.

Los datos de la UNCTAD indican que el rubro del vestido utiliza cada año 93.000 millones de metros cúbicos de agua, un volumen **suficiente para satisfacer las necesidades de cinco millones de personas**, y que también cada año se tiran al mar medio millón de toneladas de microfibra, lo que equivale a 3 millones de barriles de petróleo.

Además, la industria de la moda produce **más emisiones de carbono que todos los vuelos y envíos marítimos internacionales** juntos, con las consecuencias que ello tiene en el cambio climático y el calentamiento global. El modelo dominante en el sector es el de la “moda rápida”, que ofrece a los consumidores cambios constantes de colecciones a bajos precios y alienta a comprar y desechar ropa frecuentemente. Como consecuencia, la producción de prendas de vestir se duplicó en el periodo de 2000 a 2014. Muchos expertos, incluidos los especialistas de la ONU, consideran que esta tendencia es responsable de **una amplia gama de efectos negativos en el ámbito social, económico y ambiental**, y subrayan la importancia de garantizar que la ropa se fabrique de la manera más sostenible y ética posible (Naciones Unidas, 2019).



Además, Un estudio de la **Fundación Ellen MacArthur**, en el marco de la Iniciativa de Fibras Circulares, presentó el ciclo de vida de la industria textil y sus principales impactos negativos. El sistema de textiles opera de forma lineal, indica el informe *“Una nueva Economía Textil: Rediseñar la moda del futuro”*. Grandes cantidades de energía fósil y materia prima virgen se extraen para producir prendas que a menudo se usan solo por poco tiempo, y luego los materiales se envían principalmente a vertederos o se incineran. Para tener en cuenta: **la industria textil utiliza el 97% de sus materias primas de fuentes vírgenes y sólo el 2% de fuentes de reciclaje y de los 53 millones de toneladas de fibra producida para la industria, el 12% se desperdicia durante la producción de las prendas.** Según el estudio, **se pierden más de USD 500 mil millones** de valor cada año debido a la falta de reciclaje en esta industria. Además, se liberan más de 1.200 millones de toneladas anuales de emisiones de carbono por esta mala gestión, que supera las emisiones de los vuelos internacionales y marítimos combinados (Generación Vitnik, 2019).

La industria de la [moda](#) es sin duda alguna una de las que más dinero mueve a nivel mundial. Sin embargo, al igual que muchas industrias, puede mejorar en sus prácticas de producción para generar un menor impacto ambiental. De igual forma, un menor uso de fibras naturales puede ahorrar grandes cantidades de agua y desde el usuario, un consumo consciente puede disminuir las emisiones de CO2 en el planeta.

Hoy en día, los comportamientos que generan las tendencias fast Fashions en los usuarios hacen que muchas prendas lleguen a grandes vertederos de basura o incluso a incinerarse sin siquiera cumplir un tiempo de vida útil. Estudios demuestran que en realidad las personas solo usan el 20% de su closet. (COLOMBIA.CO, 2022)



Por otro lado, enriquecer la educación ambiental en Colombia lleva a tener una iniciativa que represente los esfuerzos desde casa. Es fundamental que, en los colegios, en las universidades, y en las casas haya claridad y conocimiento respecto a la existencia de alternativas para reciclar diferentes tipos de materiales como el PET (que es el principal material contaminante en el consumo masivo ya que la desintegración del material tarda 500 años originando focos de contaminación en las calles de las ciudades). En efecto, se puede deducir que los problemas ambientales en Colombia son consecuencia, en gran medida, de la ignorancia y falta de conciencia de los ciudadanos (Murillo, 2018)



### 3. Antecedentes

En el desarrollo de este punto presentamos la investigación del contexto de la moda y competencia de la misma a nivel nacional e internacional enfocado especialmente en Latinoamérica y a nivel local se realizó una segmentación de mercado por medio de una muestra no probabilística donde se evaluaron e identificaron aspectos económicos, sociales, emocionales, entre otros frente a la propuesta del producto.

Se investigo para los antecedentes del presente proyecto, la investigación de diferentes trabajos de grado con similitud a la viabilidad de la creación de un nuevo producto ecológico (a base de yute) de la empresa Fahyol sas:

- Plan de negocios para la elaboración y comercialización de bolsas en material publicitario desechado en el sector de negativa UPZ 74

Elaborado por Andrés Fernando Bueno y Nicolas Armando Romero de la Universidad Católica de Colombia en el cual detallan que en el mercado actual las grandes superficies y las empresas pioneras en la elaboración y comercialización de bolsas ecológicas son líderes en el mercado y ocupan la mayor parte de este, sin estar presente en los minimercados, tiendas de barrio y auto servicios convirtiendo este restante en un mercado potencial. (BUENO, 2018)





- Propuesta para la fabricación de bolsas en tela ecoambientales como alternativa de proyecto de vida para la población vulnerable asistida por la fundación vida nueva de la ciudad de Bogotá

Elaborado por Lizeth Adriana Castrillón Monsalve de la pontificia Universidad Javeriana donde resalta que teniendo en cuenta que el 39% del costo total de una bolsa ecológica en tela para las compras por producción externa corresponde a mano de obra que por producción interna la mano de obra equivale al 42% del costo total de una bolsa ecológica corresponde a mano de obra, se concluye que en Colombia contratar un operario con todas las prestaciones reducirá en promedio 2,14 puntos porcentuales el margen operacional a partir del año 2.

Se concluye que la rentabilidad en un escenario pesimista por producción externa es la misma rentabilidad en un escenario medio por producción interna, de igual forma la rentabilidad en un escenario medio por producción externa es la misma rentabilidad en un escenario optimista por producción Interna, lo que concluye que la empresa mejorará sus resultados financieros si se realiza el producto por producción externa. (MONSALVE, 2012)



## **4. Pregunta Problema y Objetivos**

### **4.1 Pregunta problema**

Pregunta generadora de la investigación: con base a la problemática identificada en el presente proyecto, se plantea como formulación del problema:

¿Es viable el montaje para la producción y comercialización de bolsos ecológicos a base de yute “producto molan” para la empresa FAHYOL S.A.S.?

### **4.2 Objetivo general**

Analizar la viabilidad para la producción de un producto nuevo e innovador (Bolsos ecológicos a base de yute) para la empresa FAYHOL SAS en la ciudad de Bogotá D.c.

### **4.3 Objetivos específicos**

Ejecutar un estudio de mercado para la elaboración y comercialización de bolsos ecológicos con base en yute en la ciudad de Bogotá D.C.

Desarrollar un estudio de análisis financiero y costeo para la elaboración y comercialización de bolsos ecológicos a base de yute en la ciudad de Bogotá D.C.

## 5. Descripción del negocio

La **moda sostenible** es la manera de pensar y hacer la moda desde la **conciencia social y ambiental**, en todas las etapas de la **cadena de valor**. Propone un cambio de paradigma en la manera en que se produce y comercializa un producto, teniendo en cuenta el impacto social, ambiental, cultural y económico que un producto tendrá desde el momento en que se diseña, confecciona, comunica, comercializa, usa y se descarta.

Desafía también las ideas preestablecidas de eficiencia, crecimiento y producción desmedidos en busca de mayores ganancias, que han demostrado tener grandes costos ambientales y sociales, como la tragedia de **Rana Plaza en Bangladesh en 2013** (VOGUE, 2020).

Las marcas colombianas brillan con sus propuestas de sostenibilidad y responsabilidad social en calzado, accesorios y ropa casual en Micam, una de las ferias de calzado más importantes del mundo. Para STIVALI, su concepto de uso de cuero natural se apoya en su deseo de ser parte la solución de reciclado de desperdicios de la industria alimenticia y en su convicción del uso de materiales de larga durabilidad. Comprometidos con la responsabilidad social, el 65% del equipo de producción son mujeres.

A continuación, se mencionará algunas de las empresas que son reconocidas en este ámbito: WHITMAN, llega con una oferta de servicio de reparación y mantenimiento de sus prendas en un esfuerzo por alargar la vida útil de las mismas y eliminando lo que la marca llama un consumo “corto e inconsciente”. Whitman utiliza botonería 100% sostenible elaborándolos en semilla de tagua o madera, materiales completamente biodegradables.

FOKUS GREEN, participa con moda sostenible de alta gama, libre de químicos, tintes y con 0 descarga de agua en producción, utilizando tecnologías de reciclaje y reciclaje del algodón recuperado de los desechos industriales + poliéster reciclado de las botellas de plástico recuperadas del océano. Todo con certificado internacional. También participa GREENTEX, y presenta una propuesta competitiva mediante el uso de insumos, textiles y confección tanto en PFP, en blanco, ya impresos digitalmente, utilizando impresión ecológica sin agua.

LAFAYETTE, con su larga trayectoria de desarrollo sostenible, utiliza poliéster reciclado a base de botellas pet, estampado digital eco-amigable con cero consumos de agua y cero emisiones de CO.

Otra marca colombiana que se hace presente es TEJIDOS GULFER, la cual fiel a su compromiso con la producción responsable, solo utiliza solventes que no son dañinos para el medio ambiente, y limpia el agua utilizada en el proceso de teñido antes de devolverla.

### **Figura 1**

*Mensaje de Flavia Santoro, presidenta de ProColombia.*

“Luego de casi un año de pandemia, la industria textil colombiana ha demostrado su gran resiliencia y capacidad de innovación. Estamos orgullosos de la participación de nuestros diseñadores en las ferias de moda más importantes del mundo, con propuestas de alto compromiso social, sostenibilidad y responsabilidad con el medio ambiente. La moda ha cambiado y la tendencia es una moda acorde con la realidad del planeta”, afirmó Flavia Santoro, presidenta de ProColombia.

Fuente: Procolombia, 2021.



## 5.1. Moda sostenible en Colombia

Más de ocho millones de toneladas de botellas plásticas llegan al mar cada año, según un informe de la revista Science publicado en 2019. Se calcula que este material tarda 1.000 años en descomponerse. Una realidad aterradora frente a la cual un grupo de tiendas de ropa en Medellín decidieron actuar. Las prendas que comercializan son hechas con telas de fibra de plástico PET reciclado. El proceso de transformación comienza con la recolección de residuos a lo largo y ancho de todo el país. Luego se fabrican textiles y se distribuyen a grandes y pequeños almacenes como ellos.

Enka de Colombia es uno de los responsables del proceso de acopio y reciclaje de empaques plásticos en Medellín, Cali, Bogotá y Barranquilla. Procesa tres millones de botellas al día para transformarlas en productos de alto valor agregado y cuenta con una planta que convierte botellas PET recicladas en fibras, principalmente para ropa de hogar y geotextiles, luego cada marca realiza la estampación y confección de las prendas (Semana, 2022)

La pandemia sirvió para demostrar el enorme problema del exceso de producción de prendas e incrementó la presión en las marcas para encontrar vías económicas para manejar el exceso de inventario, incluso resintiendo el interés de marcas de lujo ampliamente cautelosos de cómo los mercados de segunda mano pueden afectar el valor de su marca.

De otra parte, marcas como Cos y Levi's han lanzado su propia oferta de reventa y las plataformas de segunda mano Poshmark y ThredUp están preparándose para hacer público su interés en inversionistas. A pesar de que el mercado de ropa de segunda mano es todavía relativamente pequeño, está creciendo muy rápido esperando superar los \$28 mil millones de



dólares en 2019 y proyectando llegar a los \$64 mil millones en 2024, según estimaciones de GlobalData, citadas en un informe de 2020 de ThredUp.

Esos números lo hacen particularmente atractivo para los ejecutivos que buscan formas de mejorar sus credenciales de sostenibilidad y sus resultados finales. Se espera que el potencial para cambiar a modelos más circulares obtenga un impulso adicional en 2021 a medida que las tecnologías de reciclaje que han estado años en desarrollo finalmente comiencen a escalar. (Pacto Global Colombia, 2022)

Por otra parte se debe tener en cuenta el incremento del mercado digital en Colombia ya que la ventas totales por e-commerce en el país crecieron un 38% en el 2015, mientras que el comercio tradicional creció 6,3% en el mismo periodo; en especial para el mercado textil por medio del e-commerce creció un 61% en el año 2015, donde las ciudades con más afluencia por este medio del Fashion e-commerce son: Barranquilla con 3,1% Bucaramanga con 3%, Bogotá con 29,5%, Medellín 12,5% y Cali con 5,3% (Catelli, 2016).

## **5.2. Que es un plan de negocio**

Es un documento donde resume la estrategia Un plan de negocios sirve para cimentar las bases de una organización, tener certidumbre de qué se busca y planear las acciones de la empresa para lograr la meta. Es un excelente instrumento que proporciona visibilidad y, por lo tanto, control de los escenarios, variables y factores que se conjugan para que una compañía tenga éxito.

Un plan de negocio es una herramienta de reflexión y trabajo que sirve como punto de partida para un desarrollo empresarial. Lo realiza por escrito una persona emprendedora y en él plasma sus ideas, el modo de llevarlas a cabo e indica los [objetivos](#) que alcanzar y las estrategias que



utilizar. Consiste en redactar, con método y orden, los pensamientos que tiene en la cabeza.

Mediante el plan de negocio se evalúa la [calidad](#) del negocio en sí. En el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados que se obtendrán al incidir sobre esta de una determinada manera, se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha (GestioPolis, 2020).

Basados en lo anterior y teniendo en cuenta decir que vale la pena crear un nuevo producto llamativo e innovador para la empresa Fahyol ya que aporta al uso personal de nuestros clientes si no también ayuda al medio ambiente por ser ecológico.

### **5.3. Estructura de un plan de negocio**

Un plan de negocios consta de ocho partes que son: Definición del producto o servicio, Equipo de trabajo, Plan de Mercadeo, Sistema de Negocio, análisis de Riesgos, Plan de implementación Plan Financiero, Resumen Ejecutivo.

### **5.4. Creación de empresa en Colombia**

El ejercicio al momento de crear una empresa es una puesta en marcha de la creatividad y empoderamiento que con el pasar de los tiempos se hace cada vez más fácil y accesible a las personas que quieran emprender, no solo genera beneficio propio sino común esto debido que genera trabajo a personas desempleadas, genera ingresos al estado por medio de los impuestos y genera utilidad para su propio funcionamiento y bien de los emprendedores.

Para empezar, deberemos tener unos aspectos claves:

\*Debemos tener una idea clara de que va hacer nuestro emprendimiento que busque solucionar necesidades del consumidor, deberemos hacer un estudio previo del mercado



potencial, cliente objetivo, objetivos a futuro que mantengan en marcha el emprendimiento de manera correcta.

