

**Proyecto Solvepinturas
S.A.S.**

Andrés Felipe Rodríguez Farias

Institución Universitaria Latina UNILATINA, Administración de
empresas.

A.F. Samary Andrea Rodríguez

Octubre 15 de 2022



Nota De Aceptación

Jurado 1

Jurado 2

Jurado 3



Bogotá D.C., 21 de Octubre del 2022

Dedicatoria y agradecimiento

El presente trabajo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de mis anhelos más deseados.

A mis padres, Armando y Patricia por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido un orgullo y he tenido el privilegio de ser su hijo.

A mi compañera de vida por confiar, creer en mis expectativas, por los consejos, por ayudarme y apoyarme en cumplir mis sueños, estar cuando más lo he necesitado, por estar durante mis procesos, por aportarme de sus conocimientos para mi estudio, trabajo y para mi vida

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome y por el apoyo moral que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida.

Y finalmente a Todos los profesore y Administrativos de la universidad Unilatina que estuvieron a lo largo de todo mis proceso educativo por llenarme de conocimiento, sabiduría profesional y personal

Mis sinceros agradecimientos a todas las personas, sin ustedes que son mi mayor motivación, este proceso no hubiera sido igual.



Resumen

El presente trabajo está basado en la creación de una empresa dedicada al fabricación y comercialización del sector de pinturas y productos de aseo en la ciudad de Bogotá Distrito Capital colombiano, para realizar este estudio de factibilidad fue necesario llevar a cabo investigaciones del mercado, oferta, demanda, mercado potencial, análisis estadísticos y financieros, para evaluar si nuestro proyecto es rentable en el mercado que se ha enfocado como meta. Durante dicha investigación decidimos proponer planes financieros de comunicación , de marketing y administrativo desde lo legal hasta la planeación de actividades para que este negocio sea rentable y esté legalmente constituido.

Los resultados obtenidos si sigue todo lo expuesto, son favorables para la creación de este proyecto, pude demostrar que es muy rentable, con un nivel de precio del servicio muy competitivo, tendencia al crecimiento, además de brindar beneficios económicos al sector productivo de la ciudad de Bogotá DC.

Abstract

The present work is based on the creation of a company dedicated to the manufacture and commercialization of the paint and cleaning products sector in the city of Bogotá, Colombian Capital District, to carry out this feasibility study it is necessary to carry out research on the supply market, demand, potential market, statistical and financial analysis, to evaluate if our project is profitable in the market that has been focused as a goal. During this investigation it was necessary to propose financial communication, marketing and administrative plans from the legal to the planning of activities so that this business is profitable and legally constituted.

The results obtained, if everything is followed, are favorable for the creation of this project, I was able to demonstrate that it is very profitable, with a very competitive price level of the service, a tendency to growth, in addition to providing economic benefits to the productive sector of the city. from Bogota D.C.



Tabla de Contenido

Nota De Aceptación	2
Dedicatoria	3
Agradecimientos	6
Resumen	7
Abstract	7
Tabla de Contenido	8
Glosario	11
Introducción	12
1. Problema	13
2.De la idea del Producto o Servicio	13
2.1. Motivación y sensibilización hacia la idea de empresa	13
2.2. El promotor o promotores	14
2.2.1. Factores personales que orientan la búsqueda de la actividad a desarrollar.	14
2.2.2. Factores sociales	14
Familiars	14
Estudios	14
Experiencia	14
2.2.3. Factores económicos	14
2.2.4. Factores tecnológicos	15
2.3. Análisis de las ideas preliminares	15
2.3.1. Ventajas	15
2.3.2. Inconvenientes	15
2.3.3. Conocimiento y experiencias	15
2.4. Justificación de la idea	15
2.5. Identificación del bien, de los productos o servicios que serán el objeto de la actividad económica a desarrollar	15
2.6. Identificación de las ideas o proyectos alternativos o complementarios	16
3. Estudio General del Bien o Servicio a Desarrollar	16
3.1 Antecedentes	16
3.2. Análisis DOFA	18
3.3. Reseña de su evolución: Origen, Usos, Competencia, sustitución, complementariedad.	18
3.4. Evaluación Natural del Entorno:	19
3.4.1. Factores Políticos y legales	19
3.4.2. Factores Económicos	20
3.4.3. Factores Sociales y demográficos.	21
3.5. Análisis de Riesgos	22



CAPÍTULO II	23
4. El mercado	23
4.1 Estudio del mercado	23
4.2. Definición del producto, bienes o servicios que se desarrollarán.	27
4.3. Nombres, marcas, logotipos, emblemas, slogan	28
4.4. Definición y Descripción	28
4.5. Usos y usuarios: definición de la clientela potencial	30
4.6. Factores de Competencia	33
4.7. Aprovisionamiento de insumos o apoyo tecnológico	37
4.8. Proveedores internos y externos	39
4.9. Estacionalidad del mercado	39
4.10. Poder de compra	39
4.11. Rango de precios o tarifas	39
4.12. Comportamiento de la clientela	41
4.13. Ciclo de vida del producto	42
4.14. Zonas o áreas potenciales del mercado	42
5. Plan de Mercadeo	43
5.1. Tipología del mercado	43
5.2. Diferenciación del producto o servicio	43
5.3. Políticas de precios o tarifas	44
5.4. Estrategias de ventas	44
5.5. Distribución y mercadeo	44
5.6. Promoción y Publicidad	44
5.7. Estrategias de comunicación	45
6. Aspectos Técnicos y Financieros	46
6.1. Estudio técnico del proyecto	46
6.2. Requerimientos Técnicos, tecnológicos y científicos	47
6.3. Planes generales	48
6.4. Mano de Obra Directa	49
6.5. Localización de la Planta o actividad económica	49
6.6. Precisión de Inversiones y Gastos iniciales.	50
7. Definición forma Jurídica de la empresa:	51
7.1. Figura Societaria Escogida	51
7.2. Definición S.A.S	51
7.3. Minuta de Constitución	52
8. Procedimientos Legales para la Formalización de la Empresa	53
9. Formalización Comercial	54
9.1. Cámara de comercio	54
9.2. Registro Único Empresarial	56



9.3. Consulta de Homonimia	56
9.4. CIU	57
9.5. Licencias de Funcionamiento	57
10. Formalización Tributaria	57
10.1. Impuestos Nacionales y distritales que debe tributar la empresa	57
10.2. Registro único Tributario	58
10.3. Trámites DIAN. Firma Digital y Resolución de Facturación.	59
10.4. Formalización Laboral	60
10.5. Afiliación Patronal a EPS, Fondo de Pensiones y ARL:	60
10.6. Reglamento Interno de Trabajo	61
11. Plan Financiero	62
11.1. Presupuesto de Ventas	62
11.2. Estructura del Mercado	63
11.3. Capacidad Instalada Mano de Obra	63
11.4. Ventas Anuales Por Producto	63
11.5. Ciclicidad ventas en el año	64
11.6. Presupuesto de Compras	65
11.7. Consumo de materia prima por producto	65
11.8. Unidades a Producir	65
11.9. Presupuesto de costos y Gastos	66
11.10. Requerimientos de Personal	66
11.11. Otros costos de producción y Gastos de Administración.	66
11.12. Plan de Inversión y Financiación	67
11.13. Políticas de Capital de Trabajo.	67
12. Plan Preoperatorio – Puesta en marcha de la empresa	67
12.1. Cronograma de actividades	67
12.2. Lienzo CANVAS	68
Conclusiones	68
Referencias	69



Glosario

Mercadeo: Según Philip Kotler, el mercadeo consiste en un proceso administrativo y social gracias al cual determinados grupos o individuos obtienen lo que necesitan o desean a través del intercambio de productos o servicios.

Insumos: Según la Real Academia Española, insumo es un concepto económico que permite nombrar a un bien que se emplea en la producción de otros bienes. De acuerdo al contexto, puede utilizarse como sinónimo de materia prima o factor de producción.

Precios: Precio, del latín *pretium*, es el valor monetario que se le asigna a algo. Todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado tienen un precio, que es el dinero que el comprador o cliente debe abonar para concretar la operación.

Estrategias: La estrategia es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos.

Problema: Un problema es un asunto o cuestión que se debe solucionar o aclarar, una contradicción o un conflicto entre lo que es y lo que debe ser, una dificultad o un inconveniente para la consecución de un fin o un disgusto, una molestia o una preocupación.

Estudio de mercado: Un estudio de mercado es una investigación utilizada por diversos ramos de la industria para garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama comercial al que se enfrentan al momento de realizar sus operaciones.

Promoción Según: Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro "199 preguntas sobre Marketing y Publicidad", la promoción es "el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados.

Plan Financiero: según Groppelli & Nikbakth (2002, p. 319) es el proceso por el cual se calcula cuánto de financiamiento es necesario para darse continuidad a las operaciones de una organización y si decide cuánto y cómo la necesidad de fondos será financiada.

Mano de obra: Según Polimeni y otros (2005, p. 12) la mano de obra es el esfuerzo físico o mental empleados en la fabricación de un producto. Por otra parte Hansen y Mowen (2007, p. 40) aportan que la mano de obra es el trabajo que se asigna a los artículos y servicios que se están produciendo.

Cronograma es la representación gráfica de un conjunto de señales en función del tiempo. Llevado al campo de la gestión, es una especie de calendario de trabajo, el cual podemos utilizar para organizar mejor nuestro proyecto.

Vinilos arquitectónicos: Este tipo de pintura se utiliza en interiores y exteriores para paredes de yeso, e incluso en tablas o losas de madera. Es fácil de usar y duradero, su superficie es mate y uniforme. Tiene buena adherencia y humectabilidad, pero no es resistente a ácidos ni álcalis.

Legal: el adjetivo legal se emplea para calificar a aquello ordenado por la ley o que resulta conforme a sus disposiciones. El término también se utiliza con referencia a lo que está vinculado al derecho o a las leyes.



Necesidad: Laura Fisher y Jorge Espejo definen la necesidad como la "diferencia o discrepancia entre el estado real y el deseado"

Solvente: Un solvente, también conocido como disolvente, corresponde a una sustancia química la cual es utilizada para disolver otro compuesto que recibe el nombre de soluto.

Productos: Stanton, Etzel y Walker, autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen el producto como "un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona.

Limpieza: La limpieza es la acción y efecto de eliminar la suciedad de una superficie mediante métodos físicos o químicos.

Estético: La estética es la rama filosófica que estudia e investiga el origen del sentimiento puro y su manifestación, que es el arte, según asienta Immanuel Kant en su Crítica del juicio.

Idea: Descartes indica que idea es cualquier contenido material o del pensamiento. Locke denominó a la idea como todo lo que ofrece el contenido de la conciencia dividiendo las ideas en simples y complejas las cuales se forman a partir de las simples.

Misión: Razón de ser y trabajar de la empresa basada en los propósitos trazados a un momento determinado, medida, cuantificada y alcanzable. Relativo al "quienes somos".

Organigrama: Gráfico que describe la estructura cómo está conformada la organización, ilustrando acerca del modelo de trabajo (subordinación, empowerment o demás), los niveles de dependencia y la relación interinstitucional entre las áreas o departamentos ahí descritos.

Roles: Patrones de comportamiento característicos de una persona de acuerdo a la posición que asume en un equipo de trabajo o en una organización. Pueden ser desde líderes hasta seguidores en diferentes escalas, y varían de acuerdo al modelo de trabajo.

Visión: Razón por la cual la organización trabaja en pro de convertirse en cuánto se aspira bajo el mismo concepto. Es lo que llegará a ser la empresa por medio de sus objetivos, metas y misiones a corto, mediano y largo plazo. Relativo al "quienes queremos (o llegaremos a) ser".

Calidad: es "la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente". La calidad de un producto viene determinada sólo por aquellas características que defina el cliente. Crosby (1996) determinó que la calidad es el cumplimiento de normas y requerimientos precisos

Plan de negocios: Documento maestro de la empresa en el cual se refleja detalladamente toda la funcionalidad de la misma, demarcando desde las estrategias y tácticas a desarrollar, hasta el perfil de



empresa y el desarrollo específico de cada área de la compañía a futuro. Según expertos, es la radiografía general de la empresa.

Planeación estratégica: Relativo directamente al plan de negocios y demás estructuras de trabajo planificadas, es todo un proceso detallado mediante el cual los líderes y directivos de la compañía expresan los nuevos objetivos a cumplir y la forma como se procederá para la consecución de los mismos a término de un periodo de tiempo específico.

Monopolio: Empresa o compañía que en el mercado es oferente único de un bien o servicio sin competencia alguna, controlando todas las variables relativas al mismo (precio, cantidades producidas, cantidades ofrecidas).

Innovación: Cambios que se efectúan con el objeto de mejorar los resultados e impactos tanto a nivel de la empresa como ante el consumidor o demandante de sus bienes y servicios. Se realizan con el fin de mejorar las técnicas operativas y productivas, de tal forma que se obtenga las misma (o mayor) cantidad de producción con mayor calidad utilizando menos recursos. Algunas innovaciones dan lugar a creaciones o mejoras en algo ya existente (inventos) o a la incursión de algo nunca antes utilizado (descubrimientos); todo ligado a la investigación.



Introducción

El proyecto es sobre la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de Vinilos arquitectónicos, esmaltes y productos de aseo, el trabajo cuenta con 3 partes principales, la primera es el estudio de mercado el cual partirá de una problemática hasta ir hallando una solución donde propondremos una idea de producto junto con estrategia de marketing de atención al cliente, propaganda inicial a bajo costo de acuerdo a la demanda del mercado, la segunda parte que contará con el estudio técnico y organizacional que analiza todo lo necesario para el funcionamiento de la empresa desde detalles técnicos hasta la normativa legal en la que se desenvolverá la empresa y por tercera y última parte encontraremos la inversión inicial necesaria además de los gastos anuales en que incurrirá la empresa para su normal funcionamiento también encontraremos el análisis financiero toma la información del estudio técnico para determinar si es rentable o no y finalizamos junto a un resumen en el diagrama Canvas.



CAPÍTULO I

Idea del Producto o Servicio

1. Problema

¿Sabías que el desorden en la casa puede traer consecuencias para tu calidad de vida y salud?

El desaseo atrae bacterias y gérmenes que se empiezan a reproducir en los espacios y a la larga pueden atraer malos olores, moscas, cucarachas y hasta ratas, lo cual puede terminar provocando enfermedades y alergias en las personas del hogar.

También tenemos que tener en cuenta que el desorden y la falta de limpieza puede crear estrés, depresión y falta de concentración.

Por lo cual es importante los productos de aseo para limpiar y desinfectar los espacios y así tener armonía en los lugares en donde pasamos tiempo al igual que tu familia, ya que los problemas de no hacer limpieza y desinfectar muy bien pueden ser más de los que te imaginas.

¿Sabías que si no tienes pintadas las paredes de tu casa ya sea al interior o al exterior puedes ser estigmatizado como pobre o persona antiestética?

A través del tiempo lo estético se ha convertido en una parte importante para los seres humanos, el qué dirán y el sentirse cómodos en algún lugar ha sido de gran importancia .

Desde otro punto de vista todo lo relacionado con lo antiestético y el desorden cada vez se está sintiendo más criticados por la sociedad y se estigmatiza como la pobreza.

Los hogares con las paredes recién pintadas dan un aspecto de nuevo y le da sensación de estar en un ambiente renovado y también debemos tener en cuenta que actualmente con las nuevas tecnologías que se han implementado en las pinturas arquitectónicas ayudan a desinfectar las paredes, cuidarlas de hongos y humedad, cosa que es de ayuda para la salud de las personas que convivan en esas casas.

2. De la idea del Producto o Servicio

2.1. Motivación y sensibilización hacia la idea de empresa

Conocimiento y experiencia: Tengo ya varios años trabajando en el sector de fabricación de pinturas y esmaltes, además de que he leído muchos artículos y libros que me ayudan a tener conocimientos teóricos del sector donde espero irlos mejorando en el transcurrir del tiempo, además de que tengo familia que tienen también empresas en el sector de la fabricación de productos de primera necesidad como, alcoholes, desinfectantes de pisos, geles antibacteriales,



jabones líquidos para lavadora, lavalozas, para manos, azul, entre otros productos que me servirán para mi empresa.

2.2. El promotor o promotores

2.2.1. Factores personales que orientan la búsqueda de la actividad a desarrollar.

Encontrar que en Colombia hay muchas empresas que no comercializan productos de muy buena calidad, lo que busco con mi empresa es sacar productos con altos estándares de calidad donde busque ganar la confianza en el consumidor final y así lograr un crecimiento rápido en el mercado.

2.2.2. Factores sociales

En Colombia encontramos que la demanda de los productos de aseo y las pinturas ha venido creciendo de una manera positiva, esto me da como dato que si entro al mercado puedo empezar a ganar clientela ofreciendo productos de excelente calidad que solucione a la perfección las necesidades de los clientes.

