



Cesar Ernesto Vargas Celis, Lissana Gisel González Córdoba

Septiembre 2020.

Corporación Unificada de Educación Superior CUN Creación de Empresas I

Copyright © 2020 por Cesar Ernesto Vargas Celis, Lissana Gisel González Córdoba.

Todos los derechos reservados.

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, CESAR ERNESTO VARGAS CELIS con cédula de identidad 1010347987 de

Bogotá D.C. y alumno del programa académico Ingeniería de Sistemas y LISSANA GISEL GONZALEZ CORDOBA con cédula de identidad 1083046838 de Santa Marta y alumna del programa académico Administración de Empresas, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan **colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.**

Firma: Cesar Ernesto Vargas C y Lissana Gisel González Córdoba

Agradecimientos

Gracias a los profesores de la materia de Creación de empresas I por la clase dictadas y las enseñanzas que nos dejan, que nos ayuda a organizar nuestras ideas de negocio e iniciar nuestro propio emprendimiento.

Abstract

En este documento daremos a conocer nuestra empresa TANNING STOCKING y nuestros productos, sus objetivos, competencias y ventajas en el mercado, adicionalmente, se pretende mediante la materia Fundamentos de Mercadeo, desarrollar los aspectos que se deben tener al querer introducir un producto en el mercado, conociendo y aplicando las diferentes estrategias de marketing para lograr que ese producto genere utilidades, realizando diferentes procesos para crear, comunicar, y entregar valor a los clientes, determinando así los mercados meta.

Tabla de contenido

I. **Resumen ejecutivo6**

[Introducción](#)

Objetivos

Claves para el éxito

II. **Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio ¡Error! Marcador no definido.**

Planteamiento del problema

Objetivos de desarrollo sostenible

Teoría de valor [compartido](#)

Tecnologías disruptivas

Análisis del sector económico

III. **Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad..... ¡Error! Marcador no definido.**

[Descripción del problema](#)

Árbol de problemas [y objetivos](#)

Pregunta de investigación

Resumen ejecutivo

- La compañía se destaca por los servicios tan completos que les brinda a sus clientes, ofreciendo calidad de texturas, diseños innovadores a las distintas mujeres, ofreciendo estilos desde el hombre ejecutivo hasta el hombre con prendas livianas.
- Tanning Stockings es una de las pocas empresas que resaltan las labores de sus empleados por ende nuestro personal está conformado por Mujeres Cabeza de hogar.
- Nuestros puntos de ventas están ubicados en sectores de las ciudades precisos para la distribución de nuestros productos.
- Precisamos constantes capacitaciones a nuestro personal para que nuestros terminados en todas en nuestras prendas sean únicos y con terminados precisos.

INTRODUCCIÓN

La selección de este producto nació de la necesidad de utilizar un tipo de medias que no se rompieran de manera fácil, ya que la mayoría de las mujeres en distintas ocasiones necesitan de este elemento, además de invertir un dinero en unas medias que no duren por buscar economía. Nosotros buscamos un material que brinde confiabilidad a los clientes y que al final asegure resistencia y duración. En los años 80's e incluso en los 90's las medias veladas eran un accesorio habitual para las mujeres, hacían parte imprescindible del atuendo, incluso el riesgo de que se rompieran era un fantasma que acechaba permanentemente. Con el tiempo dejaron de utilizarse, o por lo menos, no con la intensidad que se hacía hace algunos años y con este desafío en mente esta empresa reinventa el uso del producto. Las medias veladas promueven esta versión, pero ahora invisibles y adicionalmente dan un efecto de bronceado. Compiten directamente con los bronceadores; con la ventaja que no se requiere sol, ni tiempo extra y no es dañino para la piel.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un plan de negocios que tiene como objetivo principal hacer un análisis detallado sobre la creación del producto que son unas medias veladas (ultrarresistentes y transparentes) para su producción mediante elementos teóricos de mercadeo.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. realizar una investigación del mercado del producto para obtener un análisis situacional de este en el mercado
2. Diseñar las medias veladas con el objetivo de satisfacer las necesidades del consumidor encontradas en la investigación
3. Definir el sistema de precio, plaza y promoción para completar la cadena de abastecimiento del producto de manera rentable y competitiva.