\*Identificar a que tipo de sociedad voy a pertenecer para hacer el registro

- Como persona natural: Aplica a los comerciantes que ejercen sus actividades de manera habitual y profesional. Esta persona asume por sí misma los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce.
- Como persona jurídica: Aplica a una persona ficticia capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones.
- Como establecimiento de comercio: Aplica para el conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de una empresa. Una persona natural o jurídica podrá contar con varios establecimientos de comercio

\*Realizar los registros necesarios

- Verificar la disponibilidad del nombre de la empresa en la Cámara de Comercio.
- Presentación del acta de constitución y los estatutos de la sociedad en una notaría.
- Firmar escritura pública de constitución de la sociedad y obtener copias.
- Inscribir la sociedad y el establecimiento de comercio en el registro mercantil (en la Cámara de Comercio de Bogotá). Se te otorgará el certificado que acredita la existencia y representación legal.
- Tramitar el registro Mercantil y obtención del RUT.
- Inscribir libros de comercio ante la Cámara de Comercio.





- Apertura de cuenta bancaria.
- Autorización de emisión de facturas de la DIAN.

(ESCUELA EMPRENDEDORES, 2022)

5.5 La empresa Fahyol s.a.s ya esta constituida desde el día 16 de septiembre del 2021 con NIT 901523689-7 como persona Jurídica con domicilio ubicado en Soacha Cundinamarca en la TV 18H 6 6, con el código CIU 1410 que trata de La confección de prendas de vestir. Los materiales pueden ser de todo tipo como telas, telas no tejidas, telas plastificadas, tejidos elásticos, encajes, cuero natural o artificial, materiales transables, entre otros. Estos materiales pueden estar bañados, impregnados o encauchados. En principio, el material se corta en piezas que luego se empalman mediante un proceso de costura, tienen a su cargo los siguientes impuestos:

- Impuesto de renta y complementarios “régimen ordinario”

El impuesto sobre la renta y complementarios se considera como un solo tributo y comprende:

1. Para las personas naturales, sucesiones ilíquidas, y bienes destinados a fines especiales en virtud de donaciones o asignaciones modales contemplados en el artículo 11, los que se liquidan con base en la renta, en las ganancias ocasionales, \*en el Patrimonio\*\*y en la transferencia de rentas y ganancias ocasionales al exterior.

2. Para los demás contribuyentes, los que se liquidan con base en la renta, en las ganancias ocasionales y en la \*\*transferencia al exterior de rentas y ganancias

ocasionales, así como sobre las utilidades comerciales en el caso de sucursales de sociedades y entidades extranjeras. (ART 5 E.T)

- Obligado a llevar contabilidad (nacional)

El artículo 19 del Código de Comercio señala que está obligado a llevar contabilidad, de todas sus operaciones diarias y conforme a las prescripciones legales, todo aquel que sea considerado comerciante, independientemente si se trata de una persona natural o jurídica.

- Impuesto sobre las ventas (nacional)

es el impuesto que se paga sobre el mayor valor agregado o generado por el responsable. Aunque el impuesto se aplica sobre el precio de venta del bien o del servicio, en realidad, el impuesto corresponde solo al mayor valor que se agrega o genera por el comerciante. (GERENCIE.COM, 2022)

- Facturador electrónico (nacional)

La factura electrónica es un documento que contiene todos los datos y requisitos señalados en el artículo 617 del estatuto tributario

- Retención en la fuente (nacional)

No es un impuesto, sino que es el simple cobro anticipado de un determinado impuesto que bien puede ser el impuesto de renta, a las ventas o de industria y comercio.

- Impuesta de industria y comercio(departamental)

El Impuesto de Industria y Comercio (ICA), es un impuesto territorial que se recauda anticipadamente mediante el mecanismo de retención en la fuente, que tiene sus

propias bases sujetas a retención, y sus propias tarifas de retención.

(GERENCIE.COM, 2022)

- En anexos se encontrará los soportes de la última información presentada ante los entes distritales y nacionales en base a los impuestos a cargo de la empresa Fahyol sas, al igual que el Rut y cámara de comercio que son los soportes para verificar la creación de la empresa.

### 5.5. Que es el modelo Canvas

El modelo de negocio Canvas es una herramienta de gerencia estratégica para aquellos emprendedores que están en busca de un nuevo negocio o producto donde nos permite conocer los conceptos claves para emprender. Fue desarrollado por el consultor de negocios [Alexander Osterwalder](#) y el profesor de sistemas de información y gestión [Yves Pigneur](#). Definieron 9 categorías para el modelo que representan los componentes básicos de una organización.

#### Figura 2

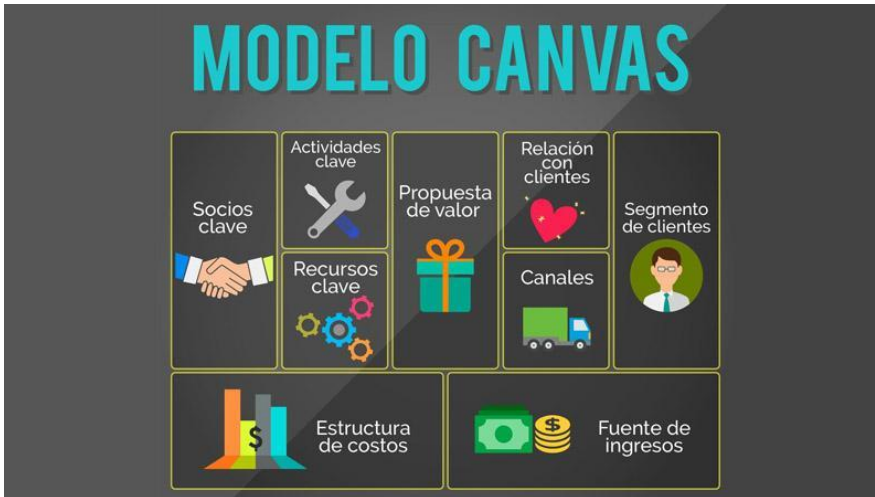
*Modelo Canvas, ejemplo 1*



Fuente: [www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com)

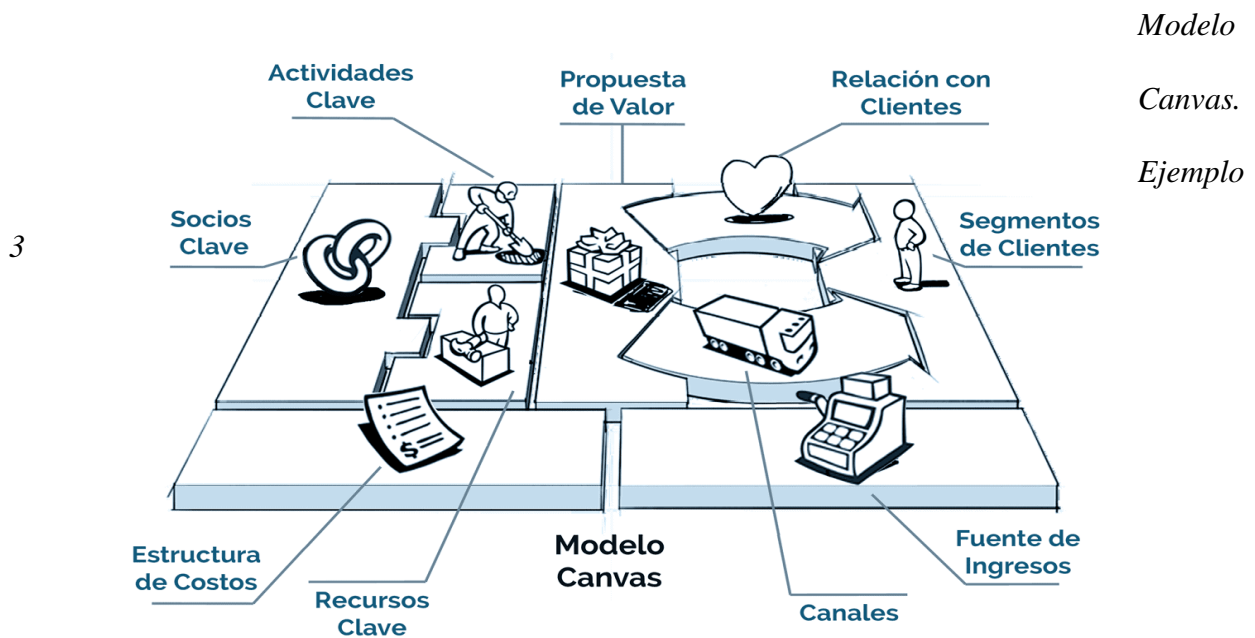
**Figura 3**

*Modelo Canvas, ejemplo 2*



Fuente: elaboración propia

**Figura 4**





Fuente: Factura.com (2016). <https://factura.com/blog/introduccion-al-modelo-canvas-modelo-de-negocio/>

## 5.6. Categorías del Modelo Canvas

A continuación, explicamos en resumen las 9 categorías del Modelo Canvas. Los siguientes puntos se entienden de forma resumida las categorías planteadas en el modelo Canvas:

- **Propuesta de valor:** esta es la más principal del lienzo debido que es la que destaca la empresa ante los clientes por medio de nuestros productos y servicios debe ser claro, innovador y de calidad para que atraigamos a los clientes.
- **Segmento del mercado:** permite conocer el tipo de cliente al que va dirigido el producto teniendo en cuenta los siguientes aspectos: grupo de personas a las que se le ofrece el producto y/o servicio, se debe identificar con precisión a quiénes se dirige la propuesta empresarial, el segmento o nicho de mercado, además, algunos autores indican que este cuadrante es el más importante del modelo.
- **Canales de comercialización:** se trata de cómo hacer llegar el producto a los clientes de la forma más rápida y eficiente en procurando siempre que el tiempo de entrega sea el menor posible.
- **Relaciones con los clientes:** se trata de la interacción que se va a tener con el cliente ya que es importante saber sus opiniones negativas o positivas sobre nuestro producto para a partir de esta información tomar medidas.



- Fuentes de Ingresos: acciones, actividades que generan dinero para la empresa, es importante determinar el valor que están dispuestos a pagar los clientes por productos o servicios ofrecidos
- Recursos claves: es importante que el emprendedor desarrolle un proyecto mínimo viable, ubicando activos y personal indispensable para la puesta en marcha de la iniciativa, recursos que se consideran claves.
- Actividades clave: son las actividades indispensables para la elaboración y venta del producto o servicio donde se toma en cuenta todos los procesos internos y externos que se desarrollan en la empresa.
- Socios claves: se identifica socios estratégicos en proveedores, clientes, inversionistas, representantes del estado relacionados con aspectos operativos o de perisología.
- Costos: Se trata de la implicación financiera que se incurre al momento de la elaboración fabricación y comercialización del producto. (Blog de Zendesk, 2021)

### 5.7. ¿Que son los bolsos a base de yute?

Es un producto esencial en el diario de vivir de las personas especialmente en el de las mujeres con el paso del tiempo se ha venido desarrollando este producto para hacerlo más innovador situación que nos ayuda con el auge de nuestro producto ya que es innovador y de buena calidad y como plus que tenemos es que ayudamos al medio ambiente de manera positiva generando disminución en la contaminación global.

**Emprendimiento:** la palabra emprendedor proviene del francés entrepreneur que significa pionero, que a su vez viene del latín imprendere que significa cometer, que aparece a principios del siglo XVI siendo utilizada inicialmente para referirse a esos aventureros que, como Colón,



iban al Nuevo Mundo sin saber con certeza qué esperaban encontrar. Posteriormente se fue utilizando para identificar a quien comenzaba una empresa y el término fue ligado a empresarios innovadores. Desde una perspectiva general, a menudo define el término como la capacidad de iniciar y operar empresas nuevas (Fondo Social Europeo, 2013, p. 2).

**Factibilidad:** el estudio de factibilidad es la base para la toma de decisiones de los directivos que tienen la responsabilidad de aprobar las inversiones, atendiendo a los valores de los indicadores, Período de recuperación (PR), Valor Actual Neto (VAN) y Tasa interna de retorno (TIR) para establecer la estrategia de ejecución de las inversiones en función de las prioridades según los indicadores y las fuentes de financiamiento disponibles (Burneo, Delgado, & Vérez, 2016, p. 305).

**Elaboración:** De acuerdo con la RAE, la elaboración consiste en transformar una cosa u obtener un producto por medio de un trabajo adecuado. Del mismo modo define al 21 término como el proceso de idear o inventar algo complejo, lo cual puede ser una teoría, un proyecto o un plan (Real Academia Española, 2019).

**Comercialización:** la comercialización es la estrategia de función gerencial, que representa un conjunto de normas a tener en cuenta para hacer crecer una empresa. La decisión de la comercialización involucra cuatro componentes: cuándo (momento), dónde (ubicación geográfica), a quién (mercados meta) y cómo (estrategia de comercialización) (Rizo, Villa, Vuelta, & Vargas, 2017, p. 92).

**Bolso:** la RAE define al bolso como una prenda de vestir, así como una bolsa de mano por lo común pequeña, hecha de cuero, tela u otra materia, provista de cierre y frecuentemente de asa,



que utilizan en particular las mujeres para llevar dinero, documentos, objetos de uso personal (Real Academia Española, 2019).

**Artesanía:** en lo relacionado a este término, Rivas (2018) citó a Roncancio (1999), dando a conocer que la artesanía es el resultado de la creatividad y la imaginación, plasmado en un producto en cuya elaboración se han transformado racionalmente materiales de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales. Los objetos artesanales van cargados de un alto valor cultural y debido a su proceso son piezas únicas (p. 81).

**Textil:** el origen de la palabra textil deriva del latín texere, que significa “tejer”. Originalmente se aplicaba a las telas tejidas; actualmente se utiliza también para 22 hilados, filamentos, hilos, tejidos, acolchados, fieltros, trenzados, adheridos, anudados o bordados (Ximénez, 2014).

**Moda:** para el sociólogo Georg Simmel la moda es un fenómeno social que se manifiesta siempre en sociedades de clase y tiene que ver con “la imitación de un modelo dado, y satisface así la necesidad de apoyarse en un determinado grupo. Pero no menos satisface la necesidad de distinguirse, la tendencia a la diferenciación, a cambiar y destacarse” (Nannini, 2016, p. 13).

**Sostenibilidad:** el origen del concepto de la sostenibilidad está asociado a la preocupación creciente existente en la comunidad internacional en las últimas décadas del siglo XX al considerar el vínculo existente entre el desarrollo económico y social y sus efectos más o menos inmediatos sobre el medio natural (Gómez, 2015, p. 91).

**Biodegradable:** se trata de procesos que describen la mineralización de las estructuras orgánicas por medio de microorganismos. Estos microorganismos convierten los bioplásticos en dióxido de carbono, metano, agua y biomasa (Rodríguez, 2012).