Familiares

Ellos me apoyan en mi idea ya que conocen que me gusta sacar adelante mis proyectos.

Estudios

Tengo ya mucha experiencia en varios sectores de mercado donde me va a ayudar a implementarlos en mi empresa y así lograr tener un crecimiento exponencial en el tiempo.

Experiencia

Tengo varios amigos que están en la misma industria y que me apoyan y sé que en el momento de abrir mi empresa me pueden asesorar y enseñar el comportamiento del mercado en el momento.

2.2.3. Factores económicos

Voy a tener una parte del capital propio, así mismo pienso buscar socios capitalistas que les interese el proyecto y quieran invertir para el crecimiento de mi empresa a nivel nacional, en un futuro me gustaría inscribirme en fondos nacionales para una posible internacionalización de la empresa.

En la actualidad con relación a la pandemia que vivimos sobre el Covid-19 vemos que muchas empresas acá en Colombia por motivos de cierres temporales debido a las cuarentenas tendrán unas disminuciones en cuanto a sus ventas y pues directamente afectará los ingresos, acá lo que tendré es una amenaza con posible solución al momento de empezar a hacer un e-commerce para ampliar los canales de venta y contrarrestar las disminuciones en las ventas presenciales.



2.2.4. Factores tecnológicos

Debido a la pandemia que actualmente vive el país buscaré tener un crecimiento de ventas por el e-commerce, es decir, tendré una serie de apoyos tecnológicos que me faciliten ampliar el nivel de ventas por medio del internet, así buscaré tener un mayor flujo de ventas y aumentar los canales de venta de mi empresa.

2.3. Análisis de las ideas preliminares

2.3.1. Ventajas

- Productos fáciles de fabricar y que tienen muy buena salida.
- Posibilidad de producción en masa.
- Facilidad en apertura de puntos que funcionen como canal de ventas, es decir, creación de locales donde se comercialicen los productos a fabricar.

2.3.2. Inconvenientes

Mercado en el que existen ya marcas posicionadas en las que entran a ser competencia directa.

2.3.3. Conocimiento y experiencias

conozco muy bien el proceso de fabricación y comercialización gracias a los contactos que tengo en el sector considero que sumándolos con la experiencia que tengo, podría generar productos de alta calidad y prestar el mejor servicio en mi empresa cosa de que aprenda a fidelizar los clientes que lleguen.

2.4. Justificación de la idea

En muchos hogares está siempre la necesidad de limpiar y querer renovar la pintura periódicamente, aquí es donde voy a entrar a cubrir todas estas necesidades ofreciéndoles productos con grandes estándares de calidad teniendo un catálogo muy diverso de productos como: pinturas, alcoholes, geles antibacteriales, desinfectantes de piso, jabones en varias categorías, y otros productos que ayudan a la desinfección y limpieza de superficies

2.5. Identificación del bien, de los productos o servicios que serán el objeto de la actividad económica a desarrollar

Bueno por el comienzo mi empresa ofrecerá una serie de productos que son de fácil producción y serán los siguientes:

- Vinilos tipo 1,2 y 3.
- Esmaltes sintéticos.
- Desengrasantes.
- Desinfectantes de pisos.
- Jabón de loza.
- Jabón para manos.
- Jabón azul líquido.



- Jabón para lavadora.
- Alcohol etílico al 70% y al 90%.
- Suavizante para ropa

2.6. Identificación de las ideas o proyectos alternativos o complementarios

Tengo la oportunidad de implementar en el catálogo de productos nuevos productos que tienen también salida en el mercado como lo son:

- Limpiavidrios.
- Blanqueador.
- Lacas sintéticas.
- Esmaltes de mejores calidades.
- Thinner en sus distintas calidades.
- Catálogo de pinturas para bebés con fragancia.
- Entre otros producto

3. Estudio General del Bien o Servicio a Desarrollar

3.1 Antecedentes

TÉCNICOS:

Las manera más reconocidas donde como se hacían la pinturas son:

*Los pintores prehistóricos usaban colorantes minerales, como arcillas, ocre, carbón y óxidos mezclados con materiales orgánicos para conseguir una mayor fijación de las pinturas, lo que ha permitido que perduren hasta nuestros días.

*Los pigmentos se conseguían de la siguiente manera:

- Blancos: a base de plomo blanco y tierras naturales blancas como arcillas y yeso.
- Negros: eran carbón, negro de humo, grafito natural, etc.
- Amarillos: encontramos, ocre, polvo de oro y Litargirio.
- Rojos: Óxidos de hierro, óxido de plomo rojo, cinabrio y colorantes naturales en distintas bases.
- Azules: Lapis lazuli, carbonato de cobre e índigo.

A través de los tiempos se reemplazaron sustancias naturales por sustituidos por resinas sintéticas, y dieron lugar a muchos nuevos campos de la tecnología de los recubrimientos se abrieron con el desarrollo de la nitrocelulosa, fenólicos, urea y formaldehído de melamina, acrílicos, vinilos, alquidales, terpenos, cumaronas e indenos, epoxis y uretanos.



LEGALES

Tenemos que tener en cuenta que las entidades a las que debemos regirnos en sus normas son:

Dian: para los impuestos dictados en el Estatuto Tributario Decreto 624 de 1989 (Marzo 30 de 1989)

Ministerio de hacienda : Estatuto Tributario Decreto 624 de 1989 (Marzo 30 de 1989) **VERSIÓN INTEGRADA CON SUS MODIFICACIONES**, Esta versión incorpora las modificaciones introducidas al decreto único reglamentario del sector hacienda y crédito público a partir de la fecha de su expedición. (ÚLTIMA FECHA DE ACTUALIZACIÓN: 1 DE ABRIL DE 2022)

Ministerio de Justicia :por que La Dirección de Política de Drogas y Actividades Relacionadas (DPDAR) del Ministerio de Justicia y del Derecho (MJD), conforme al Decreto 1427 de 2017, formula, adopta, promueve, coordina, lidera, hace seguimiento y evalúa la política pública y las estrategias en materia de drogas, en articulación con las instancias competentes.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DECRETO NUMERO 4698 DE 2005

COMERCIALES

*Hablar de la historia de la pintura en Colombia es ponerse en los años de 1945 donde Pintuco crea la primera industria de pinturas acá en Colombia.

*En septiembre de 1955 se crea la primera industria colombiana dedicada a la fabricación de pinturas llamada Pinturas Sherwin Williams de Colombia S.A.

*En el año 2007 hubo un fuerte crecimiento en las ventas de la industria de la pintura llegando a un récord de ventas de 139.2 billones de pesos en todo Colombia.

*En el año 2019 ya existen más de 7600 industrias pequeñas a nivel nacional que ejercen la industria manufacturera enfocada en el sector de las pinturas.

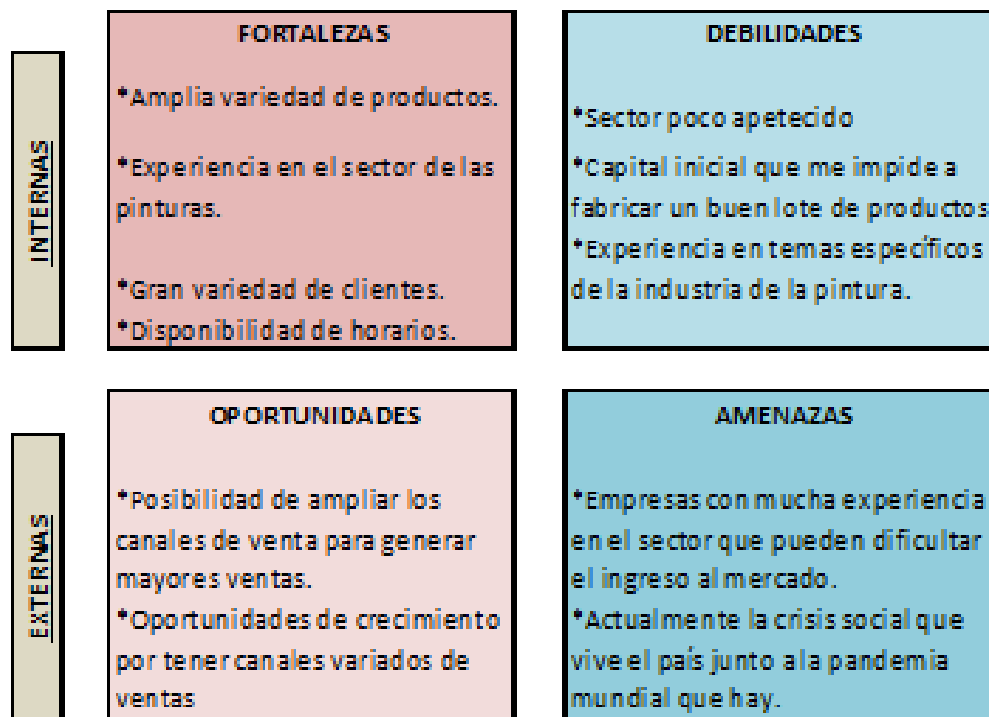
Actualmente Solve Pinturas ya se encuentra en redes sociales como facebook e instagram contamos ya con clientes por medio de estos medios no es el fuerte de la empresa pero sí ha funcionado recordando que acabamos de salir de una pandemia donde los negocios se han transformado y las empresas han migrado a otros medios de comunicaciones.

Mi experiencia



Desde muy niño conozco personas que trabajan en el sector considero que sumándolos con la experiencia que tengo, podría generar productos de alta calidad y prestar el mejor servicio en mi empresa cosa de que aprenda a fidelizar los clientes que lleguen.

3.2. Análisis DOFA



3.3. Reseña de su evolución: Origen, Usos, Competencia, sustitución, complementariedad.

Solve Pinturas fue constituida el 19 de noviembre de 2020, todo comenzó principalmente por que yo trabajaba con una empresa llamada SOLVEQUIM que se enfocaba a la misma actividad económica de mi empresa y por motivo de que yo siempre había querido tener mi propia empresa y conozco la industria desde pequeño ya que toda mi familia ha estado en el sector hasta que en el año 2020 con un capital ahorrado que tenía junto a la venta de una moto que tenía decido independizarme y constituir mi propia empresa.

Para este año hay buenos pronósticos, pero hay que estar alertas a ciertas condiciones del mercado que han venido cambiando.

1. INNOVACIÓN: una de las tendencias por las que compiten los principales jugadores está relacionada con la innovación. La funcionalidad será protagónica en el mercado. Las compañías se han especializado en líneas de pinturas con mayores avances tecnológicos,



cerámicas, de bajo olor, que además sean amigables con el medio ambiente. El ferretero debe perder el temor a incursionar en su inventario con productos innovadores, que en los próximos años mandarían la parada.

2. REGULACIÓN DE PRECIOS: la competencia por los precios sigue siendo desproporcionada. “No vemos un comportamiento normal, la cantidad de precios del mismo producto es variable, según el distribuidor. Así que esperamos que el transcurso del año, se presente una normalización”, sostiene Felipe Uribe Posada, gerente de Mercadeo y Ventas de Pinturas Sapolin. Y agrega que “aunque en el mercado hay muchas marcas, somos pocos los jugadores nacionales con estrategias diferentes y políticas de largo aliento. Así que consideramos oportuno trabajar para propender por una mayor regularización”.

3. DINAMISMO EN OBRAS: Carlos Ruíz, gerente general de Pinturas Bler, asegura que dado a que el consumo sigue siendo bajo, hay un margen de crecimiento primordial para el sector... En el mercado se ve una mayor inclinación del consumidor por pinturas de mayor cubrimiento para alto desempeño de obra. Para Leonardo Londoño Salazar, Director de Mercadeo de Bronco, “en este segmento se concentrará el dinamismo en las ventas”.

4. PUNTOS DE VENTA PROPIOS: según Salazar “las empresas están fortaleciendo los puntos de venta propios, que le presentan al consumidor una amplio portafolio e invitan a vivir experiencias reales con el producto”. Ante este crecimiento, es un desafío para el ferretero tradicional mejorar su punto de venta, implementar estrategias de mercadeo de la mano de sus proveedores, y ampliar su capacitación.

5. CONSUMIDORES: “el modelo de este negocio ha cambiado, ahora es el cliente el que manda en el mercado. Así que los ferreteros tendrán que ingeniárselas para mantenerse vigentes en esta categoría”, manifiesta Carlos Ruíz, de Pinturas Bler.

Nuestra competencia

PINTURAS TITO PABON SAS

COMPAÑÍA GLOBAL DE PINTURAS S A S (Pintuco)

SUN CHEMICAL COLOMBIA S A S

QUIMICA COSMOS S A

PPG INDUSTRIES COLOMBIA LTDA

PINTURAS TONNER Y COMPANIA LTDA

SUPERMASTICK S A S

PINTURAS EVERY S A S

CORLANC S A S

CERESCOS SAS

3.4. Evaluación Natural del Entorno:

3.4.1. Factores Políticos y legales

Entes reguladores del sector :

-Ministerio de justicia



- Ministerio de comercio
- Ministerio de hacienda
- Dian
- Clasificación Industrial Internacional Uniforme, CIIU Rev. 4 A.C.
- Normas: Capítulo 7 del Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Comercio, Turismo, Decreto 1074 de 2015. Se encuentra la normativa de etiqueta de pinturas.

3.4.2. Factores Económicos

En Colombia, la industria de productos plásticos y pinturas consume más de un millón de toneladas métricas por año de polímeros. Tiene participación en diferentes sectores de la economía: el 56% de la producción se destina al subsector de envases y empaques, el cual tiene gran capacidad de customización; el 22% corresponde a insumos para el sector de la construcción; el 6% de la producción está dirigida al canal institucional y al consumidor; el 9% al sector agropecuario y el resto a partes para diversas industrias.

Las exportaciones del sector de plásticos y pinturas ascendieron a US\$1.400 millones en 2017, que corresponde al 18% de la totalidad de las exportaciones de los sectores incluidos en Colombia Productiva.

3.4.3. Factores Sociales y demográficos.

1. Aspectos culturales: En Colombia me enfrento con una cultura que tiene a la industria de las pinturas en crecimiento y en la que siempre tiene una gran demanda en los productos de aseo y desinfección, y esto me ayuda a contrarrestar esta demanda ofreciendo productos de alta calidad que cubran esas necesidades más en esta contingencia sanitaria en la que se encuentra el país con el Covid-19.
2. Aspectos sociológicos: Actualmente a nivel mundial se vive una emergencia sanitaria debido a la contingencia con el Covid-19, esto hace que haya una gran demanda de productos de desinfección en el país, aquí yo atacaré al mercado entrando con productos de buena calidad que ayuden a cubrir esas necesidades.
3. Conductas de consumo: En Colombia se puede encontrar una alta demanda de todos los productos que voy a fabricar, el sector de las pinturas se mueve mucho al igual que el sector de limpieza y desinfección.
4. Distribución geográfica: Se busca tener todo lo que es Bogotá y sus alrededores para la distribución de nuestros productos, además de esto se busca en un futuro tener un crecimiento a nivel nacional para la distribución de nuestros productos.



- Aspectos demográficos: Se ataca a casi toda la población, pues, dentro de mi nicho de mercado se puede tener a personas desde los 15 años hasta personas mayores que busquen desinfectar o limpiar sus cosas.
- En 2021pr la tasa de natalidad en centros poblados y rural disperso se ubica en 12,0 nacimientos por cada 1.000 habitantes. Se resalta que, durante este año, por primera vez en la serie 2015-2021pr la tasa de natalidad de centros poblados y rural disperso, es más alta que la tasa de natalidad de las cabeceras municipales y la tasa nacional; dicho comportamiento está relacionado con una reducción en la tasa de natalidad de las cabeceras municipales que pasa de 15,1 nacidos vivos por cada 1.000 habitantes en 2015 a 11,7 en 2021pr. (Dane- boletín técnico, estadísticas vitales EEVV)

7.



Fuente: DANE, Estadísticas Vitales
Pr: cifras preliminares

8.

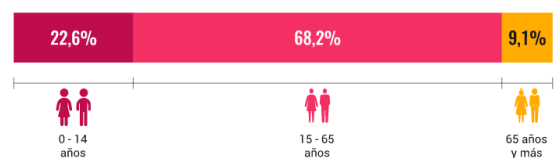


9.

Fuente: Dane, censo-nacional-de-población-y-vivienda2018



GRANDES GRUPOS DE EDAD





3.5. Análisis de Riesgos

Tenemos que tener en cuenta que las pinturas modernas contienen una o más sustancias que pueden ser nocivas para la salud y medio ambiente, tales como solventes, resinas, pigmentos y otros por lo tanto esto puede ser un riesgo para la sociedad por que :

- Todos los solventes orgánicos pueden afectar la piel a través de un contacto directo.
- También pueden afectar al sistema nervioso central si se inhalan los vapores y las neblinas.