Claves para el éxito

- Los precios que ofrecemos son accesibles a los distintos estratos
- Nuestros diseños van cambiando con las tendencias globales
- Contamos con canales de distribución a distintas compañías del país
- Nuestros productos son comercializados en nuestros puntos de venta y nuestra página web.

ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

SOCIAL: Nuestro personal está compuesto por mujeres cabeza de hogar ya que nuestro producto va enfocado en nuestras mujeres, es posible que a raíz de estos sus niveles de permisos laborales sean mayores, nosotros como empresa nos genera gastos la inasistencia sean por día o horas.

ECONOMICO: Los tratados de libre comercio hacen que mercados de distintos países entren a competir con productos colombianos, es decir, que mercancías chinas entran a competir con precios muy bajos, teniendo en cuenta que tenemos que constantemente renovar nuestros sistemas de Marketing en nuestros productos.

AMBIENTAL: Los líquidos que se utilizan para la manipulación de las telas son productos que a largo plazo afectan la piel de quien los utiliza, nosotros como empresa proveemos los instrumentos adecuados para ello, pero no pero no hay

regulatorio donde estemos seguros que nuestro personal lo utilice adecuadamente y en su jornada laboral.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Enfrentamos más que retos, oportunidades de demostrarle que podemos tener una sociedad equitativa, nuestra empresa tiene como objetivo darles la oportunidad a las mujeres cabeza de hogar poder tener un trabajo digno, un salario justo y tener la posibilidad de estudiar en el mismo horario de trabajo para mejorar su mano de obra.

Por otro lado, buscamos tener una responsabilidad grande con nuestro ambiente, utilizando químicos y maquinas adecuadas para cada proceso, así mismo dando las herramientas adecuadas para la manipulación de ello.

TEORÍA DE VALOR COMPARTIDO

Este reto hace que nuestra compañía resalte no sólo en sus productos sino en su valor compartido, es decir, que, así como damos la oportunidad a nuestro personal así mismo ellas les dan ese toque a nuestros productos

ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO

Tanning Stockings es una empresa que se mantiene en el mercado gracias a la excelente presentación de sus productos y sus cómodos precios, ayudándonos a extendernos próximamente en distintas ciudades de Colombia.

POLÍTICO: Se pretende tener los tratados libre comercio en el año 2025, actualmente Tanning Stockings solo maneja productos colombianos, pero esto nos beneficia que en el momento de exportar se nos facilite ya que nuestras prendas son con materia prima colombiana. Nosotros por ser empresa constituida legalmente estamos obligados a declarar IVA y rendir cuentas a las instituciones reguladoras del estado como es la Cámara de Comercio y la DIAN. Estamos regidos por la norma x.

ECONÓMICO: Nuestra actividad económica está enfocada n el textil, Colombia en los últimos años ha crecido demasiado en este sector, somos los terceros países más importantes en esta industria después de Brasil y México, por su famosa calidad e innovación del productor. La producción y las ventas subieron La trayectoria del sector durante 2019 ya mostraba sendas de crecimiento a finales del año, pues para octubre los indicadores se mostraron prometedores en cuanto al gasto de los colombianos, que llegó a \$53,7 billones, 6,11% más que en octubre de 2018 y 1,69% más que en septiembre. El financiamiento de este proyecto fue financiado por parte de Bancolombia por medio de un Leasing.

SOCIAL: Nuestras clientes tienen la facilidad de adquirir el producto de manera presencial en nuestros puntos ventas o por medio de nuestra paina web, tenemos distintos diseños y estilos para los diversos gustos de nuestras mujeres de igual manera manejamos distintos precios para la comodidad de economía de nuestros clientes.