## 5.8. Aspectos generales del mercado

Figura 5

*Análisis por competencias en moda sostenible a nivel nacional*

ANÁLISIS COMPETENCIA MODA SOSTENIBLE NACIONAL E INTERNACIONAL				
Variable	Competidor 1 (Colombia Producto)	Competidor 2 (Colombia-producto)	Competidor 3 (Brasil-marca)	Competidor 4 (España-Marca y producto)
Producto/servicios	<input type="checkbox"/> Papel (de punto) Nace en el 2012. <u>Confección</u> de prendas Unisex, dándole un toque moderno al tejido de punto, basada en ediciones limitadas (6-8Unid, por talla)	<u>Cyclus</u> : produce careteras y maletines en caucho en materiales reciclables como el neumático	<u>Awana</u> : moda artesanal realizan bolsos reciclados de manera artesanal por medio de una antigua técnica maya. Cada bolso está hecho con papeles inservibles los cuales se plastifican, doblan, encajan y trenzan formando diseños; los forros están hechos de tela reciclada y las asas son trozos de cuerda.	<u>Anuscas Family</u> : crean mochilas, bolsos y complementos, nacen de una conciencia social hacia la necesidad de la reutilización de la ropa ya usada. "Cada pieza es el resultado de recuperar y fusionar elementos con un pasado propio, creando bolsos y complementos singulares e irrepetibles".
Precios ( <i>estrategia</i> )	Gama alta	Gama alta	Gama Media-Alta	Gama Alta
Promoción ( <i>Publicidad</i> )	Página web Instagram Facebook	Directamente con los intermediarios	Instagram <u>Bloggers</u> moda.	Facebook Instagram
Plaza ( <i>canales de distribución</i> )	Alianza tiendas multimarca de lujo y online	Alianzas con <u>Retails</u> en Japón, ubicados en siete ciudades. Bogotá poseen un establecimiento físico.	Instagram	Tienda Online Establecimiento Físico en todo el territorio español e Italia.
Debilidades	Poca publicidad y comunicación en Colombia.		La duración en producirlo es de cinco días.	La página web no es tan llamativa ni tiene relación con el concepto de la marca.
Fortalezas	Manejan el concepto artesanal, promover el consumo local, incorporación fibras recicladas. Producción justa y limpia Apoyar la industria local crear <u>Moda Made in Colombia</u> .	<input type="checkbox"/> La innovación de los productos empleando un material tan rígido como los es el neumático <input type="checkbox"/> La experiencia en la identificación de mercados que demanden este tipo de productos ecológicos.	Las personas artesanas que trabajan en <u>Awana</u> son mujeres quienes trabajan recolectando basura en un antiguo vertedero las cuales viven en condiciones muy pobres. <input type="checkbox"/> Innovación en la técnica y en el diseño <input type="checkbox"/> Buen concepto de marca y llamativo para el mercado potencial	Innovación en productos implementando nuevas técnicas en la moda por medio de la reutilización de ropa ya usada. Creación de moda con conciencia, carácter y características perdurables.

Fuente: Murillo (2018).

## 6. Competidores América Latino

### 6.1 Ecuador

Cada vez más la industria de la moda le da mayor relevancia al medio ambiente, gracias a un trabajo en conjunto con otras entidades interesadas en la protección del impacto ambiental, como lo es Green Peace, entidad que lucha por la protección y el cuidado del medio ambiente en los diferentes sectores entre ellos la industria de la moda.

Se considera que la moda ecológica abarca procesos y acciones con conciencia ambiental haciendo referencia ya sea a la protección de la biodiversidad, los cultivos ecológicos (algodón orgánico), la manufactura con fibras vegetales ya que estas no poseen procesos con químicos ni sintéticos generando reciclaje y ahorro de energía (Sánchez, 2012).

Ecuador es un país latinoamericano que ya ha venido trabajando la producción ecológica por medio de hilos de PET con el objetivo de producir Jeans, se afirma que esta tela es más fresca, comfortable, permite respirar la piel, antialérgica.

En Ecuador la elaboración de bolsos en tela de yute (Fibra vegetal ecológica) tiene como finalidad; generar empleo, disminuir el impacto ambiental, fortalecer una cultura ecológica en los ecuatorianos para contribuir al cuidado y preservación del medio ambiente, proteger a la Industria implementando salvaguardias para reducir las importaciones y reduciendo la salida de divisas.

En adición, las personas del Ecuador poseen conocimientos sobre esta tela yute y sus modos de uso, el 23% conoce artesanías con yute, el 17% conoce los bolsos de yute (Gutiérrez, 2016).



La elaboración de estos bolsos en yute tiene como característica la personalización de los productos, el proceso a ejecutar para la elaboración de estos será el siguiente: Asesoría con el cliente mediante redes sociales o vía telefónica, luego se diseña el bolso

descrito por el cliente, se procede a comprar la materia prima, realizar el corte de tela y confección, cuando ya se ha terminado el proceso pasara a control de calidad, luego al etiquetado y empaquetado, por último, entregado al cliente.

Adicionalmente, en la actualidad existen empresas que están apuntando a elaborar productos con material reciclado como bolsos, monederos y carteras, este mercado hasta hora está siendo explorado.

Consiguientemente, según FUI reciclado (citado por Gutiérrez, 2016), clasificado como competidor de producto ya que posean características similares al igual que sus objetivos (producción 100% Nacional y generar una cultura ecológica en el consumo) esta elabora bolsos a base de productos con lona, tubo de llanta y caucho reciclado, tiene tiendas en Quito, Guayaquil, Cuenca, Galápagos, Cotacachi y se encuentra en países como Japón, Canadá, Estados Unidos (Gutiérrez, 2016).

## **6.2 Brasil (Competidor de marca)**

La marca Awana Brasil tiene como concepto mostrar al consumidor una conciencia sostenible a través de la moda artesanal donde ellos son encargados de realizar bolsos reciclados de manera artesanal por medio de una antigua técnica maya. Cada bolso está hecho con papeles inservibles los cuales se plastifican, doblan, encajan y trenzan formando diseños; los forros están hechos de tela reciclada y las tasas son trozos de cuerda y su duración en producirlo es de cinco días.



Las personas artesanas que trabajan en Awana, son mujeres quienes trabajan recolectando basura en un antiguo vertedero las cuales viven en condiciones muy pobres (Carmen, 2014).

### **6.3 Ventaja competitiva**

Innovación en la técnica y en el diseño

Buen concepto de marca y llamativo para el mercado potencial de competidores en Colombia.

### **6.4 Competidores de producto**

Cyclus es una empresa colombiana dedicada a producir zapatos, carteras y maletines de caucho o materiales reciclables como el neumático, dentro de sus procesos de manufactura han establecido el uso de materiales reciclados permitiendo la reducción en el consumo de recursos naturales y la generación de desperdicios. Sus productos han sido exportados a Reino Unido, Francia, España, la península escandinava, Italia, Costa Rica, Canadá y Estados Unidos, entre otros.

Ventaja competitiva

La innovación de los productos empleando un material tan rígido como los es el neumático

La experiencia en la identificación de mercados que demanden este tipo de productos ecológicos.

### **6.5 Análisis del consumidor**

Son mujeres y hombres auténticos y con mucho estilo, les gusta marcar las diferencias, seguros y arriesgados, son personas que les gusta leer, investigar, hacer algún tipo ejercicio que se relacione, conectarse con la naturaleza o al aire libre, le gusta el arte, la fotografía y conocer gente.



Las actividades que realizan este tipo de clientes son personas que están interesadas en productos ecológicos, las actividades para cuidar y proteger el medio ambiente, viajes a donde puedan apreciar la naturaleza, es probable que ya realicen actividades para ayudar al planeta o que las vayan a empezar a realizar.

El mercado potencial está ubicado en ciudades como Bogotá ya que se ha adoptado un consumo ecológico y a su vez presentan una preocupación por la protección y cuidado del medio ambiente, llevando a desarrollar la innovación en las ideas de negocio enfocadas especialmente hacia este tema.

## **6.6 Objetivo encuesta**

Definir las características socioeconómicas del consumidor, además de la percepción o preferencias de los productos ecológicos.

## **6.7 Análisis de encuesta**

### **6.7.1 Tipo de muestreo no probabilístico**

Población Objetivo Mujeres y hombres con edad de 13 años en adelante, preocupados por la situación actual del medio ambiente queriendo generar un cambio del mismo, pertenecientes a toda clase de estratos ubicados en la ciudad de Bogotá D.C.

Elemento muestral: Mujeres y hombres interesados en cambiar u ayudar al medio ambiente por medio de productos nuevos y llamativos como lo son los bolsos Molan, los cuales contribuyen con el mismo.

Unidad muestral: Mujeres y hombres interesados en cambiar u ayudar al medio ambiente por medio de productos nuevos y llamativos. Ámbito: Bogotá D.c.



Método de recogida de la información: Cuestionario digital con 10 preguntas, las cuales serán enviadas vía online

Tamaño muestral: 69 personas

Procedimiento muestral: Seleccionar mujeres y hombres que estén interesados en este cambio positivo para el medio ambiente y no solo esto si no que estén interesados en la nueva tendencia de moda.

Implementando el muestreo de bola de nieve (unidades muestrales se incluyen por sugerencia de las unidades muestrales que ya participaron).

Fecha de trabajo de campo: Entre el 28 de febrero y el 14 de marzo del 2022

A continuación, anexamos la encuesta que fue remitida vía ON-LINE a las personas encuestadas

## 6.8 La encuesta

Genero 69 respuestas

Femenino masculino 36,2% 63,8%

Femenino 44

Masculino 25

Edad 69 respuestas

Menor de 17 17-20 21-24 mayor de 25 10,1% 14,5% 40,6% 34,8%



Menor de 17 7

17-20 10

21-24 24

Mayor de 25 28

Estrato 69 respuestas

1-23-4 mas de 410,1% 39,1% 50,7%

1-2 35

3-4 27

Mas de 4 7

¿Compraría productos que ayuden a reducir el impacto ambiental? 69 respuestas

Sino 97,1% no 2 (2,9%)

Si 67

No 2

La moda sostenible es una nueva forma de entender el negocio textil y de hacerlo compatible con el cuidado del medio ambiente, el cuidado de los entornos, la justicia social y la reducción de



la pobreza en el mundo, el yute es un material 100% biodegradable y reciclable. ¿Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado compraría bolsos ecológicos realizados a base de yute ?69

respuestas

Sino 98,6%

Si 68

No 1

¿para nosotros es primordial y entendible que cada persona tiene gustos y necesidades diferentes al momento de adquirir un nuevo producto, en este caso nos gustaría saber las más importantes para ti respecto a los bolsos hechos a base de yute ?69 respuestas

Durabilidad y calidad excelente autenticidad producto sostenible con muchos bolsillos todas las anteriores 8,7% 68,1%

Durabilidad y calidad excelente	6
Autenticidad	7
Producto sostenible	4
Con muchos bolsillos	5
Todas las anteriores	47





Cuando compramos un producto nos gusta sentirnos identificados, que vaya con nuestro estilo y que, por supuesto nos agrade, ¿para ti cual es el motivo principal para invertir en nuestros bolsos? 65 respuestas

Uso personal 27,7%  
Estudios 21,5%  
Regalo 50,8%

Uso personal 33

Estudios 14

Regalo 18

Al momento de realizar una compra queremos estar cómodos en nuestra casa sin correr ningún riesgo como problemas públicos, locativos, entre otros ¿cómo le gustaría efectuar su compra? 69 respuestas

Tienda física 20,3%  
Online-página web 79,7%

Tienda física 14

Online-página web 55

Todos tenemos una alama compulsiva que nos indica que comprarnos y en qué momento. ¿nos gustaría saber con qué frecuencia adquieres un bolso?

Semanal 7,2%  
Mensual 15,9%  
Trimestral 15,9%  
Semestral 31,9%  
Anual 24,6%



Semanal	0
Mensual	3
Trimestral	17
Semestral	22
Bimestral	11
Anual	11
Semestral	5

Teniendo en cuenta que nuestro producto es único con diversas cualidades entre calidad, autenticidad, practicidad, entre otros ¿cuánto estaría disponible a invertir por uno de ellos?69

respuestas

\$50.000 a \$70.000 \$71.000 a \$90.000 \$91.000 a \$160.000 mas de \$161.000 \$161.000 a \$200.000 13% 14,5% 65,2%

\$50.000 a \$70.000	3
\$71.000 a \$90.000	9
\$91.000 a \$160.000	45



Mas de \$161.000      10

\$161.000 a \$200.000      2

Te agradecemos por tu colaboración y respuesta en esta encuesta que nos ayudara mucho a la obtención de nuestro grado como profesionales

Análisis potenciales nuevos clientes

Se encuestaron 69 personas para este tipo de estudio no probabilístico el cual nos arrojó que el 36.2% fue equivalente a 25 hombres y el 63.8% equivale a 44 mujeres.

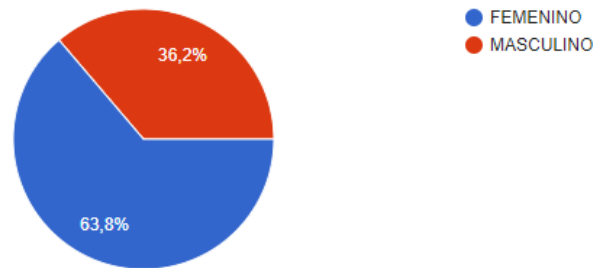
## **7. Resultados**

A partir de la información recolectada en la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados.

**Figura 6.**

*Genero*

GENERO  
69 respuestas

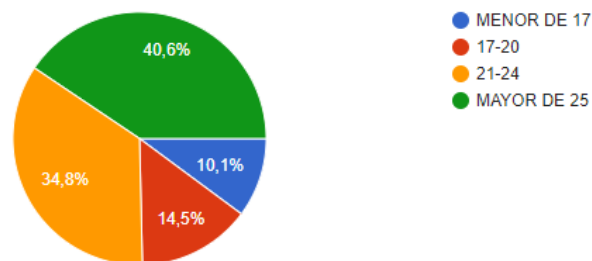


De las 69 personas encuestadas, el promedio más concurrido es 40.6 % correspondiente a mayores de 25 años, seguido de un porcentaje de 34.8% correspondiente a 24 personas entre la edad 21 a 24 años.