Otros factor en estos tiempos y tiene preocupados a el sector de Fabricación de pinturas enfrentan escasez y aumento de precios de materias primas

Daniel Mitchell, presidente de Acoplásticos, advirtió que los fabricantes de pinturas y recubrimientos enfrentan escasez y aumento de precios de materias primas.

Dentro de las materias primas que han incrementado sus precios se destacan: las emulsiones, con un aumento considerable de aproximadamente 97%, lo cual impacta directamente a los vinilos, siendo este uno de los productos con mayor demanda en este mercado; los secantes, con un incremento de 41% y con posibilidad de escasez en el corto plazo; los aditivos, con un aumento del 30%; los pigmentos, con un incremento del 21%; y los solventes, que son de producción local, con un alza aproximada del 20% en sus precios.

(FERNEY ARIAS JIMÉNEZ | PUBLICADO EL 20 DE SEPTIEMBRE DE 2021)

Por lo cual ha generado una competencia en precios de producto final



CAPÍTULO II

Análisis del mercado

4. El mercado

4.1 Estudio del mercado

Pregunta investigativa

¿Mi empresa Solve pinturas s.a.s es viable en el mercado colombiano en especial en bogotá y alrededores a su vez se diferencia de su competencia?

OBJETIVO GENERAL

Principalmente se quiere realizar un cálculo del público objetivo al cual queremos llegar y poder lograr que se sientan atraídos por nuestro productos al momento que pueda surgir la necesidad de solicitarlo, teniendo en cuenta que existe una demanda elevada de industria en la ciudad de Bogotá. además afirma la rentabilidad del proyecto.

OBJETIVO ESPECÍFICO

*Investigar las posibles necesidades que puede suplir nuestros productos

*indagar la diferente competencia

*Diseñar propuesta de valor en los productos y el la marca

*Determinar la publico objetivo más viable

HIPÓTESIS

Solve Pinturas S.A.S empresa dedicada a la fabricación y comercialización de pinturas y productos de aseo será viable en el mercado colombiano iniciando en la ciudad de Bogotá y alrededor de teniendo un valor diferencial a su competencia.

MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo de este marco teórico nos hemos basado en una investigación bibliográfica, la cual nos dará a conocer todo lo relacionado con el sector de la pinturas y de aseo esperando que sea de utilidad para comprender y realizar la investigación de mercado.

Este se comprenderá de los temas más importantes que se definirán a continuación.

Investigación de mercados.

Philip Kotler, define la **investigación de mercados** como "el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa" .



Según Richard L. Sandhusen, la **investigación de mercados** es "Una recopilación sistemática, registro, análisis y distribución de datos e información sobre los problemas y oportunidades de mercadotecnia".

"La investigación de mercados no es un fin, es un medio para alcanzar un fin: mejorar la toma de decisiones" Peter Chisnall.

Philip Kotler defiende que el marketing es una batalla más basada en el poder de la información que en el de las ventas.

Siguiendo su pensamiento, nos encontramos con que los 10 mandamientos del marketing son:

1. Ama a tus clientes y respeta a tus competidores
2. Sensibilizarse ante el cambio y muéstrate dispuesto a la transformación
3. Cuida tu nombre y sé claro respecto a quién eres
4. Los clientes son diferentes; dirígete primero a aquellos a los que más puedas beneficiar
5. Ofrece siempre un buen envase a un precio justo
6. Muéstrate siempre localizable y lleva la buena nueva
7. Consigue clientes, conservarlos y haz que crezcan
8. Sea cual sea tu negocio, es una empresa de servicios
9. Perfecciona continuamente tu proceso de negocio en términos de calidad, coste y entrega
10. Recaba información relevante, pero utiliza tu sensatez para tomar la decisión final

Público objetivo o target

Los consumidores son los nuevos propietarios de las marcas y exigen de ellas honestidad, originalidad y autenticidad. Para Kotler, la clave para construir la diferencia es conceder poder a los consumidores, construir historias convincentes en torno a la visión de transformación de una marca y hacer que sus fieles seguidores sean partícipes de ella .

Producto

Philip Kotler en su teoría de la 4 p define Producto: se define en base al conocimiento del mercado y el comportamiento de los clientes, teniendo que ser obligatoriamente diferente al de la competencia para posicionar la marca.

-**Stanton, Etzel y Walker**, autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen el **producto** como "un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea" [2].

Para **Ricardo Romero**, autor del libro "Marketing", el **producto** es "todo aquello, bien o servicio, que sea susceptible de ser vendido. El producto depende de los siguientes factores:



la línea (por ejemplo, calzado para varones), la marca (el nombre comercial) y por supuesto, la calidad".

Atracción de compra y deseo.

Philip Kotler pone la diferencia al considerar que las preocupaciones y deseos de los consumidores son parte fundamental del marketing, así como la fase de la creatividad y el respeto al medio ambiente. En definitiva, el Padre del Marketing Moderno cambia el foco de visión que unos centran exclusivamente sobre las empresas para colocarlo justo encima del consumidor.

Según explica en el libro "Marketing 3.0", esta es la fase del marketing de la era industrial. Consisten en vender lo producido por las fábricas a todo aquel que esté dispuesto a comprarlo. Son productos básicos destinados a atender las necesidades de un mercado de masas.

Viabilidad comercial es vital tener en cuenta la relevancia del mercado, puesto que visto desde el marketing "el mercado es un conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio"(Kotler, 2013). Por otro lado Stanton y Walker, en el libro fundamentos de marketing define el mercado como "las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer dinero para gastar y voluntad de gastarlo"(Stanton).

Teniendo en cuenta la definición anterior, en el mercado encontramos dos fuerzas, las cuales permiten la interacción entre ofertantes y demandantes al interior de un mercado. inicialmente, en quién Mankiw (2004) En su libro principios de la economía como "la cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar" también realizamos el concepto oferta tiene el mismo Mankiw en el (2004) define la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender.

competitividad "la producción de bienes y servicios de mayor calidad y de menor precio que los competidores domésticos e internacionales, que se traduce en crecientes beneficios para los habitantes de una nación al mantener y aumentar los ingresos reales (Porter 1993).



MARCO HISTÓRICO

En este marco se hablará de la historia del sector de pinturas o hasta la actualidad para entender de manera correcta los sectores.



Desde aproximadamente el siglo V a.C. el hombre usaba la pintura como medio de expresión, comunicación como lo podemos observar en varias pinturas cavernas antiguas donde plasman con motivos religiosos y místico como es la pintura rupestre más antigua realizada por homo sapiens tiene 45.500 años como lo encontramos en la cueva de Leang Tedongnge, situada en el sur de la isla de Célebes (en indonesio, Sulawesi), alberga la pintura rupestre más antigua conocida hasta la fecha.

A medida que la población mundial creció y comenzó a viajar, conquistar, comercializar, ir a guerras en escalas más organizadas, la necesidad de recubrimientos y de protección fue en aumento.

La industria de las pinturas antes del siglo XX se hacía de la siguiente forma; Pero es pertinente aclarar que antes de llegar a estos procesos hubo más de 50 procesos, es decir que los últimos años del siglo XIX ya estaba estandarizado en la gran mayoría.

- Blancos: a base de plomo blanco y tierras naturales blancas como arcillas y yeso.
- Negros: eran carbón, negro de humo, grafito natural, etc.
- Amarillos: encontramos, ocre, polvo de oro y Litargirio.
- Rojos: Óxidos de hierro, óxido de plomo rojo, cinabrio y colorantes naturales en distintas bases.
- Azules: Lapis lazuli, carbonato de cobre e índigo.

A partir del siglo XX la industria se transformó para que aglutinantes naturales fueran sustituidos por resinas sintéticas, y dieron lugar a muchos nuevos campos de la tecnología de los recubrimientos se abrieron con el desarrollo de la nitrocelulosa, fenólicos, urea y formaldehído de melamina, acrílicos, vinilos, alquidales, terpenos, cumaronas e indenos, epoxis y uretanos.

Tenemos que hacer referencia de a la historia de las pinturas en Colombia es hablar de PINTUCO, la primera fábrica colombiana de pinturas fundada en el año de 1945 y que hasta el día de hoy es la marca líder del mercado Colombiano; unos pocos años siguientes a su



fundación en el país surgen también varias empresas fabricantes de pinturas que entrarían a fortalecer el mercado nacional de las pinturas como: la Fábrica Nacional de Pinturas, fundada en 1955, ICO Pinturas S.A. en 1961, Lumos Ltda en 1966 y pinturas Philaac en 1968; durante los siguientes años el número de fabricantes de pinturas siguió creciendo, generado así un aumento de la oferta, evento que a su vez incrementó la competitividad de sector al existir un mayor número de oferentes; para el 2019, la producción de la industria de pinturas y recubrimientos en el país fue de 1,8 billones de pesos. Se estima que hay cerca de mil empresas fabricantes de pinturas y recubrimientos, de las cuales el 80% son microempresas. En toda la cadena se generan cerca de 18.700 empleos.

PROPUESTA DE VALOR E IDEA DE NEGOCIO

Tenemos que tener en cuenta de donde proviene la necesidad e importancia de pintar las paredes ya sean del interior o exterior de un lugar.

Recordemos que inicialmente esta necesidad surge de lo estético y el querer resaltar algo y hacerlo más agradable a la vista. Acorte a que la tecnología ha avanzado, pintar las paredes también significa desinfectar los espacios y cuidar el entorno de tu vivienda de humedad y entre otros fenómenos que afectan y los por los cuales afectan más allá de solo estético.

Por lo cual este producto de las pinturas, es importante para la sociedad y queremos ingresar al sector con una línea única dirigida a los padres los cuales desean lo mejor para sus hijos y quieran decorarles sus habitación con colores creado para ellos, moldes de figuras de decoración, olor permanente y con tecnología en la pinturas las unale sean lavables, que tenga protección contra la humedad y antibacterial.

También queremos ingresar al sector de los productos de aseo; los cuales estos serán nuestra otra línea de productos pero no van hacer los principales tendrán olores únicos y durables y lo que más se van a destacar es la calidad y el tener un precios competitivos.

4.2. Definición del producto, bienes o servicios que se desarrollarán.

- Vinilos tipo 1,2 y 3.
- Esmaltes sintéticos.
- Desengrasantes.
- Desinfectantes de pisos.



- Jabón de loza.
- Jabón para manos.
- Jabón azul líquido.
- Jabón para lavadora.
- Alcohol etílico al 70% y al 90%.
- Suavizante para ropa

4.3. Nombres, marcas, logotipos, emblemas, slogan

Nombre: Solvepinturas SAS.

Marcas: Solve pinturas - Home Clean

Logotipos: El logotipo que tendré para mis marcas son



Imagen N° : Logotipo pinturas.



Imagen N° : Logotipo productos

Eslogan: Magia de colores- Limpieza profunda

4.4. Definición y Descripción

- Vinilos tipo 1,2 y 3.

Pintura arquitectónica premium de alto desempeño, a base de emulsiones de copolímeros acrílicos diluibles con agua, diseñada para formar un recubrimiento extra, de acabado mate con alta resistencia al lavado, al machado y al desprendimiento; pintura con acción prolongada bactericida que evita la propagación de gérmenes y



bacterias que se reactiva lavada tras lavada. Tiene un olor agradable y duradero con variedades de color variados; contaremos con una línea especial para los cuartos de los bebés y niños.

- Esmaltes sintéticos.

Realizado en base solvente, coloreado, de acabado mate o brillante, fabricado a base de resinas alquídicas y pigmentos de alta resistencia a la intemperie para la protección y decoración de superficies de madera, metales y mampostería en interiores y exteriores.

- Desengrasantes.

Limpiador Líquido Antigrasa es un limpiador que con su tecnología y su fórmula brinda una limpieza fácil y que por el doble de eficiencia que hace que hagas la mitad del esfuerzo, ayudando a eliminar rápidamente hasta la grasa quemada, formulado con materia activa biodegradable

- Desinfectantes de pisos.

Limpiapisos Lavanda, canela y pino no sólo disfrutarás de un delicioso y duradero aroma en tus superficies sino también de una efectiva limpieza. se encarga de eliminar el 99.99%* de las bacterias que se alojan en los pisos y paredes de su hogar

- Jabón de loza.

producto formulado especialmente para remover la grasa de alimentos, es ideal para el lavado de cristalería, cubiertos, mesas de trabajo y en general toda clase de utensilios de cocina, loza, vidrio, plástico, acrílico, metal, esmalte y cerámica.

- Jabón para manos.

producto diseñado para la limpieza y humectación de las manos, su formulación es una mezcla óptima de tensoactivos y humectantes, que eliminan suciedad de manera fácil. encarga de eliminar el 99.99%* de las bacterias Disponible en aromas Coco, Avena, Bebé, Maracuyá y Manzana verde

- Jabón azul líquido

Es un producto multiusos que se puede utilizar en el lavado de cualquier tipo de superficie dura o textil encarga de eliminar el 99.99%* de las bacterias y quitar manchas difíciles. Se puede utilizar en lavadoras.



- Jabón para lavadora.

El jabón líquido para ropa es muy efectivo en la eliminación de las manchas, como las de grasa y de suciedad, y penetra más fácilmente en las telas además Al estar en formato líquido, no tapa los canales de la lavadora, también se disuelve de forma más rápida en el lavado y no deja residuos en las telas.

- Alcohol etílico al 70% y al 90%.

El **alcohol etílico** puede disolver muchas sustancias y, por este motivo, se utiliza como disolvente en la fabricación de fármacos, plásticos, lacas, barnices, plastificantes, perfumes, cosméticos, aceleradores del caucho, a la vez con este producto es una excelente manera de desinfectar y limpiar cualquier superficie.

- Suavizante para ropa

Es un suavizante acondicionador para todo tipo de telas. Deja las telas suaves y con un agradable aroma. Cuida de toda su ropa, ya que no daña ni blanquea la ropa. Ayuda a un planchado más fácil y disminuye las arrugas de la ropa. Reduce la cantidad de agua en el enjuague. Disponible en aromas: bebé y floral.

4.5. Usos y usuarios: definición de la clientela potencial

El target o público objetivo.

Perfil 1 (Detallistas Para las pinturas para cuartos de bebés)

Juliana de 27 y Sebastián 29 de la ciudad de bogotá en la localidad de Bosa barrio villa del río estrato 3, ellos viven juntos , juliana es una persona muy maternal detallista organizada le gusta el arte es diseñadora de interiores independiente, acabo de tener un bebé y quiere lo mejor para su hijo ella se preocupa por el estado de sus pertenencia tiene casa propia junto a su pareja sebastián el cual es un padre el cual trabaja muy duro gana más del mínimo. entre los dos gana mensualmente un aproximado de \$3.500.000 Sebastián es un padre primerizo que siempre busca complacer a los que más ama. Tanto Juliana como Sebastian en sus tiempos libres aman compartir con sus seres queridos a man las películas infantiles a pesar de que ya son de edad las disfrutan junto a su bebe y estan actualizados en tendencias, son



personas que se escuchan y toman decisiones juntos a pesar que su hijo no fue planeado lo aceptaron y cojieron la responsabilidad de la mejor manera, les gusta renovar su vivienda cada año puesto que para ellos cada año significa un nuevo comienzo y quiere que en su ambiente se sienta muy comoditos y agusto.

consideramos este perfil ya que en la La capital del país, Bogotá, tuvo una tasa de 10,2 nacimientos por cada mil habitantes es decir hubieron 77.447 nacimientos en la ciudad de bogotá, por lo cual aun que no sea una gran parte de población vamos a diseñar una línea de pinturas a ese 1.01 % (Datos tomados de DANE 2020)

Perfil 2 Mayorista (para las pinturas comunes)

Carlos tiene 32 años, es de la ciudad de Bogotá no es profesional pero a trabajado varios años en el sector de ferreterías, tiendas de pinturas, en el sector de mecánica, carpintería y construcción es de estrato 3 y tiene hace poco decidió independizarse y se dedica a comercializar químicos y pinturas al detalle.