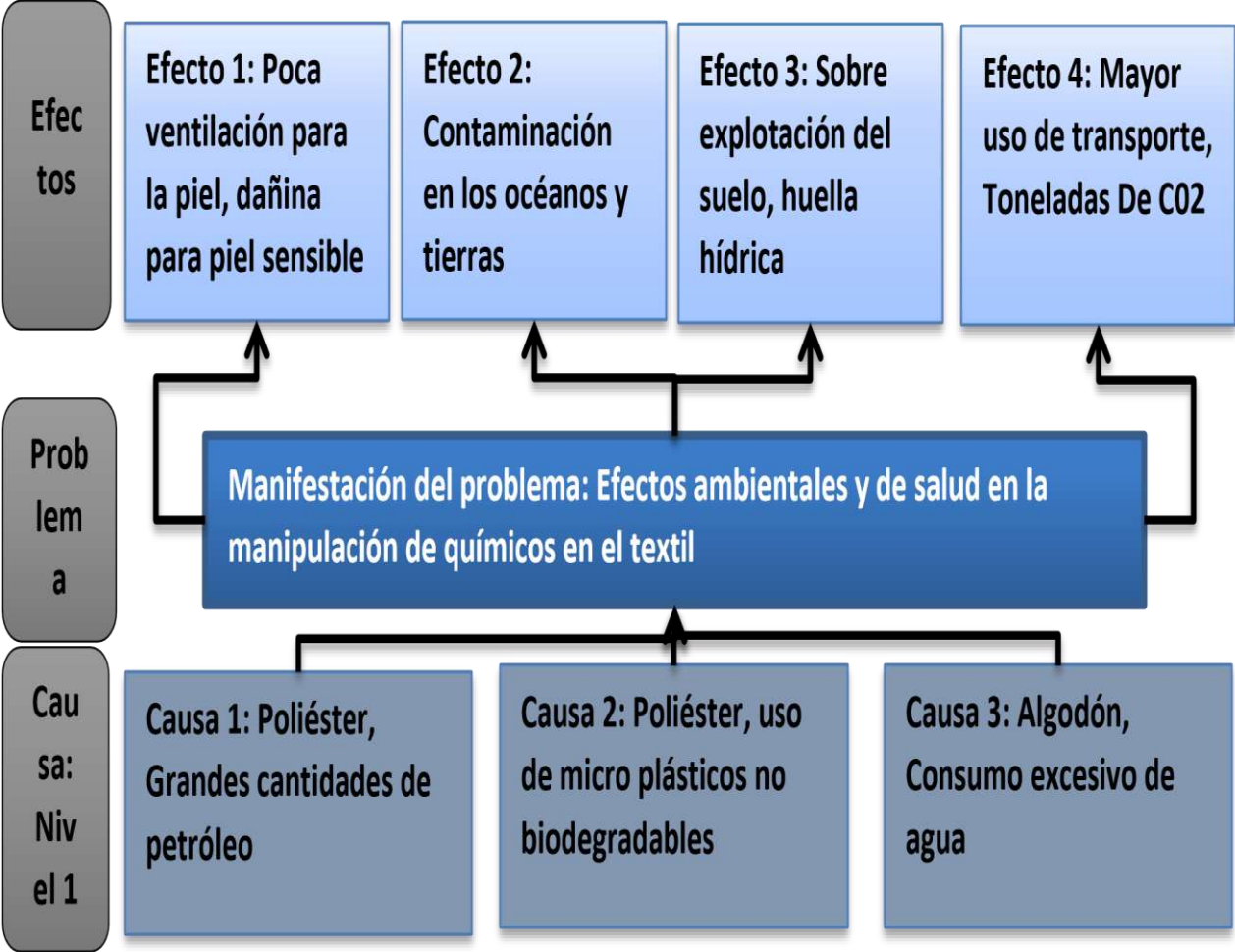
TECNOLÓGICO: Nuestra compañía cuenta con varios estudios de marketing para la elaboración de nuestra página web, donde nuestros grandes clientes

¿piden sus productos según nuestros catálogos en la red. Ayudándonos a tener unos ciertos porcentajes de ventas por medio de este canal tecnológico.