**Figura 7**

*Edad*

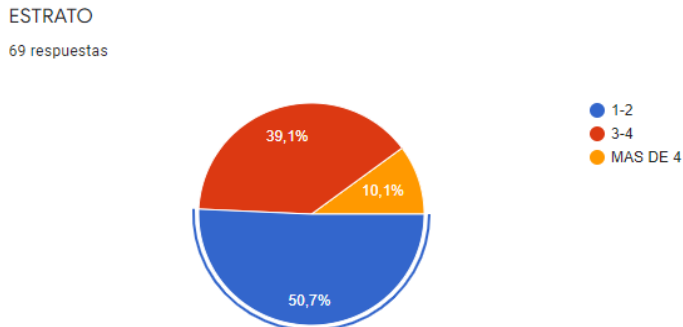
EDAD  
69 respuestas



Los estratos más concurridos según las 69 personas encuestadas son el 1 y 2 con un porcentaje de 50.7% equivalente a 35 personas y el 3 y 4 con un porcentaje de 39.1% equivalentes a 27 personas.

## Estrato

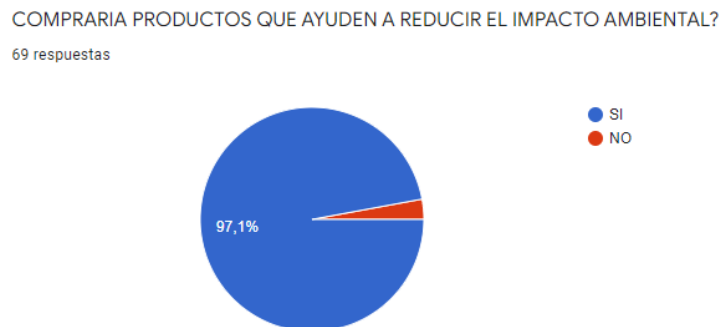
Figura 8



El 97.1 % de las personas (67 personas) están dispuestas a invertir en productos que ayudan a disminuir el impacto ambiental.

## Figura 9

Inversión productos de reducción de impacto ambiental



Al momento de adquirir un producto llamativo y único como lo sería los bolsos Molan se encuentra con un 68.1% equivalentes a 47 personas, la opción de todas las anteriores las cuales reúne diferentes características como lo son durabilidad, calidad, autenticidad, producto sostenible y muchos bolsillos.

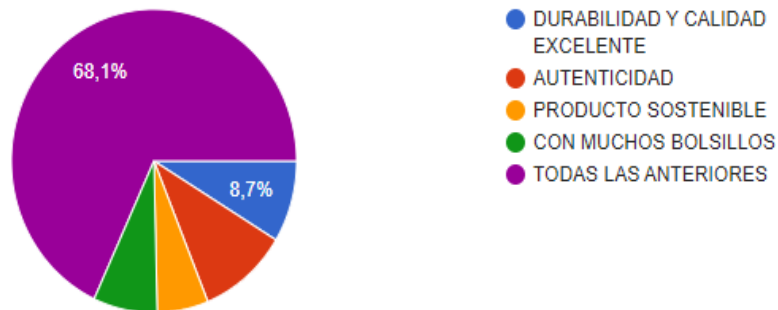
**Figura 10**

*Cualidades del producto*

PARA NOSOTROS ES PRIMORDIAL Y ENTENDIBLE QUE CADA PERSONA TIENE GUSTOS Y NECESIDADES DIFERENTES AL MOMENTO DE ADQUIRIR UN NUEVO PRODUCTO, EN ESTE CASO NOS GUSTARIA SABER LAS MAS IMPORTANTES PARA TI RESPECTO A LOS BOLSOS HECHOS A BASE DE YUTE ?



69 respuestas



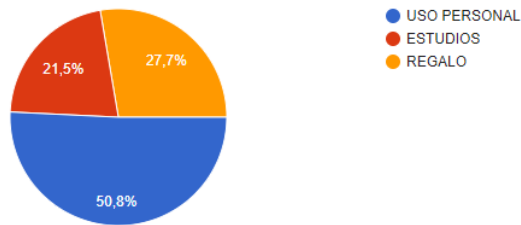
Al momento de adquirir este producto se encuentra el 50.8% equivalentes a 33 personas que lo adquirirían como uso personal, un 27.7% equivalentes a 18 personas que lo adquirirían como un regalo y por último un 21.5% equivalente a 14 personas que lo adquirirían para un uso de estudio.

**Figura 11**

*Razón de la compra*

CUANDO COMPRAMOS UN PRODUCTO NOS GUSTA SENTIRNOS IDENTIFICADOS, QUE VAYA CON NUESTRO ESTILO Y QUE, POR SUPUESTO NOS AGRADE, ¿PARÁ TI CUAL ES EL MOTIVO PRINCIPAL PARA INVERTIR EN NUESTROS BOLSOS?

65 respuestas



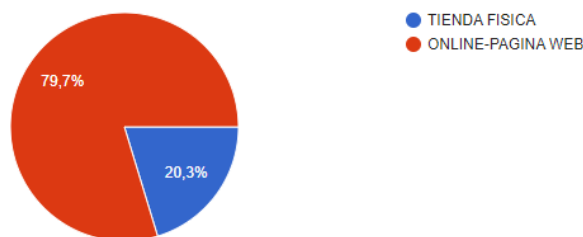
A los encuestados les gustaría adquirir el producto principalmente vía on-line- página web esto por mayor comodidad a la hora de la compra, esto lo hace referencia el 79.7% equivalente a 55 personas de las 69 encuestadas.

## Figura 12

### Distribución

AL MOMENTO DE REALIZAR UNA COMPRA QUEREMOS ESTAR COMODOS EN NUESTRA CASA SIN CORRER NIGUN RIESGO COMO PROBLEMAS PUBLICOS ,LOCATIVOS ,ENTRE OTROS¿COMO LE GUSTARIA EFECTUAR SU COMPRA ?

69 respuestas



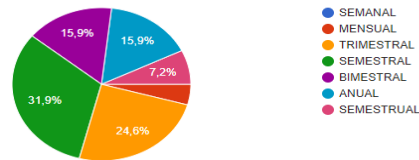
Al hacer las estadísticas se evidencia el tiempo con la que se adquiriría este producto lo cual nos da un 31.9% equivalente a 22 personas que lo adquirirían semestral un 24.6% equivalente a 17 personas que lo adquirirían trimestral y dos porcentajes iguales de 15.9% equivalentes a 11 personas que lo adquirirán bimestral y anualmente.

**Figura 13**

*Tiempo de adquisición*

TODOS TENEMOS UNA ALAMA COMPULSIVA QUE NOS INDICA QUE COMPRARNOS Y EN QUE MOMENTO.¿NOS GUSTARIA SABER CON QUE FRECUENCIA ADQUIERES UN BOLSO ?

69 respuestas



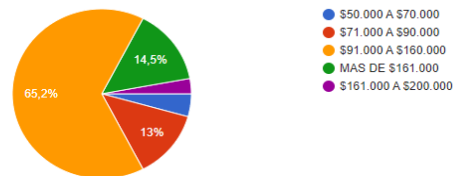
Con un porcentaje de 65.2% equivalente a 45 personas las cuales están dispuestas a pagar un valor por nuestro producto entre \$91.000 hasta \$160.000 lo cual esta dentro de nuestra proyección favoreciendo nuestro producto.

**Figura 14**

*Precio adquisición*

TENIENDO EN CUENTA QUE NUESTRO PRODUCTO ES UNICO CON DIVERSAS CUALIDADES ENTRE CALIDAD,AUTENTICIDAD,PRACTICIDAD,ENTRE OTROS ¿CUANTO ESTARIA DISPONIBLE A INVERTIR POR UNO DE ELLOS?

69 respuestas



Fuente: esta investigación.

**7.1 Cadena de Comercialización**

La cadena de comercialización de los bolsos a base de yute sigue las siguientes actividades:



Proveedores de insumos: Corresponde al productor de tela en fique, son todos aquellos que facilitan la provisión de la materia prima y demás insumos necesarios para la fabricación de la bolsa en fique.

Producción: Corresponde a la fabricación de la bolsa de fique.

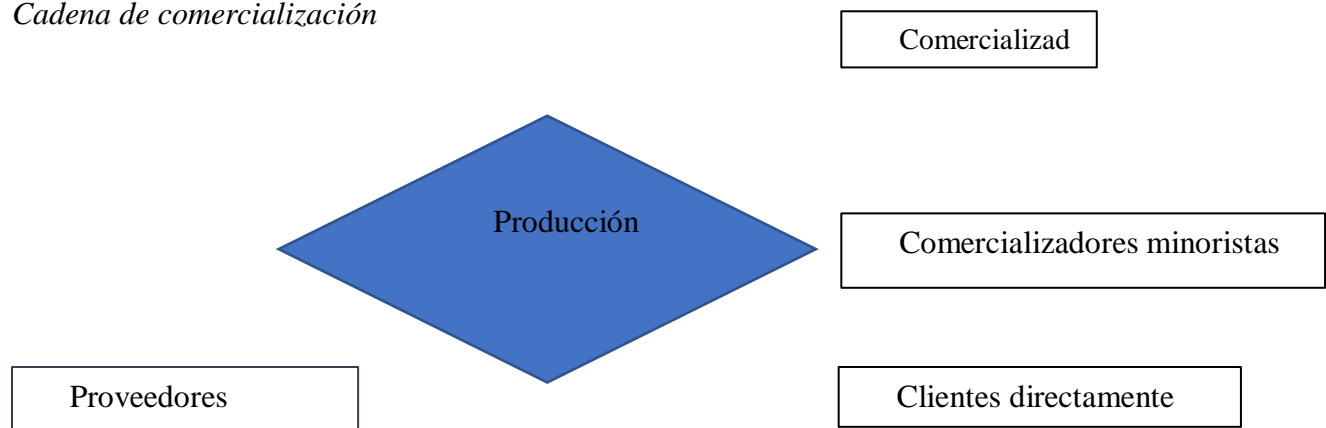
Comercializadores Mayoristas: Corresponde a la misma empresa productora que distribuye a los principales supermercados de cadena de Bogotá.

Comercializadores Minoristas: Corresponde a los principales supermercados de cadena de Bogotá que vende directamente la bolsa de fique al consumidor final.

Consumidor final: Corresponde al cliente o miembro de las familias Bogotanas de los estratos tres, cuatro y cinco.

### Figura 15

*Cadena de comercialización*



Fuente: elaboración propia.

## 8. Control de calidad

En la materia prima



La tela a base de yute antes de ser traída debe cumplir con unos requisitos básicos para hacer el pedido final para empezar la producción.

\*Sera pedido una muestra de la tela a base de yute al proveedor como mínimo de 1 metro la cual será inspeccionada por nuestro personal y realizará las pruebas pertinentes como el proceso de lavado y planchado de la misma, en diferentes tiempos con diferentes temperaturas de agua para revisar que la tela cumpla con los estándares de calidad para el producto terminado.

\*Se pedirán muestras de al menos una unidad para los demás accesorios para proceder hacer un modelo de los bolsos a base de yute antes de empezar la producción final.

\*Al momento que las materias primas se han autorizadas por calidad se procederá a solicitar la materia prima final la cual en el momento que el proveedor nos entregue la misma será inspeccionada que venga de manera adecuada, completa y limpia para proceder a la producción final.

En el proceso

Se deberá controlar la temperatura a la que se va a lavar la tela la cual no puede exceder los 60 grados centígrados para que no pierda los colores y se agriete la tela ,se deberá utilizar jabón en barra para que no tienda a blanquear el tejido y como ultimo proceso para obtener un acabado perfecto basta planchar el yute húmedo a una temperatura máxima pero no sobre la tela directamente ya que puede desprenderse y dañarse ,se deberá poner encima del tejido una tela de algodón que la proteja al momento del planchado y este proceso se realizara hasta que la tela este completamente lisa y no tenga ninguna arruga.

En el producto final

Los bolsos a base de Yute deben cumplir con las siguientes especificaciones: Tela de yute 100% lisa, limpia con los estampados disponibles para la venta con capacidad de 8.68 lt, dimensiones alto 31 cm x ancho 28 cm x profundo 10, peso 309gr.



## 9. Plan financiero

Este punto está enfocado hacia la viabilidad financiera en cuanto a la producción y comercialización de bolsos ecológicos a base de yute, esperando como resultado determinar la inversión, estabilidad y rendimiento del negocio puesto en marcha.

## 9.1 hoja de costos producto “MOLAN”

**Tabla 1**

*A continuación se presenta la tabla de costos y descripción de los materiales principales*

Descripción de los Materiales Principales						
CÓDIGO	MATERIAL PRINCIPAL	PROVEEDOR	U / M	CONSUMO	COSTO/U.M	COSTO MATERIAL
MP0905203220373	TELA YUTE BLANCO LAMINADO	SUPERDECO	MT	1,5	\$ 17.850	\$ 26.775
MP0904703140024	TELA BRIONY	CASATEXIL	MT	1	\$ 2.500	\$ 2.500
MP0904303070024	CUERO SMOOTH CAFÉ	BIOCUEROS	MT	0,9	\$ 10.750	\$ 9.675
<b>TOTAL MATERIAL PRINCIPAL</b>						<b>\$ 38.950</b>
Descripción de los Insumos y Accesorios						
CÓDIGO IN	INSUMOS Y ACCESORIOS	PROVEEDOR	U / M	CONSUMO	COSTO/U.M	COSTO MATERIAL
MP0603402320037	CREMALLERA PRINCIPAL	LA MINA ADORNOS	UN	1	\$ 2.700	\$ 2.700
MP0603402200037	CREMALLERA BOLSILLO INTERNO	LA MINA ADORNOS	UN	2	\$ 900	\$ 1.800
MP0302501310318	MOSQUETONES	HERRAJES DEL RESTREPO	UN	2	\$ 1.200	\$ 2.400
MP0100808340035	GS DORADO 13 MM REF 693	HERRAJES DEL RESTREPO	UN	2	\$ 163	\$ 326
MP0803709200296	MARQUILLA	EXPOMARQUILLAS	UN	2	\$ 35	\$ 70
MP0503201960040	HILO NEGRO C9700	COATS	UN	0,1	\$ 9.050	\$ 905
MP0503101950050	HILAZA BLANCO NYLON	PROHESA	UN	0,15	\$ 23.495	\$ 3.524
<b>TOTAL INSUMOS Y ACCESORIOS</b>						<b>\$ 11.725</b>
Descripción de los Materiales de Empaque						
CODIGO EMP	MATERIAL DE EMPAQUE	PROVEEDOR	U / M	CONSUMO	COSTO/U.M	COSTO MATERIAL
MP0703605300037	BOLSA	EMPAQUES HERMETICOS T	UN	1	\$ 1.650	\$ 1.650
MP0703609340037	ETIQUETAS	INOVATION	UN	3	\$ 102	\$ 306
<b>TOTAL MATERIAL DE EMPAQUE</b>						<b>\$ 1.956</b>
<b>TOTAL COSTO MATERIAS PRIMAS E INSUMOS y ACCESORIOS</b>						<b>\$ 52.631</b>

Fuente: elaboración propia

Como podemos observar en la tabla anterior, se realizó la clasificación de la materia prima necesaria para la elaboración de los bolsos, en tres categorías que son:

- Materiales principales: esta categoría hace referencia a los materiales esenciales para la confección y producción tales como la tela yute, forro y cuero ecológico representando el consumo por unidad.
- Insumos y accesorios: en esta segunda categoría tenemos la parte de accesorios lo que le da un detalle a
- adicional al producto terminado como lo son la parte de herrajes, marquillas y hilos.
- Materiales de empaque: por último, pero no menos importante tenemos los materiales necesarios para el embalaje el producto terminado, en esta categoría tenemos las bolsas y etiquetas.