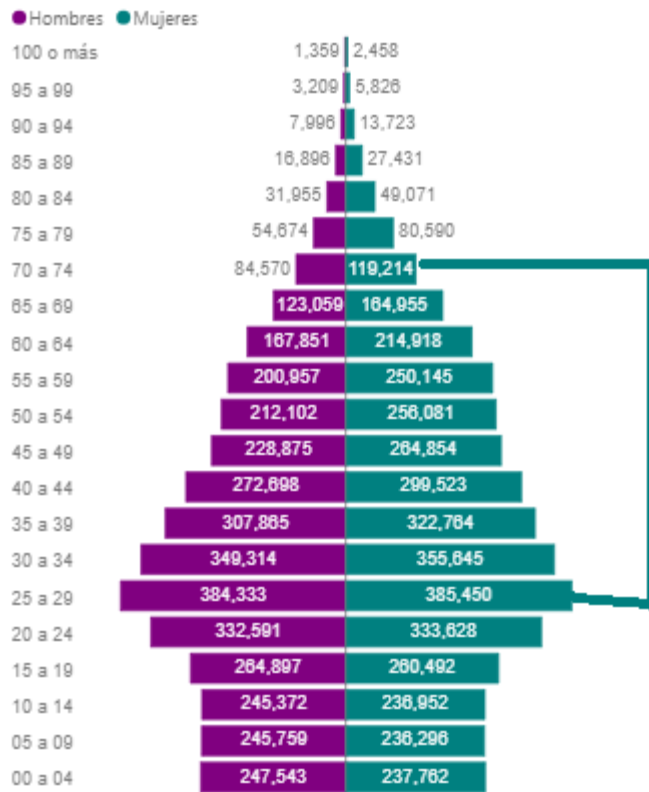
tuvimos en cuenta que en la ciudad de Bogotá contamos con 4.772 ferreterías.

Perfil 3 Detallistas(para los productos de aseo)

Mariaela tiene 42 años tiene 2 hijos, le gusta empezar el día organizando y limpiando para que todo quede impecable, luego se organiza ella y siempre tiene sus manos limpias a ella le gusta lavar ropa y usualmente los hace los domingos ella es de la ciudad de Bogotá, en la localidad de bosa. nunca sale de su casa sin dejar todo limpio y sin antes llevar alcohol y gel antibacterial en su bolso.



Pirámide poblacional





tomamos este perfil ya que está entre los rangos de edad que tomaremos a nivel de bogotá

Población total	100%	alrededor de 7,9 millones de personas
Población Objetivo	39%	población total de las dos líneas de productos





PRODUCTO	MERCADO POTENCIAL CLIENTES	CONSUMO ANUAL PERCAPITA	VENTA UNIDADES AÑO 1
pinturas para cuartos de bebés	77447	2	154894
pinturas Comunes	93164	480	44718720
productos aseo	2653549	288	764222112
Total	2,824,160	770	809,095,726

4.0. Factores de Competencia

COMPETIDORES DIRECTOS SECTOR PINTURA		
ENTIDAD	LOGO	PRODUCTO
Compañía Global De Pinturas S.A (Pintuco)		-Vinilos tipo 1,2 y 3. -Esmaltes sintéticos.
Pinturas Tito Pabón		-Vinilos tipo 1,2 y 3. -Esmaltes sintéticos.



COMPETIDORES INDIRECTOS SECTOR PINTURA		
ENTIDAD	LOGO	PRODUCTO
Homecenter		-Vinilos tipo 1,2 y 3. -Esmaltes sintéticos.
Easy		-Vinilos tipo 1,2 y 3. -Esmaltes sintéticos

Las ventajas de nuestros competidores es que ya tienen un reconocimiento el cual le da más seguridad de calidad a el cliente se encuentran en varios lados de la ciudad de Bogotá.

Las desventaja es la accesibilidad a los productos por altos precios en los productos y poca personalización en la gama de colores.

Los valores agregados de nuestros competidores:



En más de 75 años Pintuco ha sido destacada por organizaciones de diversos sectores que han resaltado la excelencia que Pintuco ha demostrado como empresa y como marca en sus procesos internos y hacia los clientes también cuentan con certificado icontec en sus productos además sus productos siempre han evolucionado junto a la tecnología de fabricación y siento una empresa pionera en aportar como marca a la sociedad.

En tito pabón el valor agregado es la calidad la cual la miden a través del tiempo: en el tipo y la resistencia de los materiales, la amplitud de la gama de colores.

COMPETIDORES DIRECTOS SECTOR PINTURA		
ENTIDAD	LOGO	PRODUCTO
MAKRO		<ul style="list-style-type: none">-Desengrasantes.-Desinfectantes de pisos.-Jabón de loza.-Jabón para manos.-Jabón azul líquido.-Jabón para lavadora.-Suavizante para ropa-Alcohol etílico al 70% y al 90%



Jumbo		<ul style="list-style-type: none">-Desengrasantes.-Desinfectantes de pisos.-Jabón de loza.-Jabón para manos.-Jabón azul líquido.-Jabón para lavadora.-Suavizante para ropa-Alcohol etílico al 70% y al 90%
COMPETIDORES INDIRECTOS SECTOR PINTURA		
ENTIDAD	LOGO	PRODUCTO
P&G		<ul style="list-style-type: none">-Desengrasantes.-Desinfectantes de pisos.-Jabón de loza.-Jabón para manos.-Jabón azul líquido.-Jabón para lavadora.-Suavizante para ropa



Soji		<ul style="list-style-type: none">-Desengrasantes.-Desinfectantes de pisos.-Jabón de loza.-Jabón para manos.-Jabón azul líquido.-Jabón para lavadora.-Suavizante para ropa-Alcohol etílico al 70% y al 90%
------	--	---

Las ventajas de nuestros competidores es que ya tienen un reconocimiento el cual le da más seguridad de calidad a el cliente se encuentran en varios lados de la ciudad de Bogotá.

Las desventaja es la accesibilidad a los productos por altos precios en los productos no se puede negociar por la cantidad ni cantidad

4.7. Aprovechamiento de insumos o apoyo tecnológico

Solvepinturas se dedicara a la fabricación y comercialización de esmaltes sintéticos, vinilos arquitectónicos 1, 2 y 3; además se dedicara a la comercialización de productos de aseo como lo son desengrasantes, desinfectantes de pisos, jabones de loza líquido, jabones para manos líquidos, jabones para lavadora, suavizantes para ropa y alcohol etílico al 70% y al 90%.

RAZON SOCIAL

Solvepinturas SAS.



NOMBRE PRODUCTO	Solve pinturas vinilos tipo 1,2 ,3 y esmalte sintético
------------------------	--

COSTO PRODUCTO PROMEDIO	\$110.000 a \$200.00 según el producto
LUGAR ORIGEN	Bogotá D.C
LUGAR COMERCIALIZACION	Bogotá D.C
VALOR AGREGADO	Atención personalizada y contamos con una línea para bebés y niños.

RAZON SOCIAL	Solvepinturas SAS.
NOMBRE PRODUCTO	desengrasantes, desinfectantes de pisos, jabones de loza líquido, jabones para manos líquidos, jabones para lavadora, suavizantes para ropa y alcohol etílico al 70% y al 90%

COSTO PRODUCTO PROMEDIO	\$5.000 a \$70.000 según producto y cantidad
LUGAR ORIGEN	Colombia
LUGAR COMERCIALIZACION	Bogotá D.C



4.8. Proveedores internos y externos

- Pinturas super: Nos provee las materias primas para la fabricación pinturas y esmaltes sintéticos
- Surti más: Nos provee los productos de aseo
- Dabrico: Nos provee las materias primas para la fabricación pinturas y esmaltes sintéticos
- Cosmos: Nos provee las materias primas para la fabricación pinturas y esmaltes sintéticos
- Nova limpieza: Nos provee los productos de aseo
- Brenntag: Nos provee las materias primas para la fabricación pinturas y esmaltes sintéticos

4.9. Estacionalidad del mercado

En el sector de los productos de aseo a causa de la pandemia se aumentó la estacionalidad puesto que se da la necesidad de tener todo limpio y desinfectado para evitar el contagio por lo cual durante todo el año estos productos pueden aumentar la demanda en festividades como son la navidad.

en cuanto a la sector de las pintura puede ser noviembre o diciembre ya que muchas de la persona en bogotá les encanta comenzar un año en un nuevo ambiente en su hogar ya que es una de las manera de ver un lugar distinto

4.10. Poder de compra

En solve pintura nos importa que se asequible para todas las familias de la ciudad de Bogotá D.C. por lo cual tuvimos en cuenta los estratos de 1 ,2,3 y 4.

4.11. Rango de precios o tarifas

LISTA DE PRECIOS - SOLVEPINTURAS			
LÍNEA DE PINTURAS			
PRODUCTO	PRECIO		
	CUÑETE	1/2 CUÑETE	GALÓN



Vinilo acrílico tipo 1	\$ 180,000	\$ 95,000	\$ 50,000
Vinilo acrílico tipo 2	\$ 140,000	\$ 80,000	\$ 38,000
Vinilo acrílico tipo 3	\$ 110,000	\$ 80,000	\$ 38,000
Esmalte sintético	\$ 280,000	\$ 150,000	\$ 60,000
LÍNEA DE ASEO PARA EL HOGAR - SUPERFICIES			
PRODUCTO	PRECIO		
	GARRAFA 5 GLS	GALÓN	LITRO
Jabón lavadora	\$ 55,000	\$ 16,000	\$ 5,000
Jabón para loza	\$ 65,000	\$ 17,000	\$ 5,500
Jabón antibacterial para manos	\$ 55,000	\$ 16,000	\$ 5,000
Jabón azul líquido	\$ 55,000	\$ 16,000	\$ 5,000
Desengrasante	\$ 55,000	\$ 16,500	\$ 5,000
Desinfectante para pisos	\$	\$ 9,000	\$ 2,500



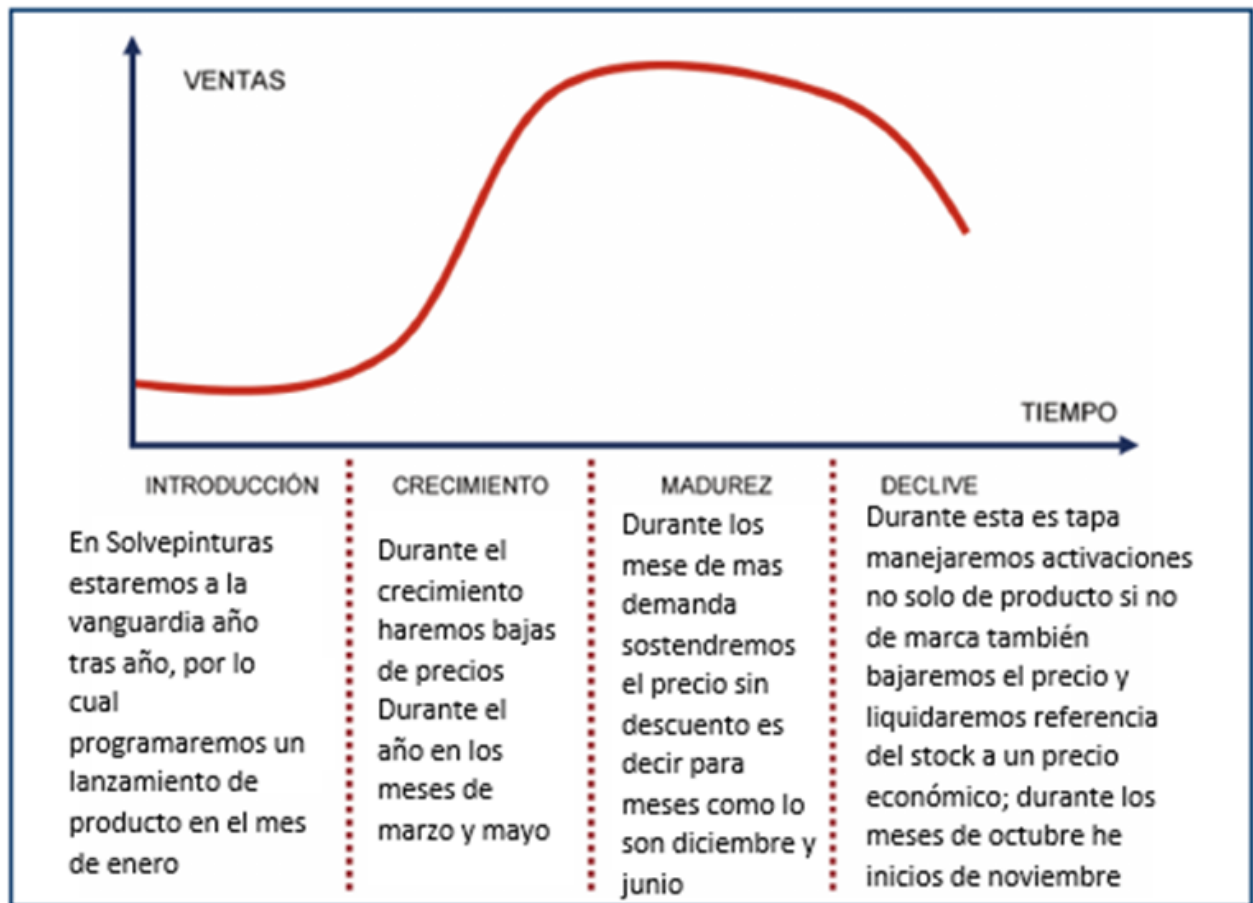
	45,000		
Alcohol al 70%	\$ 150,000	\$ 30,000	\$ 9,000
Gel antibacterial	\$ 160,000	\$ 35,000	\$ 9,000
Suavizante de ropa	\$ 60,000	\$ 18,000	\$ 6,000
Limpiavidrios	\$ 55,000	\$ 15,000	\$ 5,000

4.12. Comportamiento de la clientela

Los clientes de solve pintura se identifican como personas muy limpias que les gusta el orden y que todo se vea como nuevo les encantan los olores naturales; desde que entran a su casa todo tiene que estar impecable desde paredes hasta el último rincón de su casa, son detallista y no les gusta las paredes sucias también son persona que les gusta las remodelaciones cada fin de año. y tener sus manos y ropa oliendo rico.



4.13. Ciclo de vida del producto



4.14. Zonas o áreas potenciales del mercado



Por el momento abarcamos Bogotá en especial tenemos el las localidades de bosa y kenny ya que son donde nos encontramos pero en un futuro nos gustaría extendernos en municipios como lo son soacha , madrid, funza, facatativá.

CAPITULO III

Plan de Mercadeo y Aspectos Técnicos

5. Plan de Mercadeo

5.1. Tipología del mercado

Actualmente manejamos un mercado local ya que solo nos concentramos en una ciudad la cual es Bogotá a la vez manejamos ,un mercado de productos industriales ya que compramos la materia prima para la fabricación de Vinilos y esmaltes y por otra parte manejamos un mercado de distribuidores ya que compramos productos terminados para solo maquillarlo y venderlo a cliente final.

5.2. Diferenciación del producto o servicio

Mi empresa y mis productos se diferenciara primero en la calidad y segundo en la atención ya que será personalizada y esta no solo se encontrara en manera presencial sino en manera virtual; Aportamos valores como el de diseños de interiores, consejos de decoración, trucos de limpieza y lavado de ropa para que perdure más.

A nuestros clientes mayoristas se les capacitará en acción caliente y en temas técnicos, apoyándolos en un proceso de creación de su tienda o empresa y asesorandolos de cómo pueden generar empleo.



Además tendremos la línea de productos especializada para los cuarto de los bebés y niños de la ciudad de Bogotá, los cuales estarán acompañados con uno vinilos de decoración para las paredes según su personalización del cliente.

5.3. Políticas de precios o tarifas

Nosotros en Solve Pinturas nos enfocaremos en manejar un política de precios bajos que nos ayude a entrar rápidamente en el mercado y lograr ganar una cuota de este, ya que nosotros seremos una fábrica directa y podemos entrar a competir con precios teniendo un margen de ganancia bajo. Esto nos ayuda a que la empresa tenga una expansión rápida y nos da la posibilidad de abrir nuevos puntos de venta.

Adicional a esto vamos a manejar una política de precios en las temporalidades de ventas altas donde se suban las tarifas de los productos a la pa de la competencia pero teniendo la diferencialidad de poder negociar con los precios bajos y así mismo incrementar las ventas de la empresa

5.4. Estrategias de ventas

- En época de septiembre a los primeros días de noviembre se le hará una serie descuentos con algunos productos tanto de las pinturas como de la línea del hogar.
- Para nosotros es importante generar una experiencia en el consumidor y una de las estrategias será la manera de comunicación por medio de las redes dándoles consejos de decoración.
- Vamos a hacer activaciones de marca en la zona más cercana repartiendo volantes y merchandising .
- Contaremos con los mejores promotores los cuales atenderá y guiará al cliente para tener una venta satisfactoria.
- Seremos transparentes en los procesos de fabricación de nuestro producto para dar confianza a los clientes y puedan tomar su decisión y poder personalizar de manera controlada sus productos.
- Ventas online con un domicilio económico y algunas veces por la cantidad de pedido gratis.
- Obsequios por sus compras superiores a los \$180.000.
- Rifas por medio de la redes sociales en los meses de febrero y marzo.

5.5. Distribución y mercadeo

La distribución que manejaremos será directa e indirecta ya que manejamos los dos perfiles de cliente lo mayorista y los consumidores finales

5.6. Promoción y Publicidad

Se manejará todo tipo de contenido gráfico en imágenes y en video mediante las redes sociales donde estaremos brindando consejos de remodelación y recomendaciones de pintura para interiores.