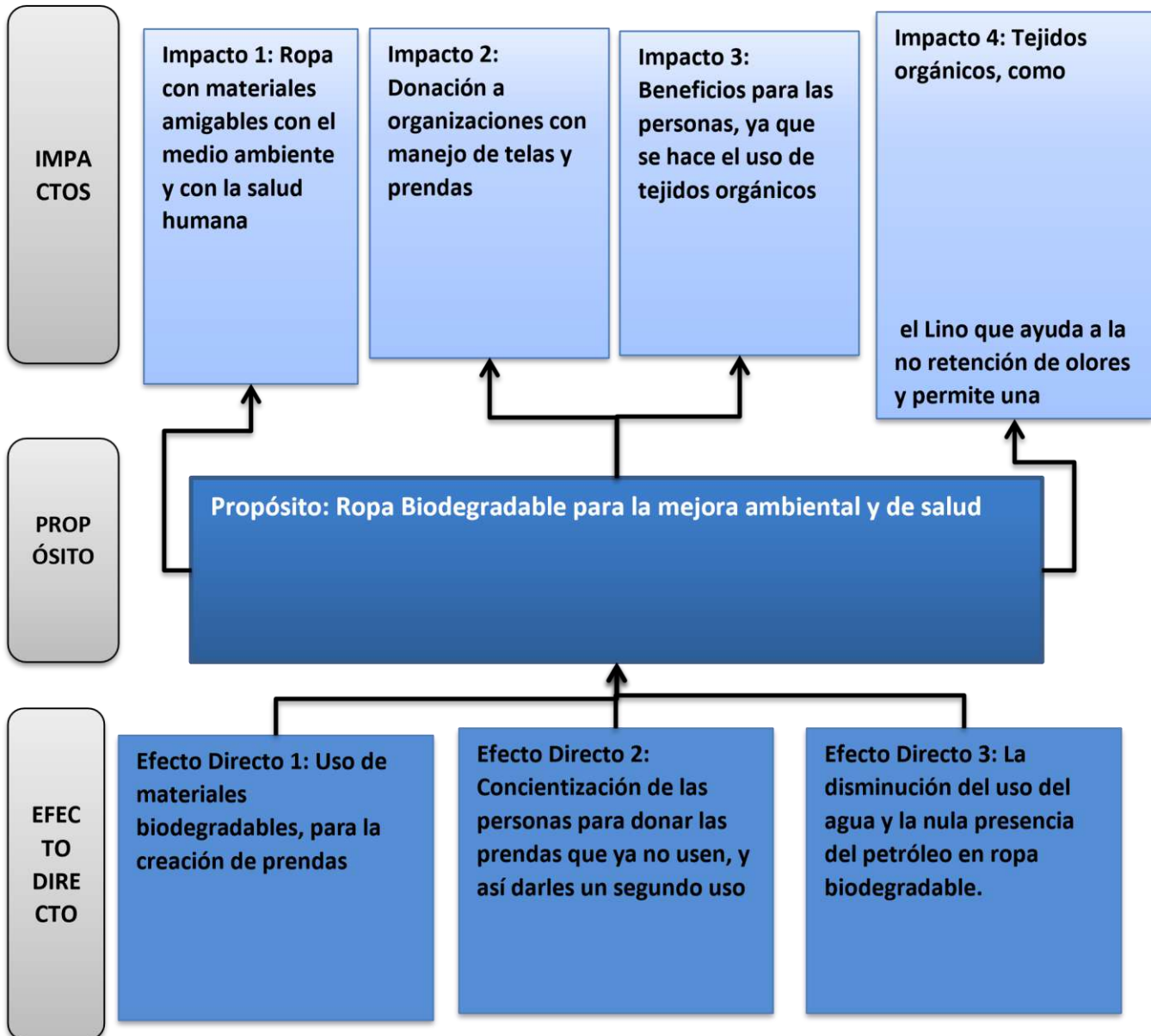
ECOLÓGICO: Nuestra empresa emprende la ley ISO 14001 que nos acopla medidas ambientales estrictas, teniendo revisorías ambientales anuales para verificar que nuestros productos sean acordes y no tengan materiales que alteren la ecología de nuestro planeta.