La información del consumo de material de la tabla 1 está basado bajo el análisis de las cantidades requeridas para la elaboración de un bolso, los precios de los materiales principales han sido seleccionados de acuerdo con las cotizaciones realizadas a diferentes proveedores optando por el precio más favorable del mercado.

**Tabla 2**

*Descripción de los costos de la prenda*

Descripción de los Costos de la Prenda		
TIEMPO STANDARD		40
CANTIDAD ESTIMADA DE PRODUCCION		18
Costo de Mano De Obra Directa CORTE	\$ 105,30	\$ 4.212
Costo de Mano de obra Directa FABRICACION	\$ 210,61	\$ 8.424
Costo de Administración Producción (MOI)	\$ 124,46	\$ 4.979
<b>TOTAL COSTO DE OPERACIÓN</b>		<b>\$ 17.615</b>

Fuente: elaboración propia



Siguiendo con los costos de fabricación, tenemos los costos de mano de obra directa (MOD), para la cual se requiere de 3 operarios que realizaran las funciones de corte (1 operario) y confección (2 operarios), seguido de un supervisor el cual cumple la función de realizar la revisión de calidad y control de los procesos respectivos.

Para la cantidad estimada de producción mensual se realizó el cálculo bajo las horas hombre laboradas dependiendo del tiempo estándar que se incurre en la elaboración del bolso que corresponde a 40 minutos por unidad.

**Tabla 3**

*Cálculo de horas hombres trabajadas*

	<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
	Numero de operarios	3
X	Tiempo lab. Por operario mensual	240
=	Tiempo total mensual	720
÷	Tiempo estimado de producción por unidad	40
=	Unidades mensuales	18

Seguido a esto se procede a realizar la respectiva nomina para establecer el valor del minuto laborado teniendo en cuenta salarios, parafiscales y prestaciones sociales.

**Tabla 4**

*Nomina*

EMPLEADO	SALARIO DEVENGADO	AUXILIO DE TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	DCTO SALUD	DCTO FDP	TOTAL DEDUCCIONES	TOTAL A PAGAR
OPERARIO 1	\$ 1.000.000	\$ 117.172	\$ 1.117.172	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 80.000	\$1.037.172
OPERARIO 2	\$ 1.000.000	\$ 117.172	\$ 1.117.172	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 80.000	\$1.037.172
OPERARIO 3	\$ 1.000.000	\$ 117.172	\$ 1.117.172	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 80.000	\$1.037.172
SUPERVISOR	\$ 1.200.000	\$ 117.172	\$ 1.317.172	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 96.000	\$1.221.172
AUXILIAR	\$ 1.000.000	\$ 117.172	\$ 1.117.172	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 80.000	\$1.037.172
				\$ -			
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.200.000</b>	<b>\$ 585.860</b>	<b>\$ 5.785.860</b>	<b>\$ 208.000</b>	<b>\$ 208.000</b>	<b>\$ 416.000</b>	<b>\$ 5.369.860</b>

Fuente: esta investigación.

**Tabla 5**

*Provisión de prestaciones sociales*

EMPLEADO	PROVISION DE PRESTACIONES SOCIALES				
	CESANTIAS 8,33%	INT. DE CESANTIAS 1%	PRIMA DE SERVICIOS 8,33%	VACACIONES 4,17%	TOTAL PRESTACIONES
OPERARIO 1	93.060	931	93.060	41.700	228.751
OPERARIO 2	93.060	931	93.060	41.700	228.751
OPERARIO 3	93.060	931	93.060	41.700	228.751
SUPERVISOR	109.720	1.097	109.720	50.040	270.578
AUXILIAR	93.060	931	93.060	41.700	228.751
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 481.962</b>	<b>\$ 4.820</b>	<b>\$ 481.962</b>	<b>\$ 216.840</b>	<b>\$ 1.185.584</b>

Fuente: esta investigación.

**Tabla 6**

*Seguridad social y parafiscales*

SEGURIDAD SOCIAL Y PARAFISCALES				
EMPLEADO	PENSION 12%	CAJA 4%	ARL 1.044%	TOTAL SEG PARAF
OPERARIO 1	120.000	40.000	10.440	170.440
OPERARIO 2	120.000	40.000	10.440	170.440
OPERARIO 3	120.000	40.000	10.440	170.440
SUPERVISOR	144.000	48.000	12.528	204.528
AUXILIAR	120.000	40.000	5.220	165.220
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 624.000</b>	<b>\$ 208.000</b>	<b>\$ 49.068</b>	<b>\$ 881.068</b>

Fuente: esta investigación.

Los valores anteriormente ilustrados son de acuerdo con las leyes colombianas establecidas en el código sustantivo del trabajo y tarifa de S.M.L.M.V (Salario Mínimo Legal Mensual Vigente).

De acuerdo con la información del gasto mensual de mano de obra directa, procedemos a realizar el cálculo del valor minuto teniendo en cuenta el tiempo mensual laborado.

### Tabla 7

*Valor minuto mensual de operarios.*

Concepto	Valor
Salario * persona + cargas prestacionales	\$ 1.516.363
	\$
Valor hora * persona	6.318
Valor minuto * persona	\$



**Tabla 8**

*Valor minuto mensual de supervisor*

Concepto	Valor
Salario * persona + cargas prestacionales	\$ 1.792.278
	\$
Valor hora * persona	7.468
	\$
Valor minuto	124

o

**Tabla 9**

*Descripción de los costos de prenda*

Descripción de los Costos de la Prenda		
Gastos de Administración (Personal)	\$ 105,30	\$ 4.212
Gastos Generales Administración y Ventas	\$ 517.500	\$ 28.750
Gastos Financieros y no operacionales		\$ 7.299
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACION</b>		<b>\$ 40.261</b>
<b>TOTAL COSTO BASE</b>		<b>\$ 110.507</b>
FACTOR P.V.M.	15%	\$ 16.576
MARGEN DE COMERCIALIZACION	10%	\$ 11.051
<b>PRECIO DE VENTA ANTES DE IVA</b>		<b>138.134</b>
PRECIO DE VENTA + IVA	19%	<b>\$ 164.380</b>

Fuente: esta investigación.

En la última parte de la hoja de costo tenemos los CIF (costos indirectos de fabricación) en la que se tiene en cuenta el valor de una persona adicional para cumplir las funciones administrativas (ver anexo nomina empleado auxiliar) gastos generales de administración y ventas que hace referencia los costos indirectos fijos entre los que se encuentran servicio de luz, agua, aseo y cafetería, telefonía e internet entre otros y los gastos financieros que se tiene un valor estándar del 35% que en términos generales hace énfasis a la renta.

### **Figura 16**

*Ilustración del producto terminado*



Fuente: esta investigación.

### **9.2. Situación financiera**

A continuación, se evidencia la situación financiera en la que se encuentra la empresa para la inversión del nuevo producto:

### **Figura 17**

*Situación financiera de la empresa*



**FAHYOL S.A.S**  
**Nit: 901.523.689-7**  
**Estado de Situación Financiera**  
**31 de diciembre del 2021**  
**Expresado en Pesos Colombianos**

	2021
<b>ACTIVO</b>	
<b>Activo Corriente</b>	
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	16.536.625
Cuentas Comerciales por Cobrar y Otras Cuentas Po	5.976.986
Activos por Impuestos Corrientes	0
Inventarios	0
Otros Activos Financieros	
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>22.513.611</b>
<b>Activo No Corriente</b>	
Propiedad Planta y Equipo	9.750.000
<b>Activo No Corriente</b>	<b>9.750.000</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>32.263.611</b>

Fuente: esta investigación.



## PASIVO

<b>Pasivo Corriente</b>	0
Pasivos Por Impuestos Corrientes	12.185.733
Obligaciones financieras corrientes	
Cuentas Por Pagar Comerciales y Otras Cuentas por l	400.000
Beneficios a Empleados	2.537.410
<b>Pasivo Corriente</b>	<b>15.123.143</b>
<b>Pasivo no Corriente</b>	
Obligaciones financieras No corrientes	0
<b>Total Pasivo no Corriente</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>15.123.143</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Capital Emitido	6.000.000
Utilidades del Ejercicio	11.140.468
Utilidades o Excedentes Acumula	0
Utilidades o Pérdidas por Conver:	0
Otras Reservas	0
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>17.140.468</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>32.263.611</b>

Fuente: esta investigación.



**FAHYOL S.A.S**  
**Nit: 901.523.689-7**  
**Estado de Resultado Integral**  
**Del 1 de enero al 31 de diciembre de:2021**  
**Expresado en Pesos Colombianos**

CONCEPTO	2021
Ingreso Por Actividades Ordinarias	56.512.988
Costo de Ventas	38.222.161
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>18.290.827</b>
Gastos de Admistracion	2.400.000
<b>Ganancias o Perdidas por Actividades de Operacion</b>	<b>15.890.827</b>
Ingresos Financieros	0
Gastos Financieros	226.052
Otros gastos	0
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>15.664.776</b>
Gastos por Impuestos Corrientes	4.524.308
<b>Ganancia o (Perdida)</b>	<b>11.140.468</b>

Fuente: esta investigación.

### 9.3 Análisis de la situación actual de la empresa

De acuerdo con los estados financieros al cierre de 2021 se evidencia que es viable tener una financiación directa de las ganancias generadas por parte de la empresa para la cual se generan las siguientes proyecciones



**FAHYOL S.A.S**  
**Nit: 901.523.689-7**  
**Estado de Situación Financiera Proyectado a 5 años**  
**Expresado en Pesos Colombianos**

	2022	2023	2024	2025	2026
<b>ACTIVO</b>					
<b>Activo Corriente</b>					
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	3.580.414	3.583.228	5.450.236	8.687.350	13.490.081
Cuentas Comerciales por Cobrar y Ot	0	0	0	0	0
Activos por Impuestos Corrientes	119.348	138.724	167.731	209.885	267.814
Inventarios	7.577.425	11.277.382	14.987.815	20.562.384	29.377.060
Otros Activos Financieros					
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>11.277.186</b>	<b>14.999.333</b>	<b>20.605.782</b>	<b>29.459.619</b>	<b>43.134.955</b>
<b>Activo No Corriente</b>					
Propiedad Planta y Equipo	3.510.000	3.120.000	2.730.000	2.340.000	1.950.000
<b>Activo No Corriente</b>	<b>3.510.000</b>	<b>3.120.000</b>	<b>2.730.000</b>	<b>2.340.000</b>	<b>1.950.000</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>14.787.186</b>	<b>18.119.333</b>	<b>23.335.782</b>	<b>31.799.619</b>	<b>45.084.955</b>
<b>PASIVO</b>					
<b>Pasivo Corriente</b>					
Pasivos Por Impuestos Corrientes	1.129.853	1.530.976	2.334.212	3.765.061	5.972.622
Beneficios a Empleados	1.601.573	1.740.910	1.897.591	2.064.580	2.250.392
<b>Pasivo Corriente</b>	<b>2.731.426</b>	<b>3.271.885</b>	<b>4.231.803</b>	<b>5.829.641</b>	<b>8.223.013</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>2.731.426</b>	<b>3.271.885</b>	<b>4.231.803</b>	<b>5.829.641</b>	<b>8.223.013</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital Emitido	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Utilidades del Ejercicio	2.060.560	2.792.105	4.257.000	6.866.500	10.892.521
Utilidades o Excedentes Acumula		2.060.560	4.852.665	9.109.666	15.976.166
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>12.060.560</b>	<b>14.852.665</b>	<b>19.109.666</b>	<b>25.976.166</b>	<b>36.868.687</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>14.791.986</b>	<b>18.124.551</b>	<b>23.341.469</b>	<b>31.805.806</b>	<b>45.091.700</b>

Fuente: esta investigación.

<b>ESTADO DE RESULTADO ROYECTADO</b>						
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
ITEMS	VALOR	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
VENTAS		29.836.944	34.680.972	41.932.763	52.471.305	66.953.385
OTROS INGRESOS GRAVABLES		-	-	-	-	-
GASTOS OPERACIONALES		3.804.821	4.342.633	5.064.812	6.006.462	7.201.748
COSTO PRODUC		20.064.752	22.900.905	26.709.325	31.675.123	37.978.472
OTROS COSTOS		2.386.957	2.724.354	3.177.414	3.768.159	4.518.022
DEPRECIACION		390.000	390.000	390.000	390.000	390.000
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP.</b>		<b>3.190.414</b>	<b>4.323.081</b>	<b>6.591.212</b>	<b>10.631.561</b>	<b>16.865.143</b>
IMPU CAUSADOS		1.129.853	1.530.976	2.334.212	3.765.061	5.972.622
IMPU PAGADS			1.129.853	1.530.976	2.334.212	3.765.061
DEPRECIACION		390.000	390.000	390.000	390.000	390.000
INVERSION TOTAL	10.000.000					
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	(10.000.000)	<b>3.580.414</b>	<b>3.583.228</b>	<b>5.450.236</b>	<b>8.687.350</b>	<b>13.490.081</b>
<b>FLUJO DE CAJA ACUMULADO</b>	(10.000.000)	<b>(6.419.586)</b>	<b>(2.836.359)</b>	<b>2.613.877</b>	<b>11.301.227</b>	<b>24.791.308</b>
VALOR DEL VPN	8.236.965					
VALOR TIR	45,153%					
PUNTO EQUILIBRIO	0	24	19	14	9	7
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>		<b>10,7</b>	<b>12,5</b>	<b>15,7</b>	<b>20,3</b>	<b>25,2</b>

Fuente: esta investigación.



#### **9.4 Análisis de las proyecciones**

Realizando el respectivo análisis de las proyecciones presentadas, en el restado de resultado, podemos observar que el primer año la empresa da un margen de utilidad del 10,7% y se estima que crezca aun punto máximo de 25,2% para el quinto año de operación.