Imagen N° - Piezas publicitarias. Imagen N° - Piezas publicitarias.



5.7. Estrategias de comunicación

- Manejaremos estrategia de lanzamiento por redes sociales haciéndonos conocer
- Nuestro principal canal será el instagram por medio de el enseñaremos a las personas cosas que no sabían y consejos de decoración y limpiezas
- El tono que manejaremos será gentil y muy cercano con confianza.
- En un futuro pagaremos pauta digital para generará la visualización deseada
- crearemos página web
- Nos interesa mucho generar una experiencia de compra para que el cliente nos recomiende ya que una forma de comunicar nuestra marca será el voz a voz.
- Nos vinculamos a influencers los cuales lleven a dar y a apalancar la marca.



6. Aspectos Técnicos y Financieros

6.1. Estudio técnico del proyecto





Organigrama de la empresa.



Funciones de los cargos:

- a) Gerente: Será el que tendrá el control absoluto de la empresa, así mismo, será la persona que está en representación de la empresa ante las personas externas a esta.
- b) Secretaría: Será el brazo derecho de la persona que esté ocupando la gerencia, la ayudará con todo el archivo y facturación de la empresa.
- c) Gerente de mercadeo: Será la persona responsable de registrar las campañas de mercadeo de los productos y será el responsable de dar los resultados e informar al gerente sobre la asertividad de la campaña en internet.
- d) Gerente administrativo y financiero: Será el que esté pendiente de todo el tema de contratación de bienes y servicios necesarios para la empresa, así mismo será encargada de la contabilidad de la empresa para mantener informado al gerente del proceder de la empresa.
- e) Gerencia de talento humano: Será el encargado de toda la contratación de personal de la empresa y a su vez tendrá que crear y llevar el SGSST en la empresa

**6.2. Requerimientos Técnicos, tecnológicos y científicos**

FICHA TÉCNICA SOLYEPINTURAS			
ACTIVO	CARACTERÍSTICAS	PRECIO	IMAGEN
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Maquina 1	<ul style="list-style-type: none"> · Motor de 18 HP. · Eje de agitación de 1 1/2 pulgadas x 1,55 Mts. · Polea de motor de 5" de 2 canales. · Polea del eje agitador de 12" x 2 canales. · Arrancador estrella tipo triángulo de 60 Amp. · Tanque con capacidad para 300 Gls. 	\$ 8.500.000	
Maquina 2	<ul style="list-style-type: none"> · Motor de 15 HP. · Eje de agitación de 1 1/2 pulgadas x 1,35 Mts. · Polea de motor de 5 1/2 pulgadas - 2 canales. · Polea del eje agitador de 8" x 2 canales. · Arrancador estrella tipo triángulo de 60 Amp. · Tanque con capacidad para 300 Gls. 	\$ 7.500.000	
Maquina 3	Maquina manual para sellar los galones	\$ 3.000.000	
Maquina 4	Batidora mezcladora de colores	\$ 1.500.000	

MUEBLES Y ENSERES		
Escritorios	Escritorios de oficina x 4	\$ 1.200.000
Impresoras	Impresoras multifuncionales x 2	\$ 3.500.000
Sillas	Sillas para escritorio y sala de estar x 9	\$ 1.800.000
Archivador	Archivadores de documentos x 2	\$ 1.000.000
Tv	Tv de 32" para sala de estar	\$ 650.000
Vitrinas	Vitrinas en vidrio X 2	\$ 900.000
Computadores	Computador de oficina x 2	\$ 2.200.000
Cafetera	Cafetera x 1	\$ 100.000
Botiquines	Botiquin de primeros auxilios x 3	\$ 120.000
Oficina	Artículos varios de oficina	\$ 100.000
Teléfonos	Teléfono empresa inalámbrico x 2	\$ 360.000
Laboratorios	Artículos varios de laboratorio	\$ 1.000.000



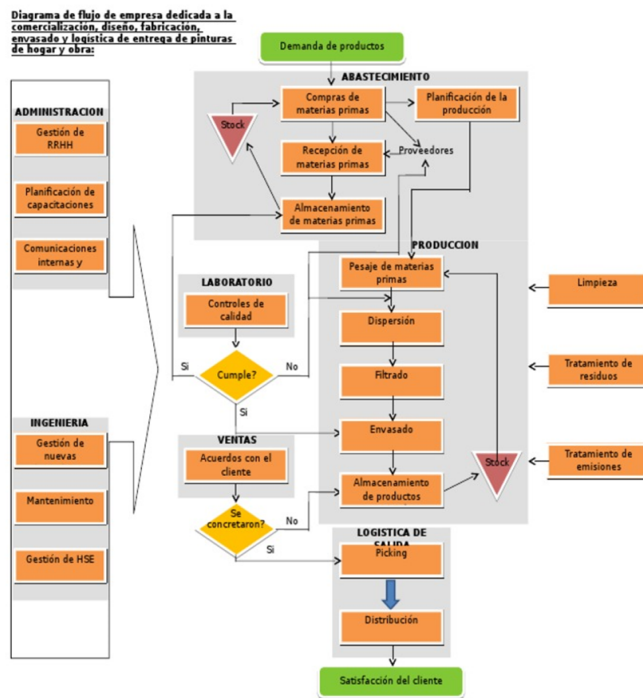
Maquina 1	
Cantidad	Especificaciones técnicas
1	Motor de 18 HP, que gire a 1750 rpm
1	Eje de agitación de 1 1/2 pulgadas x 1,55 Mts
1	Polea de motor de 5" dos canales
1	Polea del eje agitador de 12" x 2 canales
1	Arrancador estrella tipo triangulo de 60 amperios
1	Tanque con capacidad para 300 galones

Maquina 2	
Cantidad	Especificaciones técnicas
1	Motor de 15 HP, que gire a 1750 rpm
1	Eje de agitación de 1 1/2 pulgadas x 1,35 Mts
1	Polea de motor de 5 1/2 pulgadas dos canales
1	Polea del eje agitador de 8" x 2 canales
1	Arrancador estrella tipo triangulo de 60 amperios
1	Tanque con capacidad para 300 galones

Maquina 3	
Cantidad	Especificaciones técnicas
1	Maquina manual para empaque de galón
1	Tapadora manual para empaque de galón

6.3. Planes generales

Flujograma de producción en área de pinturas.



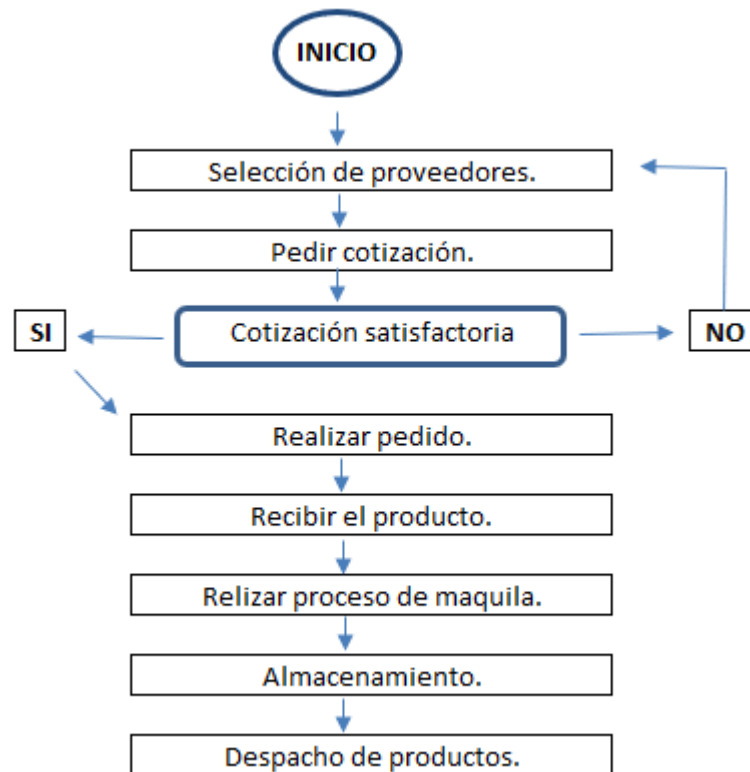
Maria Paz Raichi

Tomado de:

<https://es.scribd.com/doc/257407723/Diagrama-de-Flujo-fabricacion-de-pinturas>



Flujograma de producción en área de aseo.



6.4. Mano de Obra Directa

Mi mano de obra directa sería todo el personal encargado de la fabricación de los productos comercializados por la empresa, es decir, las personas que estén en el área de producción de la empresa sería mi MOD. Este grupo de empleados buscaría que mantuvieran un contrato a término indefinido donde busque que en estos cargos no haya tanta rotación de personal.

6.5. Localización de la Planta o actividad económica

Mi empresa o planta de producción está ubicada en un sitio estratégico que me permite cubrir gran parte de 2 localidades de Bogotá ya que me encuentro en la localidad de Bosa, barrio El Carmelo, cerca al portal Américas, esto me ayuda a estar bien posicionado y poder tener distribución rápida y efectiva en las localidades de Bosa y Kennedy que son de las más grandes de Bogotá.



6.6. Precisión de Inversiones y Gastos iniciales.

SOLVEPINTURAS SAS					
INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN					
DETALLE DE INVERSIONES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL (AÑOS)	DEPRECIACIÓN
Tanque de almacenamiento	9	\$ 65.000	\$ 585.000	10	\$ 58.500
Molino de molienda	3	\$ 3.500.000	\$ 10.500.000	5	\$ 2.100.000
Molino para vinilo	2	\$ 2.500.000	\$ 5.000.000	5	\$ 1.000.000
Impresora	1	\$ 550.000	\$ 550.000	5	\$ 110.000
Extintores multiusos	3	\$ 50.000	\$ 150.000	1	\$ 150.000
Computador empresarial	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	1	\$ 1.200.000
Celular corporativo	1	\$ 950.000	\$ 950.000	2	\$ 475.000
Mouse computador	1	\$ 25.000	\$ 25.000	2	\$ 12.500
Creación pagina web	1	\$ 200.000	\$ 200.000	1	\$ 200.000
Montacarga	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	5	\$ 300.000
Vitrina mostradora	1	\$ 350.000	\$ 350.000	5	\$ 70.000
Cascos de seguridad	3	\$ 27.000	\$ 81.000	1	\$ 81.000
Dotación empleados	2	\$ 250.000	\$ 500.000	1	\$ 500.000
Botiquin de primeros auxilios	2	\$ 25.000	\$ 50.000	1	\$ 50.000
Canecas de residuos organicos	5	\$ 20.000	\$ 100.000	5	\$ 20.000
Escritorios de oficina	3	\$ 350.000	\$ 1.050.000	5	\$ 210.000
Sillas de oficina	5	\$ 75.000	\$ 375.000	5	\$ 75.000
Elementos de laboratorio	1	\$ 500.000	\$ 500.000	5	\$ 100.000
Camilla de emergencias	1	\$ 45.000	\$ 45.000	5	\$ 9.000
Papeleria inicial	1	\$ 150.000	\$ 150.000	5	\$ 30.000
Silla de estar	1	\$ 90.000	\$ 90.000	5	\$ 18.000
Letreros o avisos	20	\$ 70.000	\$ 1.400.000	5	\$ 280.000
TOTAL			\$ 25.351.000		\$ 7.049.000

SOLVEPINTURAS SAS			
INVERSIÓN EN OBRAS FÍSICAS			
DETALLE DE INVERSIONES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Divisiones en drywall para oficinas	3	\$ 150.000	\$ 450.000
Instalación electrica de maquinaria (incluye materiales y mano de obra)	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Arreglo de fachada	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Arreglo de piso bodega	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Pintura general	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Compra ventanas oficinas	2	\$ 50.000	\$ 100.000
Baranda de escaleras de bodega	1	\$ 600.000	\$ 600.000
Compra laminas de poliuretano para porton	3	\$ 106.000	\$ 318.000
Arreglo de porton bodega	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Arreglo de iluminación (compra de bombillos ahorradores para toda las instalaciones)	16	\$ 13.000	\$ 208.000
TOTAL			\$ 7.326.000



SOLVEPINTURAS SAS					
INVERSIÓN EN HERRAMIENTAS					
DETALLE DE INVERSIONES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL (AÑOS)	DEPRECIACIÓN
Espatulas	4	\$ 15.000	\$ 60.000	10	\$ 6.000
Martillo de goma	2	\$ 17.000	\$ 34.000	10	\$ 3.400
Martillo	1	\$ 23.000	\$ 23.000	10	\$ 2.300
Juego de destornilladores	1	\$ 49.000	\$ 49.000	10	\$ 4.900
Destapador de canecas	3	\$ 13.000	\$ 39.000	10	\$ 3.900
Juego de alicates	1	\$ 35.000	\$ 35.000	10	\$ 3.500
Llave expansiva	1	\$ 20.000	\$ 20.000	10	\$ 2.000
Embudos diferentes tamaños	4	\$ 5.000	\$ 20.000	10	\$ 2.000
Regla de medida	2	\$ 12.000	\$ 24.000	10	\$ 2.400
TOTAL			\$ 304.000		\$ 30.400

SOLVEPINTURAS SAS	
INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES Y DIFERIDOS	
DETALLE DE INVERSIONES	COSTO
Creación de pagina web (hosting y dominio)	\$ 1.500.000
Cración cámara de comercio	\$ 570.000
Apertura cuenta bancaria	\$ 200.000
Asesoría acta de constitución	\$ 50.000
Asesoría de ingeniero químico para montaje de la empresa (formulaciones de la pintura)	\$ 5.000.000
Capacitación empleados de la empresa	\$ 500.000
Solicitud de plataforma	\$ 520.000
Firma digital	\$ 270.000
Nómina inicial	\$ 2.200.000
Afiliación a seguridad social y parafiscales	\$ 500.000
TOTALES COSTOS PREOPERATIVOS	\$ 11.310.000

CAPITAL	\$ 50.000.000
SUMA TOTAL 4 CUADROS DE INVERSIÓN	\$ 44.291.000

CAPÍTULO IV

Aspectos Legales y Organizativos

7. Definición forma Jurídica de la empresa:

7.1. Figura Societaria Escogida

Sociedad Anónima Simplificada S.A.S.

7.2. Definición S.A.S

Son las siglas de Sociedad Anónima Simplificada, y se refiere a una sociedad creada por la ley 1258 de 2009 y es una sociedad de capitales que siempre tendrá naturaleza comercial, sin importar las



actividades que se prevean en su objeto social.

7.3. Minuta de Constitución

La acta de constitución la dividiré en los siguientes capítulos:

- **Capítulo I:** Nombre, nacionalidad, domicilio, objeto y duración de la sociedad.
- **Capítulo II:** Capital, acciones y títulos.
- **Capítulo III:** Órganos de la sociedad.
- **Capítulo VI:** Derechos y deberes de los accionistas.
- **Capítulo V:** Sigilo.
- **Capítulo VI:** Balances, reservas y dividendos.
- **Capítulo VII:** Disolución y liquidación.
- **Capítulo VIII:** Disposiciones finales.
- **Capítulo IX:** Disposiciones varias.



8. Procedimientos Legales para la Formalización de la Empresa

Procedimientos Legales para la **FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA**

1 Registrarse como persona natural o jurídica ante la cámara de comercio

Definir nombre para la empresa **2**

Consulta la disponibilidad del nombre (Homonimia)

3 Clasifique su actividad económica

Con una palabra clave, consulta su clasificación de actividades económicas CIUJ; a través de la página web de la CCB de manera gratuita.

Consultar la marca **4**

verifique que la marca que haya elegido no tenga un registro previo.

Descargue, diligencie y organice la documentación exigida **5**

-formulario RUES
-Estatutos Modelos y guía disponible en la página web
-Fotocopias de las cédulas de los representantes legales

Preséntese ante la CCB **6**

- Si tienes duda los asesores de la ccb le pueden ayudar gratuitamente
- solicite el pre Rut si eres persona jurídica
- solicite la pre matricula mercantil

7 Elija el banco

Abra una cuneta al nombre de la empresa

8 Radique sus documentos en una ventanilla de la CCB

9 Pre-apropiación

Después de tres días de radicar consulta vía Internet la aprobaciones, en el caso de ser aceptados pida la cita en la Dian



9. Formalización Comercial

9.1. Cámara de comercio

Cámara de Comercio de Bogotá
Bogotá, Colombia

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Fecha Expedición: 14 de Noviembre de 2020 Hora: 09:34:41
Número No. 002312478
Vigencia: 2 Años

OBJETO DE VERIFICACIÓN MERCANTIL

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, representando a sus señores socios/accionistas/accionistas y firme el respectivo código, para que mediante la imagen generada al momento de su expedición, la verificación se pueda realizar de manera ilimitada, durante 90 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

LA MATRÍCULA MERCANTIL PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS.