LEGAL: ISO 9001, La norma ISO 9001 estimula la adopción de la gestión por procesos como medio de identificar claramente y gestionar el Sistema de Gestión de la Calidad y las oportunidades para la mejora, La serie de normas ISO 14000 es un conjunto de normas que cubre aspectos del ambiente, de productos y organizaciones, destacando la Norma ISO 14001, un estándar internacional de gestión ambiental, entre otros

MODELO DEL ÁRBOL DE PROBLEMAS



MODELO DEL ÁRBOL DE OBJETIVOS



3. Descripción De La Idea De Negocio

¿Cuál es el producto o servicio?	Tanning Stockings son medias veladas ultra resistentes
¿Quién es el cliente potencial?	Las mujeres son nuestras clientas potenciales
¿Cuál es la necesidad?	Lograr que una mujer se sienta a gusto con unas medias veladas, que pueda tener a la mano un producto, que moldee, que tenga más posturas que una media tradicional y que sus diseños sean únicos.
¿Cómo?	Establecimiento ubicado en la ciudad de Bogotá, un producto diseñado para cubrir miles de mujeres de distintas edades, con materiales que no afectaran a la piel, sino un producto que aportara muchos beneficios, no solo de estilo sino también estéticos.
¿Por qué lo preferirán?	Porque es un producto que cualquier mujer se sentiría cómoda y sentiría todos los beneficios de nuestro producto.



USUARIOS

Mujeres de 14 a 70 años



VERBO INSPIRADOR

Diferente



PROPOSITO

INSPIRADOR

Su componente especial es que moldea el cuerpo, aluce unas piernas lindas, tiene modelos únicos y tiene una durabilidad asombrosa.

4. Innovación

<u>Variable</u>	<u>Descripción de innovación</u>
Producto o Servicio	Nuestro producto son medias veladas, pero no somos las medias comunes que dos posturas y se rompen, se desgastan o se cuarteán, Tanning Stokings es un producto donde su materia prima va hasta el 70% más que unas medias normales, su Lycra hace que se estire sin ninguna preocupación que se vayan a romper, la seda del producto hace que se sienta suave y estética a la hora de lucirlas, y la microfibra, el Naylon y su Spandex hace que las medias sean un complemento innovador y completo.
Mercado	Nuestro producto se comercializa en estos momentos de manera virtual y contamos con nuestro punto de fabricación y al mismo tiempo nuestro punto físico de ventas. El modo de comercialización se irá mejorando a medida que nuestra ,microempresa vaya creciendo.
Proceso	Las medias veladas por si son un producto que tiene un proceso distinto a los productos semejantes al nuestro, a medida que las tendencias vayan cambiando nuestro producto ira de la mano, logrando que nuestras clientas se sientan a gusto con que utilizan, no solo por su durabilidad, sino por su textura y sus diversos de modelos.

5. FUERZAS DE LA INDUSTRIA

5.1.Contextualización de la Empresa

Nombre de la empresa: Tanning Stockings

Actividad económica: producción y comercialización de medias veladas femeninas.

Tamaño: va a ser una micro empresa ya que no se va a contar con mas de 10 empleados.

5.2.Análisis de la Demanda

5.2.1. Demada potencial del mercado

La empresa se encontrara en el sector secundario de la economía, específicamente en el subsector textil, el cual es uno de los mas competitivos del país ya que aporta en gran medida a la economía del país, esto debido que es un sector muy dianmico con una gran tradición histórica que en los ultimos años a evolucionado constantemente al ritmo del contexto del mercado.

Según (Carreño, 2019) en su articulo titulado Colombia: Así ha evolucionado el consumo de moda en el país “Es un setor que aporta mucho a la generación de empleo del país, cracterizado pro ser un mas que todo un productor para consumo local y gracias a su alta calidad poco a poco se ha convertido en un exportador de todo tipo de ropa como jeans, sábanas, toallas, ropa interior, camisetas, pantalones, vestidos, ropa para niños, cuero y calzados, entre otras, con un crecimiento importante. Colombiamoda ha logrado en 30 años reunir a un sector que, de acuerdo con cifras de Procolombia, representa el 6 % del PIB industrial, genera más de 600.000 empleos directos y que alcanzó en 2018 exportaciones a 100 destinos. “Las exportaciones el año pasado rondaron los US\$800 millones, jalonadas por las del sector textil y confecciones.