En cuanto al punto de equilibrio, la empresa debe vender un total de 73 bolsos con los cuales debe cubrir los costos fijos para no generar ganancias ni perdidas.

el indicador VPN (Valor Presente Neto) es fundamental para considerar la viabilidad del proyecto, por lo cual en esta proyección nos muestra un valor de \$8.236.965, dicho valor es positivo y nos muestra que si es viable la inversión.

Por otro lado, la TIR (Tasa Interna de Retorno) complementa al indicador VPN dando como resultado, dicho indicador nos muestra que tan seductor es el proyecto dando como resultado 45.15%, por lo que se deduce que si es recomendable el proyecto.

#### **9.5 Análisis de inversión**


Se evalúa los fondos de inversión inicial para comparar la utilidad que obtendría el socio capitalista con nuestro producto vs lo que le ofrece diferentes entidades financieras por la misma cantidad de dinero y por el mismo periodo de tiempo.

se planteó un escenario en el cual se obtiene el valor total del préstamo a solicitar ante la entidad financiera donde el resultado es de \$10.000.000 (Ver anexo 1) que cubre el costo total de la producción del primer mes, con unas proyecciones máximas de tres meses en los gastos y costos fijos y variables. Con lo anterior se procede hacer un estudio de un préstamo que se solicitara con una entidad financiera se generan unos intereses, para llevar a cabo la estimación de dichos

intereses se evaluó mediante la página “Comparabien” el promedio de las tasas efectivas anuales en distintas entidades financieras;

**Figura 18**

*Análisis de inversión*

Producto	Valor Cuota	Tasa de Interés (%EA)	Pago Total	Cargos x mes	Desgra-uamen	Más Info
Libre inversión 	\$219.312	11,99% (hasta 27,61%)	\$13.158.720	\$0	N/A	
Compra Cartera Cupo Rotativo 	\$219.357	12,00% (hasta 16,40%)	\$13.161.420	\$0	N/A	
Libre Inversión 	\$221.618	12,50% (hasta 27,71%)	\$13.297.080	\$0	N/A	
Libre Inversión 	\$221.844	12,55% (hasta 18,16%)	\$13.310.640	\$0	0,0360%	

<https://comparabien.com.co/creditos-consumo>





## 10. Conclusiones y logros

Este plan de negocios se llevó a cabo con el fin de establecer las bases y elementos para la viabilidad en la fabricación y comercialización de bolsos ecológicos a base de yute, tener un contexto más puntual en la parte financiera, de acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio realizado podemos concluir que:

¿Se alcanzó el objetivo general?

De acuerdo con el objetivo general de este proyecto se determina que es viable la fabricación del producto MOLAN ya que es nuevo, innovador y amigable con el medio ambiente además basados en los resultados de la encuesta realizada vía web a personas de diferente edad, estratos, entre otros, evidenciamos que el producto es acogido y aceptado favorablemente por los clientes, además se llegó a la conclusión que para lograr competir y mantener la inversión en un periodo de 5 años se necesita de la fabricación y comercialización, mínimo de 73 bolsos, por otro lado la TIR nos muestra la viabilidad del proyecto, dando como resultado 45.15% ,se evidencia una VAN positiva lo cual nos indica que es factible, un margen de utilidad del 10,7% y se estima que crezca aun punto máximo de 25,2% para el quinto año de operación.

Se recomienda realizar este plan de negocio antes de que culmine el año 2022, esto debido, al cambio en cuanto a tasas financieras, incrementos en la parte prestacional como lo son; salarios, auxilio de transporte, parafiscales, y prestaciones sociales, además de incrementos de gastos fijos y variables que nos llevarían tener sobre costos, por ende, a replantear la viabilidad financiera del proyecto.

La proyección del precio a la venta se encuentra altamente competitivo y dentro de los precios apetecidos por los clientes para la adquisición de este producto.

¿Qué limitaciones tiene el trabajo?

Según el estudio realizado no se evidencia ninguna limitación para la fabricación y comercialización del producto MOLAN, teniendo en cuenta los indicadores que reflejan que el proyecto es favorable, esto sustentado en el capítulo de financiación.

Por otro lado, debemos tener en cuenta las condiciones socioeconómicas que podríamos enfrentar a futuro, como lo evidenciamos con la pandemia del COVID que nos hizo cambiar nuestro estilo de vida, para la cual debemos estar siempre a la vanguardia de los cambios en los métodos de fabricación y comercialización para ser altamente competitivos.

¿Qué futuras investigaciones podrían realizarse?

Se plantea estudiar a futuro la expansión de la línea ecológica Molan fabricando diversos productos como lo son: billeteras, cinturones, maletines, entre otros.

además, realizar el estudio de viabilidad para su comercialización a nivel nacional y mundial, teniendo como base el presente estudio realizado, teniendo en cuenta la variación en los diferentes costos y gastos en los que se incurren para la fabricación del producto MOLAN.

Otra investigación que se realizaría a futuro es la apertura de puntos físicos de venta a lo largo del territorio nacional, esto con el propósito de generar mayores ingresos y tener un mayor alcance y reconocimiento.

Se recomienda generar esquemas de alianza con el estado para fomentar la moda sostenible en todo el territorio colombiano ya que el cambio climático es un tema que nos compete a todos.



## 11. Referencias

- BBVA. (2022). *Comunicaciones*. BBVA. <https://www.bbva.com/>. recuperado de <https://www.bbva.com/es/autores-invitados/communications/>
- Blog de Zendesk. (2021). *¿Qué es el modelo Canvas? Tu plan de negocios paso a paso*. BLOG DE ZENDESK. recuperado de: <https://www.zendesk.com.mx/blog/modelo-canvas-que-es/#:~:text=El%20modelo%20Canvas%20es%20una,y%20simplificado%20de%20la%20empresa.>
- COLOMBIA.CO. (2022). *Moda sostenible en Colombia, mucho más que una tendencia*. <https://www.colombia.co/marca-colombia/aliados/empresas/moda/moda-sostenible-en-colombia-mucho-mas-que-una-tendencia/>
- Generación Vitnik. (2019). *El desafío que nos moviliza*. <http://www.generacionvitnik.com/2018/08/06/la-industria-textil-y-la-problematica-ambiental/>
- GestioPolis.com Experto. (2020). *El Plan de Negocios, qué es, beneficios, características, formulación y estructura*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/que-es-un-plan-de-negocios/>
- Hisour Arte Cultura Historia. (2022). *Moda sostenible*. Obtenido de <https://www.hisour.com/es/sustainable-fashion-40482/>
- Murillo, Y. S. (2018). *Plan de negocios para la fabricación de bolsos a partir de ropa*. Bogotá: Universidad Santo Tomas.



<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/14048/2018yadiramurillo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Naciones Unidas. (2019). *El costo ambiental de estar a la moda.*

<https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161#:~:text=La%20industria%20de%20la%20moda%20es%20responsable%20del%2020%25%20del,duplic%C3%B3entre%202000%20y%202014:>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura. (24 de marzo de 2022). *Fibras del futuro.* <https://www.fao.org/economic/futurefibres/fibres/jute/es/>

Pacto Global Colombia. (2022). *Pacto Global Colombia.*

<https://www.businessoffashion.com/articles/sustainability/sustainability-what-brands-are-prioritising-in-2021/>

Procolombia. (2021). *Colombia llega a MAGIC 2021 con una tendencia clara: Moda sostenible y socialmente responsable.* <https://procolombia.co/noticias/colombia-llega-magic-2021-con-una-tendencia-clara-moda-sostenible-y-socialmente-responsable.>

Programa de Biocomercio Sostenible. (2022). *Programa de Biocomercio Sostenible.* [https://www.minambiente.gov.co/negocios-verdes/programa-de-biocomercio-sostenible/.](https://www.minambiente.gov.co/negocios-verdes/programa-de-biocomercio-sostenible/)

Semana. (2022). *Industria textil colombiana pone de moda la sostenibilidad* <https://www.semana.com/mejor-colombia/articulo/con-telas-de-fibra-de-plastico-y-algodon-reciclado-la-industria-textil-colombiana-contribuye-a-la-descontaminacion-de-los-oceanos/202100/>

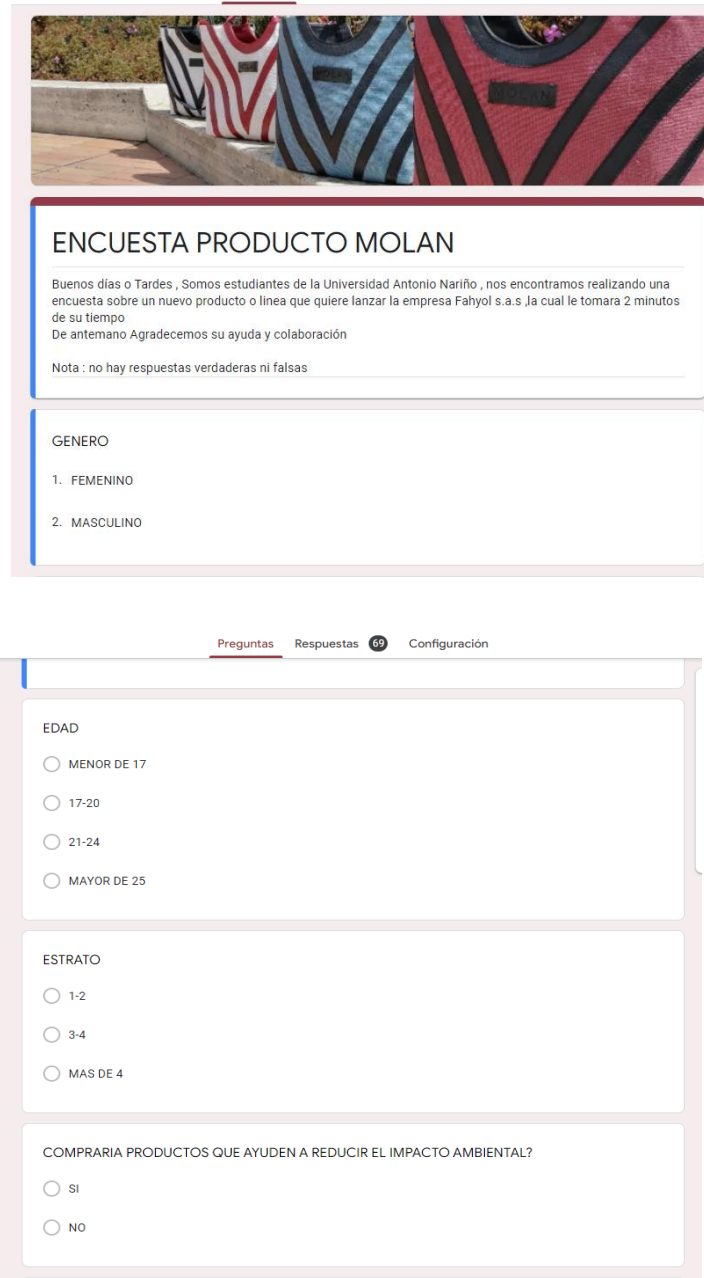


VOGUE. (2020). *Moda sostenible: una guía para saber (verdaderamente) qué es...*

<https://www.vogue.mx/moda/articulo/moda-sostenible-que-es-definicion>

## 12. Anexos

### Encuesta.



**ENCUESTA PRODUCTO MOLAN**

Buenos días o Tardes , Somos estudiantes de la Universidad Antonio Nariño , nos encontramos realizando una encuesta sobre un nuevo producto o línea que quiere lanzar la empresa Fahyol s.a.s ,La cual le tomara 2 minutos de su tiempo  
De antemano Agradecemos su ayuda y colaboración  
Nota : no hay respuestas verdaderas ni falsas

**GENERO**

1. FEMENINO
2. MASCULINO

Preguntas Respuestas **69** Configuración

**EDAD**

MENOR DE 17

17-20

21-24

MAYOR DE 25

**ESTRATO**

1-2

3-4

MAS DE 4

**COMPRARIA PRODUCTOS QUE AYUDEN A REDUCIR EL IMPACTO AMBIENTAL?**

SI

NO

Fuente: esta investigación.

LA MODA SOSTENIBLE ES UNA NUEVA FORMA DE ENTENDER EL NEGOCIO TEXTIL Y DE HACERLO COMPATIBLE CON EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE, EL CUIDADO DE LOS ENTORNOS, LA JUSTICIA SOCIAL Y LA REDUCCIÓN DE LA POBREZA EN EL MUNDO, EL YUTE ES UN MATERIAL 100% BIODEGRADABLE Y RECICLABLE. TENIENDO EN CUENTA LO ANTERIORMENTE MENCIONADO ¿COMPRARÍA BOLSOS ECOLÓGICOS REALIZADOS A BASE DE YUTE ?

- SI
- NO

...

PARA NOSOTROS ES PRIMORDIAL Y ENTENDIBLE QUE CADA PERSONA TIENE GUSTOS Y NECESIDADES DIFERENTES AL MOMENTO DE ADQUIRIR UN NUEVO PRODUCTO, EN ESTE CASO NOS GUSTARÍA SABER LAS MÁS IMPORTANTES PARA TI RESPECTO A LOS BOLSOS HECHOS A BASE DE YUTE ?

- DURABILIDAD Y CALIDAD EXCELENTE
- AUTENTICIDAD
- PRODUCTO SOSTENIBLE
- CON MUCHOS BOLSILLOS
- TODAS LAS ANTERIORES

CUANDO COMPRAMOS UN PRODUCTO NOS GUSTA SENTIRNOS IDENTIFICADOS, QUE VAYA CON NUESTRO ESTILO Y QUE, POR SUPUESTO NOS AGRADE, ¿PARÁ TI CUAL ES EL MOTIVO PRINCIPAL PARA INVERTIR EN NUESTROS BOLSOS?

- USO PERSONAL
- ESTUDIOS
- REGALO

AL MOMENTO DE REALIZAR UNA COMPRA QUEREMOS ESTAR COMODOS EN NUESTRA CASA SIN CORRER NINGUN RIESGO COMO PROBLEMAS PÚBLICOS, LOCATIVOS, ENTRE OTROS, ¿COMO LE GUSTARÍA EFECTUAR SU COMPRA ?

- TIENDA FÍSICA
- ONLINE-PÁGINA WEB

Fuente: esta investigación.

TODOS TENEMOS UNA ALAMA COMPULSIVA QUE NOS INDICA QUE COMPRARNOS Y EN QUE MOMENTO.¿NOS GUSTARIA SABER CON QUE FRECUENCIA ADQUIERES UN BOLSO ?

- SEMANAL
- MENSUAL
- TRIMESTRAL
- SEMESTRAL
- BIMESTRAL
- ANUAL

TENIENDO EN CUENTA QUE NUESTRO PRODUCTO ES UNICO CON DIVERSAS CUALIDADES ENTRE CALIDAD,AUTENTICIDAD,PRACTICIDAD,ENTRE OTROS ¿CUANTO ESTARIA DISPONIBLE A INVERTIR POR UNO DE ELLOS?