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

NOMBRE, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO

Razón social: SOLVEPOTURAS SAS
NIT: 921.411.420-0 Administración : Dirección Seccional De Impuestos De Bogotá
Domicilio principal: Bogotá D.C.

MATRÍCULA

Matrícula No. 03312081
Fecha de matrícula: 19 de noviembre de 2020
Último año renovado: 2020
Fecha de renovación: 19 de noviembre de 2020
Grupo RIIF: GRUPO III, Microempresas

El empresario cumple con los requisitos de pequeña empresa joven para acceder al beneficio que establece el artículo 3 de la Ley 1790 del 2 de mayo de 2016, y que al realizar la matrícula mercantil informó bajo gravedad de juramento los siguientes datos:

El empresario SOLVEPOTURAS SAS realizó la matrícula mercantil en la fecha 19 de noviembre de 2020.

El número de trabajadores ocupados reportado por el empresario en la matrícula es del 2.

UBICACIÓN

Dirección del domicilio principal: Cl 55 Sur No. 42 N 09 Bq 1 Municipio Bogotá D.C.
Correo electrónico: solvepoturas.sas@gmail.com
Teléfono comercial 1: 3142344944

Página 1 de 1

Cámara de Comercio de Bogotá
Bogotá, Colombia

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Fecha Expedición: 14 de Noviembre de 2020 Hora: 09:34:41
Número No. 002312478
Vigencia: 2 Años

OBJETO DE VERIFICACIÓN MERCANTIL

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, representando a sus señores socios/accionistas/accionistas y firme el respectivo código, para que mediante la imagen generada al momento de su expedición, la verificación se pueda realizar de manera ilimitada, durante 90 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

Teléfono comercial 1: No reportó.
Teléfono comercial 2: No reportó.

Dirección para notificación judicial: Cl 55 Sur No. 42 N 09 Bq 1 Municipio Bogotá D.C.
Correo electrónico de notificación: solvepoturas.sas@gmail.com
Teléfono para notificación 1: 3142344944
Teléfono para notificación 2: No reportó.
Teléfono para notificación 3: No reportó.

La persona Jurídica SI autorizó para recibir notificaciones personales a través de correo electrónico, de conformidad con lo establecido en el artículo 87 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

COMUNIFICACIÓN

Por Documento Privado No. SIN NCM del 19 de noviembre de 2020 de Aciendista Dairo, inscrito en esta Cámara de Comercio el 19 de noviembre de 2020, con el No. 02836179 del libro IX, se constituyó la sociedad de naturaleza Comercial denominada SOLVEPOTURAS 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 y tendrá como objeto: I) Compra, venta, importación, exportación, fabricación, almacenamiento, distribución, comercialización y enajenas de: Alimentos, Bebidas, productos químicos, petroquímicos, agroquímicos, perfumes y productos de aseo, II) Desarrollo de procesos industriales con estas especies, polímeros, gomas y todo lo relacionado con este ramo, III) Sociedad Asesora y prestar servicios para la administración, diseño y montaje de empresas del mismo sector, IV) Recuperación, purificación

Página 2 de 1

Cámara de Comercio de Bogotá
Bogotá, Colombia

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Fecha Expedición: 14 de Noviembre de 2020 Hora: 09:34:41
Número No. 002312478
Vigencia: 2 Años

OBJETO DE VERIFICACIÓN MERCANTIL

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, representando a sus señores socios/accionistas/accionistas y firme el respectivo código, para que mediante la imagen generada al momento de su expedición, la verificación se pueda realizar de manera ilimitada, durante 90 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

y transformación de materia prima para uso industrial del ramo petroquímico y a fines, 5) Concentración y extracción de aceites esenciales, perfumes y aromas, así como el desarrollo e lanzamiento de su objeto social y la empresa podrá, ocuparse válidamente de los siguientes actos y contratos, adquirir y enajenar muebles e inmuebles, vehículos, maquinaria y equipos nuevos y/o usados, operar y administrar por cuenta propia o ajena, 6) Indicar con establecimientos de crédito y aseguradoras para toda clase de operaciones propias y complementarias o auxiliares de su objeto social, C) Girar, aceptar, endosar, descontar, protestar, ceder, cobrar, emitir, cancelar, dar y recibir letras de cambio, pagarés, cheques y cualquier otro acto de operación, civil o de comercio complementario que sean necesarios o convenientes para el logro de los fines de la sociedad que persiga especialmente los que están relacionados como objeto social, 7) Formar parte de otras sociedades nacionales y extranjeras que se propongan actividades auxiliares o complementarias. Por lo tanto, la sociedad está autorizada para participar como promotor en cualquier clase de licitación, concurso, licitación o contrato pudiendo adicionalmente para ello, constituir conforme a la ley y bajo la forma jurídica que corresponda, consorcios, uniones temporales, personas de sociedad futura, sociedades, asociaciones con firmas y/o personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras, públicas o privadas.

CAPITAL

* CAPITAL AUTORIZADO *

Valor = \$50.000.000,00
No. de acciones = 1.000,00
Valor nominal = \$50.000,00

* CAPITAL SUSCRITO *

Valor = \$50.000.000,00
No. de acciones = 1.000,00
Valor nominal = \$50.000,00

* CAPITAL PAGADO *

Valor = \$50.000.000,00

Página 3 de 1

Cámara de Comercio de Bogotá
Bogotá, Colombia

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Fecha Expedición: 14 de Noviembre de 2020 Hora: 09:34:41
Número No. 002312478
Vigencia: 2 Años

OBJETO DE VERIFICACIÓN MERCANTIL

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, representando a sus señores socios/accionistas/accionistas y firme el respectivo código, para que mediante la imagen generada al momento de su expedición, la verificación se pueda realizar de manera ilimitada, durante 90 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

No. de acciones = 1.000,00
Valor nominal = \$50.000,00

REPRESENTACIÓN LEGAL

La sociedad tendrá un gerente, que será el representante legal y su respectivo suplente.

FUNCIONES Y LIMITACIONES DEL REPRESENTANTE LEGAL

El representante legal será el gerente quien ejercerá todas las funciones propias de la naturaleza de su cargo, y en especial, las siguientes: 1. Representar a la sociedad, ante terceros y ante toda clase de autoridades de orden administrativo y jurisdiccional, quien no tendrá restricciones de contratación por causa de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad. 2. Ejecutar todos los actos u operaciones correspondientes al objeto social, de conformidad con lo previsto en las leyes y en estos estatutos. 3. Autorizar con su firma todos los documentos públicos o privados que deban otorgarse en desarrollo de las actividades sociales o en interés de la sociedad. 4. Nombrar y remover los empleados de la sociedad cuyo nombramiento y remoción. 5. Tomar todas las medidas que requiera la conservación de las finanzas sociales, vigilar la actividad de los empleados de la administración de la sociedad e impartirles las ordenes e instrucciones que exija la buena marcha de la compañía. 6. Cumplir o hacer que se cumplan oportunamente todos los requisitos o exigencias legales que se relacionen con el funcionamiento y actividades de la sociedad.

FUNDAMENTO

REPRESENTANTES LEGALES

Mediante Documento Privado No. SIN NCM del 19 de noviembre de 2020, de Aciendista Dairo, inscrito en esta Cámara de Comercio el 19 de noviembre de 2020 con el No. 02836179 del libro IX, se designó al

Página 4 de 1



Cámara de Comercio de Bogotá
Sede Virtual

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Fecha Expedición: 14 de diciembre de 2020 Hora: 09:54:46
Recibo No. 202021878
Valor: \$ 6,100

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN 820521679784F

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a 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.

CARGO	NOMBRE	IDENTIFICACIÓN
Gerente	Rodríguez Fariás Andrés Felipe	C.C. No. 000001019140990

SITUACIÓN DE CONTROL Y/O GRUPO EMPRESARIAL

Que por Documento Privado del constituyente del 19 de noviembre de 2020, inscrito el 19 de noviembre de 2020 bajo el número 02636389 del libro IX, comunica el accionista único:
Rodríguez Fariás Andrés Felipe
Domicilio: BOGOTÁ D.C.
Nacionalidad: Colombiana
Actividad: 2022 - 4663 - 1921 - 4661
Presupuesto: Numeral 1 Artículo 261 del Código de Comercio
Que se ha configurado una situación de control con la sociedad de la referencia.
Fecha de configuración de la situación de control: 19-11-2020

CLASIFICACIÓN DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS - CIIU

Actividad principal Código CIIU:	2022
Actividad secundaria Código CIIU:	4663
Otras actividades Código CIIU:	1921, 4661

RECURSOS CONTRA LOS ACTOS DE INSCRIPCIÓN

De conformidad con lo establecido en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo y la Ley 962 de 2005, los actos administrativos de registro, quedan en firme dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de inscripción, siempre que no sean objeto de recursos. Para estos efectos, se informa que para la Cámara de Comercio de Bogotá, los sábados NO son días hábiles.

Una vez interpuestos los recursos, los actos administrativos recurridos quedan en efecto suspensivo, hasta tanto los mismos sean resueltos, conforme lo prevé el artículo 79 del Código de



Cámara de Comercio de Bogotá
Sede Virtual

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Fecha Expedición: 14 de diciembre de 2020 Hora: 09:54:46
Recibo No. 202021878
Valor: \$ 6,100

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN 820521679784F

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a 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.

Procedimiento Administrativo y de los Contencioso Administrativo.

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Los siguientes datos sobre RIT y Planeación Distrital son informativos:

Contribuyente inscrito en el registro RIT de la Dirección Distrital de Impuestos, fecha de inscripción : 19 de noviembre de 2020.
Fecha de envío de información a Planeación Distrital : 26 de noviembre de 2020.

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 para verificar si su empresa está obligada a remitir estados financieros. Evite sanciones.

TAMAÑO EMPRESA

De conformidad con lo previsto en el artículo 2.2.1.13.2.1 del Decreto 1074 de 2015 y la Resolución 2225 de 2019 del DANE el tamaño de la empresa es Microempresa

Lo anterior de acuerdo a la información reportada por el matriculado o inscrito en el formulario RUES:

Ingresos por actividad ordinaria \$ 0

Actividad económica por la que percibió mayores ingresos en el periodo - CIIU : 2022

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



9.2. Registro Único Empresarial



FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES HOJA 1

Para ver exclusiva de la Cámara de Comercio Código Cámara y Fecha Ratificación

Deligenciar e imprimir a letra impresa los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras. En los términos del artículo 146 del Decreto 010 de 2002 y 37 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada. En los términos del artículo 26 del Código de Comercio, la Cámara de Comercio podrá solicitar información adicional. Además del uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos, para los fines propios de los registros públicos y su publicidad.

INFORMACIÓN DEL REGISTRO		
REGISTRO MERCANTIL / EMPRESAS DE SERVICIO Y ASESORIA PROCESOS CIVILES	REGISTRO ENTIDADES SIN ANILLO DE LUCRO / ECONOMÍA SOLIDARIA / VEREDURAS / COOPERATIVAS / ONG'S Y ESTABLECIMIENTOS	REGISTRO ÚNICO DE PROPONENTES
MATRÍCULA / INSCRIPCIÓN <input checked="" type="checkbox"/>	INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/>	INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/>
RENOVACIÓN <input type="checkbox"/>	RENOVACIÓN <input type="checkbox"/>	ACTUALIZACIÓN <input type="checkbox"/>
TRASLADO DE DOMICILIO <input type="checkbox"/>	TRASLADO DE DOMICILIO <input type="checkbox"/>	RENOVACIÓN <input type="checkbox"/>
AJUSTE DE INFORMACIÓN FINANCIERA <input type="checkbox"/>	AJUSTE DE INFORMACIÓN FINANCIERA <input type="checkbox"/>	CANCELACIÓN <input type="checkbox"/>
Nº. MATRÍCULA / INSCRIPCIÓN	Nº. INSCRIPCIÓN	ACTUALIZACIÓN POR TRASLADO DE DOMICILIO, INDIQUE LA CÁMARA DE COMERCIO ANTERIOR
AÑO QUE RENUEVA	AÑO QUE RENUEVA	Nº. INSCRIPCIÓN
TIPO GENERAL DE ORGANIZACIÓN (Elija las indicaciones del formulario RUES)		
TIPO ESPECÍFICO DE ORGANIZACIÓN (Elija las indicaciones del formulario RUES)		
CONDICIÓN SOCIEDAD SIC <input type="checkbox"/>		
IDENTIFICACIÓN		
Persona Jurídica Solvepinturas S A S		SICLA
RAZÓN SOCIAL		SEGNº NOBRE
Persona Natural	PRIMER APELLIDO Fariñas	PRIMER NOMBRE Andrés
	SEGUNDO APELLIDO Fariñas	SEGUNDO NOMBRE Felipe
	SEXO <input type="checkbox"/> M <input checked="" type="checkbox"/> F	
NIT 80014318120	FECHA DE EXPIRACIÓN 27/06/2016	LUGAR DE EMISIÓN Bogotá DC
	PAÍS Colombia	
UBICACIÓN Y DATOS GENERALES		
INFORMACIÓN GENERAL		
DIRECCIÓN DE DOMICILIO PRINCIPAL Calle 55 sur #82B - 09 Bg 01		
ZONA: URBANA <input checked="" type="checkbox"/> RURAL <input type="checkbox"/>		CÓDIGO POSTAL
UBICACIÓN: LOCAL <input type="checkbox"/> OFICINA <input checked="" type="checkbox"/> LOCAL Y OFICINA <input type="checkbox"/> FÁBRICA <input checked="" type="checkbox"/> VIVIENDA <input type="checkbox"/> FINCA <input type="checkbox"/>		
MUNICIPIO Bogotá D.C.	DEPARTAMENTO Cundinamarca	LOCALIDAD - BARRIO - VEREDA - CORREGIMIENTO El Carmelo
TELÉFONO 1 (igual al reportado en el formulario del Registro Único Tributario SIGA casilla 44)	TELÉFONO 2	TELÉFONO 3
3 1 4 2 5 4 4 9 4 4		
CORREO ELECTRÓNICO (obligatorio)		
solvepinturas.sas@gmail.com / andres.f.98620@gmail.com		
INFORMACIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL Y ADMINISTRATIVA		
DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL Calle 55 sur #82B - 09 Bg 01		
ZONA: URBANA <input checked="" type="checkbox"/> RURAL <input type="checkbox"/>		CÓDIGO POSTAL
MUNICIPIO Bogotá D.C.	DEPARTAMENTO Cundinamarca	LOCALIDAD - BARRIO - VEREDA - CORREGIMIENTO El Carmelo
TELÉFONO 1	TELÉFONO 2	TELÉFONO 3
3 1 4 2 5 4 4 9 4 4		
CORREO ELECTRÓNICO (obligatorio)		
solvepinturas.sas@gmail.com / andres.f.98620@gmail.com		
LA SEDE ADMINISTRATIVA ES:		
PROPIA <input type="checkbox"/>	ARRENDADO <input checked="" type="checkbox"/>	COMODATO <input type="checkbox"/> PRÉSTAMO <input type="checkbox"/>
De conformidad con lo establecido en el artículo 67 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, autorizo para que me notifiquen personalmente a través del correo electrónico aquí especificado <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
ACTIVIDADES ECONÓMICAS		
Indique una clasificación principal y máximo tres clasificaciones secundarias, tomadas del sistema de clasificación industrial internacional uniforme (CIIU)		
INDIQUE EL CÓDIGO SHD SI SU ACTIVIDAD ECONÓMICA LA DESARROLLA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ, D.C.		
ACTIVIDAD PRINCIPAL CIIU 1	ACTIVIDAD SECUNDARIA CIIU 2	OTRAS ACTIVIDADES CIIU 3 Y CIIU 4
CLASE 2 0 2 2 SHD <input type="checkbox"/>	CLASE 4 3 3 SHD <input type="checkbox"/>	CLASE 1 9 2 1 SHD <input type="checkbox"/>
FECHA DE INICIO ACTIVIDAD PRINCIPAL	FECHA DE INICIO ACTIVIDAD SECUNDARIA	EXPORTADOR <input type="checkbox"/>
2 0 2 2	4 3 3	USUARIO AZULEÑO <input type="checkbox"/>
DESCRIBA DE MANERA BREVE O RESUMIDA SU ACTIVIDAD ECONÓMICA - PARA PERSONAS NATURALES (Máximo 1.000 caracteres)		
INDIQUE A CONTINUACIÓN EL CÓDIGO CIIU POR EL CUAL PERCIBIÓ MAYORES INGRESOS POR ACTIVIDAD ORDINARIA EN EL PERÍODO		
CLASE <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> SHD <input type="checkbox"/>		

9.3. Consulta de Homonimia

linea.ccb.org.co/ccbcconsultasrue/consultas/rue/consulta_empresa.aspx

Por nombre o razón social*

Escriba los primeros caracteres del nombre

Búsqueda por palabra clave

Por palabra clave

Registro mercantil

Dígame el número de matrícula

Cámara de Comercio	Matrícula	Razón Social	Organización Jurídica	Último año renovado	Estado
BOGOTÁ	800211981	SOLVEPINTURAS SAS	SOCIEDAD O PERSONA JURÍDICA PRINCIPAL Y SOCIAL	16	ACTIVA



9.4. CIU

Voy a manejar 4 códigos CIU diferentes que serán,

2022	Fabricación de pinturas, barnices y revestimientos similares, tintas para impresión y masillas.
4663	Comercio al por mayor de materiales de construcción, artículos de ferretería, pinturas, productos de vidrio, equipo y materiales de fontanería y calefacción.
1921	Fabricación de productos de la refinación del petróleo.
4759	Comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados.

9.5. Licencias de Funcionamiento

En nuestra empresa para hacer el requerimiento de las licencias de funcionamiento necesitamos tener los permisos solicitados por las entidades municipales como permiso de bomberos de la ciudad, permisos de sanidad y el permiso de uso de suelos para poder solicitar una licencia de funcionamiento ante la entidad correspondiente.

10. Formalización Tributaria



10.1. Impuestos Nacionales y distritales que debe tributar la empresa

La empresa deberá tributar los siguientes impuestos:

- Declaración de renta.
- IVA.
- ICA.
- Retención en la fuente.
- Gravamen al movimiento financiero, 4X1000.



10.2. Registro único Tributario

		Formulario del Registro Único Tributario		<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; font-size: 24px; font-weight: bold;">001</div>	
2. Concepto <input type="checkbox"/> 0 <input checked="" type="checkbox"/> 1 Inscripción			4. Número de formulario 14724041512		
			 <small>(415)7707213489984(8020) 0000014724041512</small>		
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 9 0 1 4 3 1 8 2 0		6. DV 0		12. Dirección seccional Impuestos de Bogotá	
IDENTIFICACIÓN					
24. Tipo de contribuyente Persona jurídica		25. Tipo de documento 1		26. Número de identificación	
27. Fecha expedición		28. País COLOMBIA		29. Departamento Bogotá D.C.	
30. Ciudad/Municipio Bogotá, D.C.		31. Primer apellido		32. Segundo apellido	
33. Primer nombre		34. Otros nombres		35. Razón social SOLVEPINTURAS S.A.S	
36. Nombre comercial					
UBICACIÓN					
38. País COLOMBIA		39. Departamento Bogotá D.C.		40. Ciudad/Municipio Bogotá, D.C.	
41. Dirección principal CL 55 SUR 82 B 09 B G 1					
42. Correo electrónico SOLVEPINTURAS.SAS@GMAIL.COM					
43. Código postal		44. Teléfono 1 5 1 4 2 5 4 4 9 4 4		45. Teléfono 2	
CLASIFICACIÓN					
Actividad económica		Ocupación			
46. Código 2 0 2 2		47. Fecha inicio actividad 2 0 2 0 1 1 1 8		48. Código 4 6 6 3	
49. Fecha inicio actividad 2 0 2 0 1 1 1 8		50. Código 1 2		51. Código 1 9 2 1 4 6 6 1	
52. Número establecimientos					
Responsabilidades, Calidades y Atributos					
53. Código 5 7 1 4					
05- Impto. renta y compl. régimen ordinario 07- Retención en la fuente a título de rent 14- Informante de exogena					
Obligados aduaneros			Exportadores		
54. Código 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20			55. Forma 56. Tipo Servicio 1 2 3 57. Modo 58. CPC		
IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haga lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación					
Para uso exclusivo de la DIAN					
59. Anexos SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		60. No. de Folios: 0		61. Fecha: 2020-11-19 / 17:04:18	
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 1.6.1.2.20 del Decreto 1625 de 2016. Firma del solicitante:			Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: 984. Nombre SONIA CASTELLO GALINDO 985. Cargo ABOGADO		

10.3. Trámites DIAN. Firma Digital y Resolución de Facturación.

TRÁMITES DIAN

Firma Digital y Resolución de Facturación

Cumpla su cita con la DIAN

10

Una vez de hacer el proceso jurídico en la cámara de comercio y este pre-aprobado

Debemos solicitar el Runt de la siguiente manera :

- Entra al sitio web www.dian.gov.co y selecciona la opción 'Asignación de Citas'
- Elige la fecha según tu disponibilidad
- Una vez asignada la cita recibirás un correo electrónico de confirmación, que te indicará el correo electrónico en el que debes enviar los requisitos.
- Antes de las 9:00 de la mañana del día de la cita, envía al correo indicado por la Dian el formulario 001 del RUT pre diligenciado y los documentos necesarios para que la DIAN gestione el trámite.
- Antes de las 5:00 pm del día de tu cita recibirás un correo electrónico que informa la respuesta al trámite que requieres.

También debemos solicitar la firma digital en caso que seamos personas naturales

de la siguiente manera :



10.4. Formalización Laboral

En Colombia hay una serie de obligaciones al momento de constituir una empresa y acá hay algunas de ellas:

- Elaborar y suscribir contratos de trabajo.
- Pagar los salarios.
- Pagar auxilios.
- Pagar trabajos suplementarios y demás.
- Afiliar y aportar a la seguridad social.
- Afiliar y pagar parafiscales.
- Pagar prestaciones.
- Otorgar licencias.
- Ejecutar retenciones sobre algunos salarios.
- Expedir certificados de ingresos y retenciones.

10.5. Afiliación Patronal a EPS, Fondo de Pensiones y ARL:



Formulario de afiliación EPS parte 1. Este documento es un formulario de inscripción y registro de afiliación al Seguro de Salud, emitido por Famisanar. Incluye campos para datos personales, laborales y de contacto, así como una sección de firmas y sellos.

Formulario afiliación
EPS parte 1.



Formulario de afiliación EPS parte 2. Este documento es un formulario de inscripción y registro de afiliación al Seguro de Salud, emitido por Famisanar. Incluye una sección de datos personales y laborales, una sección de firmas y sellos, y una sección de datos de contacto.

Formulario afiliación
EPS parte 2.



Formulario de Afiliación al Sistema General de Pensiones. Incluye campos para datos personales, laborales y de afiliación.

Formulario de afiliación pensiones.

Formulario de Afiliación al Sistema General de Riesgos Laborales (ARL). Incluye campos para datos personales, laborales y de afiliación.

Formulario de afiliación ARL.

10.6. Reglamento Interno de Trabajo

Con el objetivo de mejorar la cultura organizacional en Solvepinturas crearemos nuestro reglamento interno de trabajo donde manejaremos todos los requisitos obligatorios que reposan en el artículo 108 del CST, van a quedar distribuidos de la siguiente manera:

- Capítulo 1: Se indicará dónde van a ser los lugares destinados para trabajar y se dará a conocer el empleador, en este caso la empresa.
- Capítulo 2: Condiciones de admisión, capacitación y periodo de prueba.
- Capítulo 3: Horarios de entrada y salida de los empleados, así mismo los horarios de almuerzo y tiempo de descanso.
- Capítulo 4: Remuneración de las horas extra y trabajos nocturnos donde haya en algún momento.
- Capítulo 5: Días de descanso legalmente establecidos, vacaciones remuneradas y todo lo relacionado con permisos solicitados por parte del empleado.
- Capítulo 6: Salarios de los empleados según las labores desempeñadas en la empresa.
- Capítulo 7: Lugar, medio, día y periodos de pago de la nómina de la empresa.
- Capítulo 8: Tiempo y forma como los empleados tienen que sujetarse a los servicios médicos de la empresa.
- Capítulo 9: Prescripciones de orden y seguridad.
- Capítulo 10: Indicações que se le dan a los empleados para evitar los riesgos profesionales e instrucciones para realizar primeros auxilios en caso de accidente laboral.
- Capítulo 11: Orden jerárquico de los empleadores y como es el conducto regular de la empresa.
- Capítulo 12: Obligaciones y prohibiciones que tienen tanto los trabajadores como los empleadores al interior de la empresa.
- Capítulo 13: Escala de faltas y procedimientos para su comprobación, escala de sanciones disciplinarias y su método de aplicación.



- Capítulo 14: Publicación y vigencia del reglamento.

CAPÍTULO V

Plan de Financiación Promoción y Etapa Pre operativa

11. Plan Financiero

11.1. Presupuesto de Ventas

La proyección del presupuesto de ventas será con un crecimiento del 5% mensual.

LÍNEA DE PINTURAS:

PINTURAS												
INGRESOS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
DEMANDA PRODUCTO VINILO TIPO 1	25	26	28	29	30	32	34	35	37	39	41	43
PRECIO PRODUCTO A	\$ 180.000											
TOTAL INGRESO VINILO TIPO 1	4.500.000	\$ 4.725.000	\$ 4.961.250	\$ 5.209.313	\$ 5.469.778	\$ 5.743.267	\$ 6.030.430	\$ 6.331.952	\$ 6.648.549	\$ 6.980.977	\$ 7.330.026	\$ 7.696.527
DEMANDA PRODUCTO VINILO TIPO 2	20	21	22	23	24	26	27	28	30	31	33	34
PRECIO PRODUCTO B	\$ 140.000											
TOTAL INGRESO VINILO TIPO 2	2.800.000	\$ 2.940.000	\$ 3.087.000	\$ 3.241.350	\$ 3.403.418	\$ 3.573.588	\$ 3.752.268	\$ 3.939.881	\$ 4.136.875	\$ 4.343.719	\$ 4.560.905	\$ 4.788.950
DEMANDA PRODUCTO VINILO TIPO 3	30	32	33	35	36	38	40	42	44	47	49	51
PRECIO PRODUCTO C	\$ 110.000											
TOTAL INGRESO VINILO TIPO 3	3.300.000	\$ 3.465.000	\$ 3.638.250	\$ 3.820.163	\$ 4.011.171	\$ 4.211.729	\$ 4.422.316	\$ 4.643.431	\$ 4.875.603	\$ 5.119.383	\$ 5.375.352	\$ 5.644.120

LÍNEA DE PRODUCTOS DE ASEO:

PRODUCTOS DE ASEO												
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
DEMANDA PRODUCTO JABÓN REY LÍQUIDO	20	21	22	23	24	26	27	28	30	31	33	34
PRECIO PRODUCTO A X GALONES X 4 LTS	\$ 16.000											
TOTAL INGRESO JABÓN REY LÍQUIDO	320.000	\$ 336.000	\$ 352.800	\$ 370.440	\$ 388.962	\$ 408.410	\$ 428.831	\$ 450.272	\$ 472.786	\$ 496.425	\$ 521.246	\$ 547.309
DEMANDA PRODUCTO JABÓN LAVADORA	25	26	28	29	30	32	34	35	37	39	41	43
PRECIO PRODUCTO B X GALONES X 4 LTS	\$ 16.000											
TOTAL INGRESO JABÓN LAVADORA	400.000	\$ 420.000	\$ 441.000	\$ 463.050	\$ 486.203	\$ 510.513	\$ 536.038	\$ 562.840	\$ 590.982	\$ 620.531	\$ 651.558	\$ 684.136
DEMANDA PRODUCTO JABÓN MANOS	20	21	22	23	24	26	27	28	30	31	33	34
PRECIO PRODUCTO C X GALONES X 4 LTS	\$ 16.000											
TOTAL INGRESO JABÓN MANOS	320.000	\$ 336.000	\$ 352.800	\$ 370.440	\$ 388.962	\$ 408.410	\$ 428.831	\$ 450.272	\$ 472.786	\$ 496.425	\$ 521.246	\$ 547.309
DEMANDA PRODUCTO JABÓN LOZA LIQUIDO	25	26	28	29	30	32	34	35	37	39	41	43
PRECIO PRODUCTO D X GALONES X 4 LTS	\$ 17.000											
TOTAL INGRESO JABÓN LOZA LIQUIDO	425.000	\$ 446.250	\$ 468.563	\$ 491.991	\$ 516.590	\$ 542.420	\$ 569.541	\$ 598.018	\$ 627.919	\$ 659.314	\$ 692.280	\$ 726.894
DEMANDA PRODUCTO DESINFECTANTE PISOS	30	32	33	35	36	38	40	42	44	47	49	51
PRECIO PRODUCTO E X GALONES X 4 LTS	\$ 9.000											
TOTAL INGRESO DESINFECTANTE PISOS	270.000	\$ 283.500	\$ 297.675	\$ 312.559	\$ 328.187	\$ 344.596	\$ 361.826	\$ 379.917	\$ 398.913	\$ 418.859	\$ 439.802	\$ 461.792



DEMANDA PRODUCTO DESENGRASANTES	30	32	33	35	36	38	40	42	44	47	49	51
PRECIO PRODUCTO F X GALONES X 4 LTS	\$ 16.500											
TOTAL INGRESO DESENGRASANTES	495.000	\$ 519.750	\$ 545.738	\$ 573.024	\$ 601.676	\$ 631.759	\$ 663.347	\$ 696.515	\$ 731.340	\$ 767.907	\$ 806.303	\$ 846.618
DEMANDA PRODUCTO GEL ANTIBACTERIAL	35	37	39	41	43	45	47	49	52	54	57	60
PRECIO PRODUCTO G X GALONES X 4 LTS	\$ 35.000											
TOTAL INGRESO GEL ANTIBACTERIAL	1.225.000	\$ 1.286.250	\$ 1.350.563	\$ 1.418.091	\$ 1.488.995	\$ 1.563.445	\$ 1.641.617	\$ 1.723.698	\$ 1.809.883	\$ 1.900.377	\$ 1.995.396	\$ 2.095.166
DEMANDA PRODUCTO ALCOHOL 70%	40	42	44	46	49	51	54	56	59	62	65	68
PRECIO PRODUCTO H X GALONES X 4 LTS	\$ 30.000											
TOTAL INGRESO Alcohol 70%	1.200.000	\$ 1.260.000	\$ 1.323.000	\$ 1.389.150	\$ 1.458.608	\$ 1.531.538	\$ 1.608.115	\$ 1.688.521	\$ 1.772.947	\$ 1.861.594	\$ 1.954.674	\$ 2.052.407
DEMANDA PRODUCTO SUAVIZANTE	40	42	44	46	49	51	54	56	59	62	65	68
PRECIO PRODUCTO H X GALONES X 4 LTS	\$ 18.000											
TOTAL INGRESO Alcohol 70%	720.000	\$ 756.000	\$ 1.323.000	\$ 1.389.150	\$ 1.458.608	\$ 1.531.538	\$ 1.608.115	\$ 1.688.521	\$ 1.772.947	\$ 1.861.594	\$ 1.954.674	\$ 2.052.407
DEMANDA PRODUCTO LIMPIAVIDRIOS	40	42	44	46	49	51	54	56	59	62	65	68
PRECIO PRODUCTO H X GALONES X 4 LTS	\$ 15.000											
TOTAL INGRESO Alcohol 70%	600.000	\$ 630.000	\$ 1.323.000	\$ 1.389.150	\$ 1.458.608	\$ 1.531.538	\$ 1.608.115	\$ 1.688.521	\$ 1.772.947	\$ 1.861.594	\$ 1.954.674	\$ 2.052.407

11.2. Estructura del Mercado

Nuestra estructura de mercado es de competencia perfecta ya que es un mercado regulado por la Ley de la Oferta y de la Demanda, donde los precios se regulan automáticamente y no surgen fallos, a su vez se trata de una estructura del mercado oligopolio ya que hay varios vendedores y muchos compradores, no existe un poder sobre el precio tan fuerte como sucede en un mercado con estructura Monopolio.

11.3. Capacidad Instalada Mano de Obra

La capacidad máxima de producción en 1 día laboral sería de un aproximado de 60 canecas de pintura, debido a que el tiempo de producción de una caneca sería de 8 minutos más o menos.