- \$50.000 A \$70.000
- \$71.000 A \$90.000
- \$91.000 A \$160.000
- MAS DE \$161.000

TE AGRADECEMOS POR TU COLABORACION Y RESPUESTA EN ESTA ENCUESTA QUE NOS AYUDARA MUCHO A LA OBTENCION DE NUESTRO GRADO COMO PROFESIONALES

Descripción (opcional)

Fuente: esta investigación.



## Productos terminados

Fuente: esta investigación.





Fuente: esta investigación.



Fuente: esta investigación.

**CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL**

Fecha Expedición: 22 de octubre de 2021 Hora: 13:28:37  
Recibo No. AB21501428  
Valor: \$ 6,200

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN B215014281E516

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a [www.ccb.org.co/certificadoselectronicos](http://www.ccb.org.co/certificadoselectronicos) y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

**CON FUNDAMENTO EN LA MATRÍCULA E INSCRIPCIONES EFECTUADAS EN EL REGISTRO MERCANTIL, LA CÁMARA DE COMERCIO CERTIFICA:**

**NOMBRE, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO**

Razón social: FAHYOL SAS  
Nit: 901.523.689-7 Administración : Direccion  
Seccional De Impuestos De Bogota  
Domicilio principal: Soacha (Cundinamarca)

**MATRÍCULA**

Matrícula No. 03432759  
Fecha de matrícula: 22 de septiembre de 2021  
Grupo NIIF: GRUPO II

El empresario cumple con los requisitos de pequeña empresa joven para acceder al beneficio que establece el artículo 3 de la Ley 1780 del 2 de mayo de 2016, y que al realizar la matrícula mercantil informó bajo gravedad de juramento los siguientes datos:

El empresario FAHYOL SAS realizó la matrícula mercantil en la fecha: 22 de septiembre de 2021.

El número de trabajadores ocupados reportado por el empresario en la matrícula es de: 5.

**UBICACIÓN**

Dirección del domicilio principal: Tv 18 H No. 6 66  
Municipio: Soacha (Cundinamarca)  
Correo electrónico: fahyolsas@gmail.com  
Teléfono comercial 1: 3126690691  
Teléfono comercial 2: No reportó.  
Teléfono comercial 3: No reportó.

**CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL**

Fecha Expedición: 22 de octubre de 2021 Hora: 13:28:37  
Recibo No. AB21501428  
Valor: \$ 6,200

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN B215014281E516

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a [www.ccb.org.co/certificadoselectronicos](http://www.ccb.org.co/certificadoselectronicos) y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

Teléfono para notificación 1: 3126690691  
Teléfono para notificación 2: No reportó.  
Teléfono para notificación 3: No reportó.

La persona jurídica NO autorizó para recibir notificaciones personales a través de correo electrónico, de conformidad con lo establecido en los artículos 291 del Código General del Procesos y 67 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

**CONSTITUCIÓN**

Por Documento Privado No. sinnum del 16 de septiembre de 2021 de Asamblea de Accionistas, inscrito en esta Cámara de Comercio el 22 de septiembre de 2021, con el No. 02746320 del Libro IX, se constituyó la sociedad de naturaleza Comercial denominada FAHYOL SAS.

**TÉRMINO DE DURACIÓN**

La persona jurídica no se encuentra disuelta y su duración es indefinida.

**OBJETO SOCIAL**

La sociedad puede realizar, en Colombia y en el exterior cualquier actividad lícita, comercial o civil.

**CAPITAL**

**\* CAPITAL AUTORIZADO \***

Valor : \$6.000.000,00  
No. de acciones : 1.200,00  
Valor nominal : \$5.000,00

**\* CAPITAL SUSCRITO \***





CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Fecha Expedición: 22 de octubre de 2021 Hora: 13:28:37  
Recibo No. AB21501428  
Valor: \$ 6,200

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN B215014281E516

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a [www.ccb.org.co/certificadoselectronicos](http://www.ccb.org.co/certificadoselectronicos) y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

Valor : \$6.000.000,00  
No. de acciones : 1.200,00  
Valor nominal : \$5.000,00

\* CAPITAL PAGADO \*

Valor : \$6.000.000,00  
No. de acciones : 1.200,00  
Valor nominal : \$5.000,00

REPRESENTACIÓN LEGAL

La administración y representación legal de la sociedad está en cabeza del representante legal, quien tendrá un suplente que podrá reemplazarlo en sus faltas absolutas, temporales o accidentales.

FACULTADES Y LIMITACIONES DEL REPRESENTANTE LEGAL

Los representantes legales pueden celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad.

NOMBRAMIENTOS

REPRESENTANTES LEGALES

Por Documento Privado No. sinnum del 16 de septiembre de 2021, de Asamblea de Accionistas, inscrita en esta Cámara de Comercio el 22 de septiembre de 2021 con el No. 02746320 del Libro IX, se designó a:

CARGO	NOMBRE	IDENTIFICACIÓN
Representante Legal	Ramirez Rodriguez Robinson Fabian	C.C. No. 000001030612662
Suplente	Olga Rocio Tolosa	C.C. No. 000001030567178

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Fecha Expedición: 22 de octubre de 2021 Hora: 13:28:37  
Recibo No. AB21501428  
Valor: \$ 6,200

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN B215014281E516

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a [www.ccb.org.co/certificadoselectronicos](http://www.ccb.org.co/certificadoselectronicos) y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

Que, los datos del empresario y/o el establecimiento de comercio han sido puestos a disposición de la Policía Nacional a través de la consulta a la base de datos del RUES.

\n \n Señor empresario, si su empresa tiene activos inferiores a 30.000 SMLMV y una planta de personal de menos de 200 trabajadores, usted tiene derecho a recibir un descuento en el pago de los parafiscales de 75% en el primer año de constitución de su empresa, de 50% en el segundo año y de 25% en el tercer año. Ley 590 de 2000 y Decreto 525 de 2009. Recuerde ingresar a [www.supersociedades.gov.co](http://www.supersociedades.gov.co) para verificar si su empresa está obligada a remitir estados financieros. Evite sanciones.

El presente certificado no constituye permiso de funcionamiento en ningún caso.

Este certificado refleja la situación jurídica registral de la sociedad, a la fecha y hora de su expedición.

Este certificado fue generado electrónicamente con firma digital y cuenta con plena validez jurídica conforme a la Ley 527 de 1999.

Firma mecánica de conformidad con el Decreto 2150 de 1995 y la autorización impartida por la Superintendencia de Industria y Comercio, mediante el oficio del 18 de noviembre de 1996.

Fuente: Empresa Fahyol sas



<b>DIAN</b> POR UNA COLOMBIA MÁS HONESTA		<b>Formulario del Registro Único Tributario</b>		<b>001</b>	
2. Concepto <b>13</b> Actualización de oficio		4. Número de formulario <b>14800528667</b>			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) <b>9 0 1 5 2 3 6 8 9   7</b>		6. DV <b>7</b>		12. Dirección seccional Impuestos de Bogotá	
13. Buzón electrónico <b>3 2</b>					
<b>IDENTIFICACIÓN</b>					
24. Tipo de contribuyente Persona jurídica <b>1</b>		25. Tipo de documento		26. Número de identificación	
27. Fecha expedición		28. País		29. Departamento	
30. Ciudad/Municipio		31. Primer apellido		32. Segundo apellido	
33. Primer nombre		34. Otros nombres		35. Razón social <b>FAHYOL SAS</b>	
36. Nombre comercial <b>FAHYOL</b>		37. Signa			
<b>UBICACIÓN</b>					
38. País <b>COLOMBIA</b>		39. Departamento Cundinamarca		40. Ciudad/Municipio Soacha	
41. Dirección principal TV 18 H 6 66		42. Correo electrónico fahyolsas@gmail.com		44. Teléfono 1 3 1 2 6 6 9 0 6 9   45. Teléfono 2	
43. Código postal 2 5 0 0 5 4					
<b>CLASIFICACIÓN</b>					
46. Código 1 4 1 0   47. Fecha inicio actividad 2 0 2 1 0 9 0 1		48. Código 49. Fecha inicio actividad		50. Código 1 2	
51. Código		52. Número establecimientos			
<b>Responsabilidades, Calidades y Atributos</b>					
53. Código 5   4 2   4 8   5 2					
05- Impto. renta y compl. régimen ordinario					
42- Obligado a llevar contabilidad					
48 - Impuesto sobre las ventas - IVA					
52 - Facturador electrónico					
<b>Obligados aduaneros</b>			<b>Exportadores</b>		
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 uso exclusivo de la DIAN</b>					
59. Anexos SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		60. No. de Folios: <b>0</b>		61. Fecha: <b>2021 - 12 - 07 / 10 : 17: 50</b>	
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso. Parágrafo del artículo 1.5.1.2.20 del Decreto 1625 de 2016 Firma del solicitante:			Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: 984. Nombre <b>ACTUACIÓN DE OFICIO AUTOMÁTICA</b> 985. Carico		

Fuente: Empresa Fahyol sas



		<b>Declaración Retenciones en la Fuente</b>		PRIVADA	<b>350</b>
1. Año <b>2021</b>		3. Período <b>12</b>		4. Número de formulario <b>3505636515173</b>	
Espacio reservado para la DIAN 					
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) <b>9015236897</b>		6. DV <b>7</b>		7. Primer apellido	
8. Segundo apellido		9. Primer nombre		10. Otros nombres	
11. Razón social <b>FAHYOL SAS</b>		12. Cód. Dirección seccional <b>32</b>			
Si es una corrección indique: 25. Cód. anterior		26. No. Formulario anterior		96. Autorretenedores Personales Jurídicos exonerados de aportes (Art. 114-1 E.T.) Actividad económica principal <b>1410</b>	
97. Tarifa <b>0 - 4</b>					
<b>A título de impuesto sobre la renta y complementario</b>					
Concepto		Base sujeta a retención para pagos o abonos en cuenta		Retenciones a título de renta	
Rentas de trabajo	27	0	52	0	0
Rentas de pensiones	28	0	53	0	0
Honorarios	29	0	54	0	0
Comisiones	30	0	55	0	0
Servicios	31	0	56	0	0
Rendimientos financieros e intereses	32	0	57	0	0
Arrendamientos (Muebles e inmuebles)	33	0	58	0	0
Regalías y explotación de la propiedad intelectual	34	0	59	0	0
Dividendos y participaciones	35	0	60	0	0
Compras	36	0	61	0	0
Transacciones con tarjetas débito y crédito	37	0	62	0	0
Contratos de construcción	38	0	63	0	0
Enajenación de activos fijos de personas naturales ante notarios y autoridades de tránsito	39	0	64	0	0
Loterías, rifas, apuestas y similares	40	0	65	0	0
Otros pagos sujetos a retención	41	0	66	0	0
Contribuyentes exonerados de aportes (art. 114-1 E.T.)	42	56,513,000	67	226,000	0
Ventas	43	0	68	0	0
Honorarios	44	0	69	0	0
Comisiones	45	0	70	0	0
Servicios	46	0	71	0	0
Rendimientos financieros	47	0	72	0	0
Pagos mensuales provisionales de carácter voluntario (hidrocarburos y demás productos mineros)	48	0	73	0	0
Otros conceptos	49	0	74	0	0
Pagos o abonos en cuenta al exterior a países sin convenio	50	0	75	0	0
Pagos o abonos en cuenta al exterior a países con convenio vigente	51	0	76	0	0
Menos retenciones practicadas en exceso o indebidas o por operaciones anuladas, rescindidas o resueltas	77			0	0
<b>Total retenciones renta y complementario</b>	<b>78</b>			<b>226,000</b>	
<b>Retenciones practicadas por otros impuestos</b>					
A. Bases de IVA					
A responsables del impuesto sobre las ventas	79			0	
Practicadas por servicios a no residentes o no domiciliados	80			0	
Menos retenciones practicadas en exceso o indebidas o por operaciones anuladas, rescindidas o resueltas	81			0	
<b>Total retenciones IVA</b>	<b>82</b>			<b>0</b>	
<b>Retenciones impuesto timbre nacional</b>	<b>83</b>			<b>0</b>	
<b>Retenciones contribución laudos arbitrales</b>	<b>84</b>			<b>0</b>	
<b>Total retenciones</b>	<b>85</b>			<b>226,000</b>	
Sanciones	86			0	
<b>Total retenciones más sanciones</b>	<b>87</b>			<b>226,000</b>	
88. No. Identificación signatario		89. DV		980. Pago total \$ <b>0</b>	
981. Cód. Representación		997. Esp. de Firma de DIAN (Fecha Acuse de Recibo) <b>2022-01-24 / 09:15:06 AM</b>		996. Espacio para el número interno de la DIAN / Adhesivo <b>91000869356921</b>	
Firma del declarante o de quien lo representa					
982. Código Contador o Revisor Fiscal		Fecha Acuse de Recibo <b>2022-01-24</b>			
Firma Contador o Revisor Fiscal 994. Con salvedades		Firmado			
983. No. Tarjeta profesional <b>20223193399236</b>		5:06			