11.4. Ventas Anuales Por Producto

<u>VENTAS ANUALES</u>	
PINTURAS	
INGRESOS	
TOTAL CANECAS VENDIDAS VINILO TIPO 1	398
PRECIO PRODUCTO A	\$ 180.000
TOTAL INGRESO VINILO TIPO 1	\$ 71.627.069,34
TOTAL CANECAS VENDIDAS VINILO TIPO 2	318
PRECIO PRODUCTO B	\$ 140.000
TOTAL INGRESO VINILO TIPO 2	\$ 44.567.954,26
TOTAL CANECAS VENDIDAS VINILO TIPO 3	478
PRECIO PRODUCTO C	\$ 110.000
TOTAL INGRESO VINILO TIPO 3	\$ 52.526.517,52



VENTAS ANUALES	
PRODUCTOS DE ASEO	
TOTAL GALONES VENDIDOS JABÓN REY	318
PRECIO PRODUCTO A X GALONES X 4 LTS	\$ 16.000
TOTAL INGRESO JABÓN REY LÍQUIDO	\$ 5.093.480,49
TOTAL GALONES VENDIDOS JABÓN LAVADORA	398
PRECIO PRODUCTO B X GALONES X 4 LTS	\$ 16.000
TOTAL INGRESO JABÓN LAVADORA	\$ 6.366.850,61
TOTAL GALONES VENDIDOS JABÓN MANOS	318
PRECIO PRODUCTO C X GALONES X 4 LTS	\$ 16.000
TOTAL INGRESO JABÓN MANOS	\$ 5.093.480,49
TOTAL GALONES VENDIDOS JABÓN LOZA	398
PRECIO PRODUCTO D X GALONES X 4 LTS	\$ 17.000
TOTAL INGRESO JABÓN LOZA LIQUIDO	\$ 6.764.778,77
TOTAL GALONES VENDIDOS DESINFECTANTE	478
PRECIO PRODUCTO E X GALONES X 4 LTS	\$ 9.000
TOTAL INGRESO DESINFECTANTE PISOS	\$ 4.297.624,16
TOTAL GALONES VENDIDOS DESENGRASANTES	478
PRECIO PRODUCTO F X GALONES X 4 LTS	\$ 16.500
TOTAL INGRESO DESENGRASANTES	\$ 7.878.977,63
TOTAL GALONES VENDIDOS GEL ANTIBACTERIAL	398
PRECIO PRODUCTO G X GALONES X 4 LTS	\$ 35.000
TOTAL INGRESO GEL ANTIBACTERIAL	\$ 13.927.485,71
TOTAL GALONES VENDIDOS ALCOHOL 70%	318
PRECIO PRODUCTO H X GALONES X 4 LTS	\$ 30.000
TOTAL INGRESO Alcohol 70%	\$ 9.550.275,91
TOTAL GALONES VENDIDOS SUAVIZANTE	478
PRECIO PRODUCTO H X GALONES X 4 LTS	\$ 18.000
TOTAL INGRESO SUAVIZANTE	\$ 8.595.248,32
TOTAL GALONES VENDIDOS LIMPIAVIDRIOS	318
PRECIO PRODUCTO H X GALONES X 4 LTS	\$ 15.000
TOTAL INGRESO LIMPIAVIDRIOS	\$ 4.775.137,96

11.5. Ciclicidad ventas en el año

El tiempo o ciclicidad de ventas bueno para la línea de productos de pintura recae en el último trimestre del año debido a que es la temporada donde las familias colombianas tiene la costumbre de querer renovar sus hogares y verlos de una manera distinta para el comienzo del siguiente año, en cambio en el primer trimestre del año es donde las ventas bajan un poco en esta línea de productos. Por otra parte para la línea de productos de aseo se ha podido identificar que es mejor, ya que esta



línea de productos se venden de una manera regular, la ciclicidad de ventas se puede manejar mensualmente donde las personas siempre que están en quincenas suelen comprar más y es donde se abastecen en cuanto a los productos de aseo y es ahí donde se ve el aumento de las ventas.

11.6. Presupuesto de Compras

El presupuesto de compra va de acorde con el inventario que se tenga en bodega, el costo de producción y el inventario necesario para cubrir la demanda de los clientes, este ejemplo lo tomaremos con la pintura de los 3 tipos teniendo un inventario inicial de 10 canecas de cada referencia.

PRESUPUESTO DE COMPRAS					
Producto	Coste de producción	Inventario necesario	Vr inventario necesario	Vr inicial del inventario	Presupuesto
Vinilo tipo 1	\$ 6.583.333	25	\$ 164.583.333	\$ 65.833.333	\$ 105.333.333
Vinilo tipo 2	\$ 3.333.333	20	\$ 66.666.667	\$ 33.333.333	\$ 36.666.667
Vinilo tipo 3	\$ 4.166.667	30	\$ 125.000.000	\$ 41.666.667	\$ 87.500.000

11.7. Consumo de materia prima por producto

Para encontrar este valor lo que se realizó fue dividir el total del costo de producción entre el total de productos realizados en el proceso y nos dio como resultado la siguiente ecuación. Cabe aclarar que estos datos se toman de un

Vinilo Acrílico	Costos de producción.	Cantidad de unidades producidas.	Costo por caneca de pintura.
Tipo 1	\$ 79.000.000	557	\$ 141.806
Tipo 2	\$ 40.000.000	318	\$ 125.651
Tipo 3	\$ 50.000.000	557	\$ 89.751

11.8. Unidades a Producir

Las unidades a producir van con una proyección de crecimiento del 5% mensual.

PINTURAS												
Cantidades a producir (Canecas de 5 Gls)	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
DEMANDA PRODUCTO VINILO TIPO 1	25	26	28	29	30	32	34	35	37	39	41	43
DEMANDA PRODUCTO VINILO TIPO 2	20	21	22	23	24	26	27	28	30	31	33	34
DEMANDA PRODUCTO VINILO TIPO 3	30	32	33	35	36	38	40	42	44	47	49	51

PRODUCTOS DE ASEO												
Cantidades a producir (Galones)	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
DEMANDA PRODUCTO JABÓN REY LÍQUIDO	20	21	22	23	24	26	27	28	30	31	33	34
DEMANDA PRODUCTO JABÓN LAVADORA	25	26	28	29	30	32	34	35	37	39	41	43
DEMANDA PRODUCTO JABÓN MANOS	20	21	22	23	24	26	27	28	30	31	33	34
DEMANDA PRODUCTO JABÓN LOZA LIQUIDO	25	26	28	29	30	32	34	35	37	39	41	43
DEMANDA PRODUCTO DESINFECTANTE PISOS	30	32	33	35	36	38	40	42	44	47	49	51
DEMANDA PRODUCTO DESENGRASANTES	30	32	33	35	36	38	40	42	44	47	49	51
DEMANDA PRODUCTO GEL ANTIBACTERIAL	25	26	28	29	30	32	34	35	37	39	41	43
DEMANDA PRODUCTO ALCOHOL 70%	20	21	22	23	24	26	27	28	30	31	33	34
DEMANDA PRODUCTO SUAVIZANTE	30	32	33	35	36	38	40	42	44	47	49	51
DEMANDA PRODUCTO LIMPIAVIDRIOS	20	21	22	23	24	26	27	28	30	31	33	34

**11.9. Presupuesto de costos y Gastos**

Este es el presupuesto que se tendrá para el primer año de funcionamiento donde evidenciamos el presupuesto que tiene que tener la empresa para cubrir estos gastos y costos a corto plazo.

Costos												
No Operacionales	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Costo de suministros	\$ 5.500.000	\$ 5.665.000	\$ 5.834.950	\$ 6.009.999	\$ 6.190.298	\$ 6.376.007	\$ 6.567.288	\$ 6.764.306	\$ 6.967.235	\$ 7.176.253	\$ 7.391.540	\$ 7.613.286
Gastos de publicidad (Material POP y tarjetas presentación)	\$ 300.000		\$ 300.000		\$ 300.000		\$ 300.000		\$ 300.000		\$ 300.000	
Gasto de pago prestamos	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333	\$ 833.333
Creación de pagina web	\$ 1.700.000											
Total costos no operativos	\$ 8.333.333	\$ 6.498.333	\$ 6.968.283	\$ 6.843.332	\$ 7.323.632	\$ 7.209.341	\$ 7.700.621	\$ 7.597.640	\$ 8.100.569	\$ 8.009.586	\$ 8.524.873	\$ 8.446.620

Administrativos	Gasto anual	
Gastos de Agua	\$ 400.000	4.800.000
Gastos de Luz	\$ 500.000	6.000.000
Gastos de internet y telefonía	\$ 240.000	2.880.000
Gastos de mantenimiento	\$ 500.000	6.000.000
Gastos de transporte y distribución	\$ 2.500.000	30.000.000
Gastos de nómina	\$ 9.000.000	108.000.000
Gasto de arriendo bodega	\$ 2.800.000	33.600.000
Total Gastos Operativos	\$ 15.940.000	\$ 191.280.000

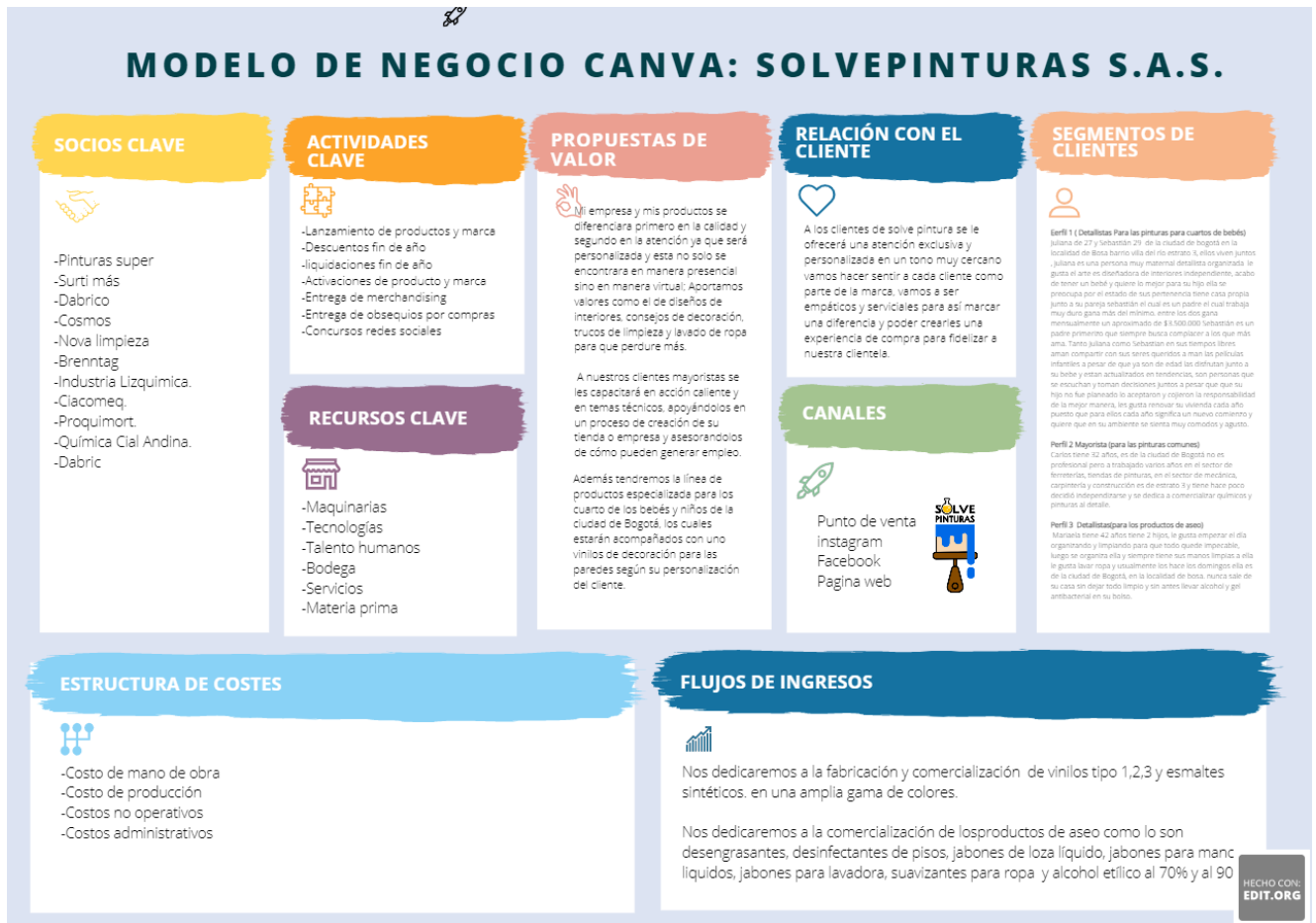
11.10. Requerimientos de Personal

Nosotros en la empresa vamos a requerir de una planta de 3 personas en el área de producción y despachos, 2 personas en el área administrativa y una persona que nos ayude con los oficios varios.

11.11. Otros costos de producción y Gastos de Administración.

Costos	
No Operacionales	
Costo de suministros	\$ 10.000.000
Gastos de publicidad (Material POP y tarjetas presentación)	\$ 300.000
Gasto de pago prestamos	\$ 833.333
Creación de pagina web	\$ 1.700.000
Total costos no operativos	\$ 12.833.333
Administrativos	
Gastos de Agua	\$ 400.000
Gastos de Luz	\$ 500.000
Gastos de internet y telefonía	\$ 240.000
Gastos de mantenimiento	\$ 500.000
Gastos de transporte y distribución	\$ 2.500.000
Gastos de nómina	\$ 9.000.000
Gasto de arriendo bodega	\$ 2.800.000
Total Gastos Operativos	\$ 15.940.000

12.2. Lienzo CANVAS



Conclusiones

Tras la respectiva investigación realizada y la posterior puesta en marcha del proyecto podemos concluir que entramos a trabajar en un sector muy competitivo pero que trabajando fuertemente es un sector muy agradecido ya que es de rápido crecimiento y de expansión, con la creación de este proyecto me ayuda a identificar todas las oportunidades y riesgos a los cuales estoy entrando a tener pero que sabiendolas manejar me pueden evitar una posible quiebra de la empresa.

Por el momento Solvepinturas ya se encuentra en proceso de crecimiento donde he logrado varios objetivos a corto plazo pero que aún me faltan por cumplir, la manera en la que las ventas de la empresa han crecido ha sido de una manera lenta pero que con mucho esfuerzo y sacrificio se pueden empezar a acelerar ya que con los conocimientos adquiridos por medio de la universidad he podido identificar varios errores que he llegado a cometer en lo que lleva funcionando la empresa y que dándoles una buena solución me puede ayudar con la consecución de los objetivos planteados para la empresa.

Agradezco a las personas involucradas en el transcurso de la creación del proyecto y a las que me acompañaron durante el proceso ya que esto me ayuda a que pueda crecer como profesional y pueda llegar a tener éxito en mis compañías en los futuros proyectos a realizar ya que gracias a la universidad adquirí la capacidad de pensamiento proyectado donde buscaré la creación de muchas más



empresas que sean exitosas en el país.

Referencias

WEBGRAFÍA

- a. <https://www.portafolio.co/economia/colombiana-crecera-5-5-en-2021-551220>
- b. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-50129>
- c. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/bolet_eam_2007.pdf
- d. <https://www.unipinturas.com/fichas-tecnicas-pdf/VINILO-ACRILICO.pdf>
- e. <https://www.dane.gov.co/index.php/economicas/indicadores-de-competitividad/412>
- f. <http://www.saicm.org/Portals/12/Documents/GEF-Project/Lead-Paint/Baseline-Colombia-SP.pdf>
- g. <https://revistapym.com.co/mercadeo/75-anos-de-pintuco-y-trayectoria-en-el-mercado>
- h. <https://www.enlace-apb.com/interssi/ServletPrincipal?proceso=actividades&comando=verActividadesPRE>
- i. <https://www.fumc.edu.co/gestion-humana/comite-paritario-seguridad-salud-trabajo/>
- j. <https://www.ccb.org.co/Tramites-y-Consultas/Mas-informacion/Formulario-del-Registro-Unico-Empresarial-y-Social-RUES>
- k. [Cámara de Comercio de Bogotá \(ccb.org.co\)](http://www.ccb.org.co)
- l. https://www.famisanar.com.co/wp-content/uploads/2019/10/Formulario_unico_afiliacion.pdf
- m. <https://www.colpensiones.gov.co/rpm/descargar.php?idFile=6436>
- n. <http://segurosbolivarinstitucional.com/actualidad-arl/afiliacion-servicio-domestico/downloads/formulario-de-afiliacion-de-empresa-AT-001.pdf>
- o. <https://modelo-canvas.com/estructura-de-costos/>
- p. <https://www.dian.gov.co/Prensa/Aprendelo-en-un-DIAN-X3/Paginas/Paso-a-Paso-Generacion-Firma-Electronica.aspx>
- q. <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Temas-clave-para-su-proyecto-de-empresa/Legal-y-tramites>
- r. <https://pintuco.com.co/blog/construccion/consejos-y-tecnicas-de-aplicacion/analisis-de-ciclo-de-vida/>
- s. <http://web.uaemex.mx/plin/colmena/Colmena%2057/Aguijon/HNV.html>
- t. <https://noticias.arq.com.mx/Detalles/14340.html#:~:text=M%C3%A1s%20all%C3%A1%20de%20un%20recurso,dentro%20y%20a%20trav%C3%A9s%20del%20espacio.>
- u. <https://noticias.arq.com.mx/Detalles/14340.html#:~:text=M%C3%A1s%20all%C3%A1%20de%20un%20recurso,dentro%20y%20a%20trav%C3%A9s%20del%20espacio.>
- v. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategias-de-comunicacion-que-son-y-ejemplos>