Fuente: Empresa Fahyol sas



DIAN		Declaración del Impuesto sobre las Ventas - IVA			PRIVADA	300																																																																																																																																																									
1. Año: 2021		3. Período: 6		4. Número de formulario: 3004643163040																																																																																																																																																											
Espacio reservado para la DIAN		4. Número de formulario: 3004643163040																																																																																																																																																													
5. Número de Identificación Tributaria (NIT): 9015236897		6. DV: 7	7. Primer apellido:	8. Segundo apellido:	9. Primer nombre:	10. Otros nombres:																																																																																																																																																									
11. Razón social: FAHYOL SAS		12. Cód. Dirección sectorial: 32																																																																																																																																																													
24. Periodicidad de la declaración: Bimestral		25. Cód. Si es una corrección indique:		26. No. Formulario anterior:																																																																																																																																																											
<table border="1"> <tr><td>Por operaciones gravadas al 5%</td><td>27</td><td>0</td></tr> <tr><td>Por operaciones gravadas a la tarifa general</td><td>28</td><td>56,513,000</td></tr> <tr><td>A.I.U. por operaciones gravadas (base gravable especial)</td><td>29</td><td>0</td></tr> <tr><td>Por exportación de bienes</td><td>30</td><td>0</td></tr> <tr><td>Por exportación de servicios</td><td>31</td><td>0</td></tr> <tr><td>Por ventas a sociedades de comercialización internacional</td><td>32</td><td>0</td></tr> <tr><td>Por ventas a zonas francas</td><td>33</td><td>0</td></tr> <tr><td>Por juegos de suerte y azar</td><td>34</td><td>0</td></tr> <tr><td>Por operaciones exentas (Arts. 477, 478 y 481 del ET)</td><td>35</td><td>0</td></tr> <tr><td>Por venta de cerveza de producción nacional o importada</td><td>36</td><td>0</td></tr> <tr><td>Por venta de gaseosas y similares</td><td>37</td><td>0</td></tr> <tr><td>Por venta de licores, aperitivos, vinos y similares</td><td>38</td><td>0</td></tr> <tr><td>Por operaciones excluidas</td><td>39</td><td>0</td></tr> <tr><td>Por operaciones no gravadas</td><td>40</td><td>0</td></tr> <tr><td><b>Total ingresos brutos</b></td><td><b>41</b></td><td><b>56,513,000</b></td></tr> <tr><td>Devoluciones en ventas anuladas, rescindidas o resultas</td><td>42</td><td>0</td></tr> <tr><td><b>Total ingresos netos recibidos durante el período</b></td><td><b>43</b></td><td><b>56,513,000</b></td></tr> </table>		Por operaciones gravadas al 5%	27	0	Por operaciones gravadas a la tarifa general	28	56,513,000	A.I.U. por operaciones gravadas (base gravable especial)	29	0	Por exportación de bienes	30	0	Por exportación de servicios	31	0	Por ventas a sociedades de comercialización internacional	32	0	Por ventas a zonas francas	33	0	Por juegos de suerte y azar	34	0	Por operaciones exentas (Arts. 477, 478 y 481 del ET)	35	0	Por venta de cerveza de producción nacional o importada	36	0	Por venta de gaseosas y similares	37	0	Por venta de licores, aperitivos, vinos y similares	38	0	Por operaciones excluidas	39	0	Por operaciones no gravadas	40	0	<b>Total ingresos brutos</b>	<b>41</b>	<b>56,513,000</b>	Devoluciones en ventas anuladas, rescindidas o resultas	42	0	<b>Total ingresos netos recibidos durante el período</b>	<b>43</b>	<b>56,513,000</b>	<table border="1"> <tr><td>En venta cerveza de producción nacional o importada</td><td>62</td><td>0</td></tr> <tr><td>En venta de gaseosas y similares</td><td>63</td><td>0</td></tr> <tr><td>En venta de licores, aperitivos, vinos y similares 5%</td><td>64</td><td>0</td></tr> <tr><td>En venta de inventario para acciones licores, vinos, cervezas, bebidas y donaciones IVA recuperado en devoluciones en compras anuladas, rescindidas o resultas</td><td>65</td><td>0</td></tr> <tr><td><b>Total impuesto generado por operaciones gravadas</b></td><td><b>67</b></td><td><b>10,738,000</b></td></tr> <tr><td>Por importaciones gravadas a tarifa del 5%</td><td>68</td><td>0</td></tr> <tr><td>Por importaciones gravadas a tarifa general</td><td>69</td><td>0</td></tr> <tr><td>De bienes y servicios gravados provenientes de Zonas Francas</td><td>70</td><td>0</td></tr> <tr><td>Por compras de bienes gravados a la tarifa 5%</td><td>71</td><td>0</td></tr> <tr><td>Por compras de bienes gravados a tarifa general</td><td>72</td><td>590,000</td></tr> <tr><td>Por licores, aperitivos, vinos y similares</td><td>73</td><td>0</td></tr> <tr><td>Por servicios gravados a la tarifa del 5%</td><td>74</td><td>0</td></tr> <tr><td>Por servicios gravados a la tarifa general</td><td>75</td><td>0</td></tr> <tr><td>Descuento IVA exploración hidrocarburos Art. 485-2 ET</td><td>76</td><td>0</td></tr> <tr><td><b>Total impuesto pagado o facturado</b></td><td><b>77</b></td><td><b>590,000</b></td></tr> <tr><td>IVA retenido por servicios prestados en Colombia por no domiciliados o no residentes IVA resultante por devoluciones en ventas anuladas, rescindidas o resultas</td><td>78</td><td>0</td></tr> <tr><td>IVA retenido por servicios prestados en Colombia por no domiciliados o no residentes IVA resultante por devoluciones en ventas anuladas, rescindidas o resultas</td><td>79</td><td>0</td></tr> <tr><td>Adulterio impuestos descontables (pérdida, hurto o castigo de inventarios)</td><td>80</td><td>0</td></tr> <tr><td><b>Total impuestos descontables</b></td><td><b>81</b></td><td><b>590,000</b></td></tr> <tr><td><b>Saldo a pagar por el período fiscal</b></td><td><b>82</b></td><td><b>10,148,000</b></td></tr> <tr><td><b>Saldo a favor del período fiscal</b></td><td><b>83</b></td><td><b>0</b></td></tr> <tr><td><b>Saldo a favor del período fiscal anterior</b></td><td><b>84</b></td><td><b>0</b></td></tr> <tr><td>Relaciones por IVA que le practican</td><td>85</td><td>0</td></tr> <tr><td><b>Saldo a pagar por impuesto</b></td><td><b>86</b></td><td><b>10,148,000</b></td></tr> <tr><td>Sanciones</td><td>87</td><td>0</td></tr> <tr><td><b>Total saldo a pagar</b></td><td><b>88</b></td><td><b>10,148,000</b></td></tr> <tr><td><b>Total saldo a favor</b></td><td><b>89</b></td><td><b>0</b></td></tr> <tr><td>Saldo a favor susceptible de devolución y/o compensación por el presente período</td><td>90</td><td>0</td></tr> <tr><td>Saldo a favor susceptible de ser devuelto y/o compensado a imputar en el período siguiente</td><td>91</td><td>0</td></tr> <tr><td>Saldo a favor sin derecho a dev. y/o compensación susceptible de ser imputado en el período siguiente</td><td>92</td><td>0</td></tr> <tr><td><b>Total saldo a favor a imputar al período siguiente</b></td><td><b>93</b></td><td><b>0</b></td></tr> <tr><td>Anticipo IVA</td><td>94</td><td>0</td></tr> <tr><td>Impuesto</td><td>95</td><td>0</td></tr> <tr><td>Exceso</td><td>96</td><td>0</td></tr> <tr><td><b>Total</b></td><td><b>100</b></td><td><b>0</b></td></tr> </table>		En venta cerveza de producción nacional o importada	62	0	En venta de gaseosas y similares	63	0	En venta de licores, aperitivos, vinos y similares 5%	64	0	En venta de inventario para acciones licores, vinos, cervezas, bebidas y donaciones IVA recuperado en devoluciones en compras anuladas, rescindidas o resultas	65	0	<b>Total impuesto generado por operaciones gravadas</b>	<b>67</b>	<b>10,738,000</b>	Por importaciones gravadas a tarifa del 5%	68	0	Por importaciones gravadas a tarifa general	69	0	De bienes y servicios gravados provenientes de Zonas Francas	70	0	Por compras de bienes gravados a la tarifa 5%	71	0	Por compras de bienes gravados a tarifa general	72	590,000	Por licores, aperitivos, vinos y similares	73	0	Por servicios gravados a la tarifa del 5%	74	0	Por servicios gravados a la tarifa general	75	0	Descuento IVA exploración hidrocarburos Art. 485-2 ET	76	0	<b>Total impuesto pagado o facturado</b>	<b>77</b>	<b>590,000</b>	IVA retenido por servicios prestados en Colombia por no domiciliados o no residentes IVA resultante por devoluciones en ventas anuladas, rescindidas o resultas	78	0	IVA retenido por servicios prestados en Colombia por no domiciliados o no residentes IVA resultante por devoluciones en ventas anuladas, rescindidas o resultas	79	0	Adulterio impuestos descontables (pérdida, hurto o castigo de inventarios)	80	0	<b>Total impuestos descontables</b>	<b>81</b>	<b>590,000</b>	<b>Saldo a pagar por el período fiscal</b>	<b>82</b>	<b>10,148,000</b>	<b>Saldo a favor del período fiscal</b>	<b>83</b>	<b>0</b>	<b>Saldo a favor del período fiscal anterior</b>	<b>84</b>	<b>0</b>	Relaciones por IVA que le practican	85	0	<b>Saldo a pagar por impuesto</b>	<b>86</b>	<b>10,148,000</b>	Sanciones	87	0	<b>Total saldo a pagar</b>	<b>88</b>	<b>10,148,000</b>	<b>Total saldo a favor</b>	<b>89</b>	<b>0</b>	Saldo a favor susceptible de devolución y/o compensación por el presente período	90	0	Saldo a favor susceptible de ser devuelto y/o compensado a imputar en el período siguiente	91	0	Saldo a favor sin derecho a dev. y/o compensación susceptible de ser imputado en el período siguiente	92	0	<b>Total saldo a favor a imputar al período siguiente</b>	<b>93</b>	<b>0</b>	Anticipo IVA	94	0	Impuesto	95	0	Exceso	96	0	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>0</b>
Por operaciones gravadas al 5%	27	0																																																																																																																																																													
Por operaciones gravadas a la tarifa general	28	56,513,000																																																																																																																																																													
A.I.U. por operaciones gravadas (base gravable especial)	29	0																																																																																																																																																													
Por exportación de bienes	30	0																																																																																																																																																													
Por exportación de servicios	31	0																																																																																																																																																													
Por ventas a sociedades de comercialización internacional	32	0																																																																																																																																																													
Por ventas a zonas francas	33	0																																																																																																																																																													
Por juegos de suerte y azar	34	0																																																																																																																																																													
Por operaciones exentas (Arts. 477, 478 y 481 del ET)	35	0																																																																																																																																																													
Por venta de cerveza de producción nacional o importada	36	0																																																																																																																																																													
Por venta de gaseosas y similares	37	0																																																																																																																																																													
Por venta de licores, aperitivos, vinos y similares	38	0																																																																																																																																																													
Por operaciones excluidas	39	0																																																																																																																																																													
Por operaciones no gravadas	40	0																																																																																																																																																													
<b>Total ingresos brutos</b>	<b>41</b>	<b>56,513,000</b>																																																																																																																																																													
Devoluciones en ventas anuladas, rescindidas o resultas	42	0																																																																																																																																																													
<b>Total ingresos netos recibidos durante el período</b>	<b>43</b>	<b>56,513,000</b>																																																																																																																																																													
En venta cerveza de producción nacional o importada	62	0																																																																																																																																																													
En venta de gaseosas y similares	63	0																																																																																																																																																													
En venta de licores, aperitivos, vinos y similares 5%	64	0																																																																																																																																																													
En venta de inventario para acciones licores, vinos, cervezas, bebidas y donaciones IVA recuperado en devoluciones en compras anuladas, rescindidas o resultas	65	0																																																																																																																																																													
<b>Total impuesto generado por operaciones gravadas</b>	<b>67</b>	<b>10,738,000</b>																																																																																																																																																													
Por importaciones gravadas a tarifa del 5%	68	0																																																																																																																																																													
Por importaciones gravadas a tarifa general	69	0																																																																																																																																																													
De bienes y servicios gravados provenientes de Zonas Francas	70	0																																																																																																																																																													
Por compras de bienes gravados a la tarifa 5%	71	0																																																																																																																																																													
Por compras de bienes gravados a tarifa general	72	590,000																																																																																																																																																													
Por licores, aperitivos, vinos y similares	73	0																																																																																																																																																													
Por servicios gravados a la tarifa del 5%	74	0																																																																																																																																																													
Por servicios gravados a la tarifa general	75	0																																																																																																																																																													
Descuento IVA exploración hidrocarburos Art. 485-2 ET	76	0																																																																																																																																																													
<b>Total impuesto pagado o facturado</b>	<b>77</b>	<b>590,000</b>																																																																																																																																																													
IVA retenido por servicios prestados en Colombia por no domiciliados o no residentes IVA resultante por devoluciones en ventas anuladas, rescindidas o resultas	78	0																																																																																																																																																													
IVA retenido por servicios prestados en Colombia por no domiciliados o no residentes IVA resultante por devoluciones en ventas anuladas, rescindidas o resultas	79	0																																																																																																																																																													
Adulterio impuestos descontables (pérdida, hurto o castigo de inventarios)	80	0																																																																																																																																																													
<b>Total impuestos descontables</b>	<b>81</b>	<b>590,000</b>																																																																																																																																																													
<b>Saldo a pagar por el período fiscal</b>	<b>82</b>	<b>10,148,000</b>																																																																																																																																																													
<b>Saldo a favor del período fiscal</b>	<b>83</b>	<b>0</b>																																																																																																																																																													
<b>Saldo a favor del período fiscal anterior</b>	<b>84</b>	<b>0</b>																																																																																																																																																													
Relaciones por IVA que le practican	85	0																																																																																																																																																													
<b>Saldo a pagar por impuesto</b>	<b>86</b>	<b>10,148,000</b>																																																																																																																																																													
Sanciones	87	0																																																																																																																																																													
<b>Total saldo a pagar</b>	<b>88</b>	<b>10,148,000</b>																																																																																																																																																													
<b>Total saldo a favor</b>	<b>89</b>	<b>0</b>																																																																																																																																																													
Saldo a favor susceptible de devolución y/o compensación por el presente período	90	0																																																																																																																																																													
Saldo a favor susceptible de ser devuelto y/o compensado a imputar en el período siguiente	91	0																																																																																																																																																													
Saldo a favor sin derecho a dev. y/o compensación susceptible de ser imputado en el período siguiente	92	0																																																																																																																																																													
<b>Total saldo a favor a imputar al período siguiente</b>	<b>93</b>	<b>0</b>																																																																																																																																																													
Anticipo IVA	94	0																																																																																																																																																													
Impuesto	95	0																																																																																																																																																													
Exceso	96	0																																																																																																																																																													
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>0</b>																																																																																																																																																													
101. No. identificación signatario:		102. DV:	Total anticipos IVA Régimen SIMPLE:		100	0																																																																																																																																																									
981. Cód. Representación: <input type="checkbox"/>		997. Espacio exclusivo para el representante recaudador:		990. Pago total \$: <input type="text" value="0"/>																																																																																																																																																											
Firma del declarante o de quien lo representa:				996. Espacio para el número interno de la DIAN / Adhesivo:																																																																																																																																																											
982. Código Contador o Revisor Fiscal: <input type="checkbox"/>		2 0 2 2022-01-24 / 09:12:39 AM : 3 9		91000869350961																																																																																																																																																											
Firma Contador o Revisor Fiscal 904. Con salvedades: <input type="checkbox"/>		Fecha Acuse de Recibo:																																																																																																																																																													
983. No. Tarjeta profesional: <input type="checkbox"/>		Firmado:																																																																																																																																																													
		2 0 2 2 2 5 8 2 0 5 3 4 8 4																																																																																																																																																													

Fuente: Empresa Fahyol sas