Tuvimos un aumento de consumo per cápita de prendas del 6 % y, además, las cifras de enero a

mayo de este año muestran un incremento del 6 % del consumo de vestuario. Estamos optimistas de que el mercado seguirá creciendo y estamos seguros de que la feria va a ayudar”, dijo Lorenzo Velásquez, director del laboratorio de investigación en innovación de Inexmoda”. Es decir que es un sector altamente competitivo reconocido a nivel internacional por su alta calidad y tiene una gran demanda no solo a nivel nacional.

5.2.2. Mercado potencial

Nuestro mercado potencial está conformado por mujeres de la ciudad de Bogotá y según las cifras del DANE, la ciudad cuenta con una población del 7.743.955 en su perímetro urbano donde el 55% son mujeres.

Bogotá (perímetro urbano)		
Año	Pob.	±%
1538	100	—
1580	1100	+1000.0%
1666	3000	+172.7%
1775	16 233	+441.1%
1800	21 964	+35.3%
1832	28 341	+29.0%
1870	40 883	+44.3%
1905	100 000	+144.6%
1912	121 257	+21.3%
1918	143 994	+18.8%
1928	235 702	+63.7%
1938	325 650	+38.2%
1951	715 250	+119.6%
1964	1 697 311	+137.3%
1973	2 855 065	+68.2%
1985	4 236 490	+48.4%
1993	5 484 244	+29.5%
1996	5 859 861	+6.8%
2000	6 422 198	+9.6%
2005	6 778 691	+5.6%
2018	7 412 566	+9.4%
2020	7 743 955	+4.5%

Habitantes de Bogotá.

5.2.3. Mercado objetivo

Nuestro mercado objetivo esta conformado por las mujeres del perímetro urbano de la ciudad de Bogota que trabajan, entre las edades de 15 a 45 años, que por sus actividades laborales necesitan vestirse de forma elegante.

5.2.4. Demanda actual del mercado

Según el peridico (El Tiempo, 2009) en su articulo titulado Las medias veladas están teniendo una segunda oportunidad, esta vez llenas de diseño y de color, donde explican que las medias veladas han sufrido una evolución gracias que las tendencias del mercado cambiaron desidieron innovar en los diseños y mejorar la calidad del producto, así mismo con una fuerte campaña de marketing lograron hacer que las mujeres volvieran a usar las famosas medias veladas.

5.3. Análisis de la Oferta

Todas las empresas tienen un mismo objetivo, y sus productos un mismo fin: “llamar la atención del cliente” Ser capaz de ganarle a la competencia es uno de los desafíos que se plantea cualquier negocio, es ahí donde creamos estrategias para que nuestro producto gane posición en el mercado, generando un enganche hacia los clientes.

Miramos un campo amplio, es decir, el nivel de las sucursales que manejamos para así generar ideas que puedan superar en la competencia en pequeñas cosas pero que a largo plazo puede ser esta idea la que marque la diferencia entre la competencia. La novedad siempre es la

clave. Hacer algo diferente, único pero atractivo, que resulte útil y cubra o cree una necesidad insatisfecha al cliente dándonos una contra partida con nuestro producto llenando todas esas necesidades que nuestro cliente requiere de nuestras medias.

Teniendo en cuenta que nuestro producto cuenta con un amplio campo de producción, implementaremos estrategias especiales para impactar de manera excepcional el mercado, Es importante resaltar que nuestro producto es altamente completo, lo que crea una ventaja en el mercado en comparación con la competencia, pues los materiales usados en su fabricación le proveen al producto hasta el 50% más de perfección en sus terminados de lo que ofrecen las marcas hoy en día.

En cuestión competimos principalmente con los precios que maneja la competencia, pues el producto que sacan al mercado es muy económico, sin embargo, implementaremos una estrategia comercial para dar a conocer el producto, pues en la inauguración manejaremos descuentos significativos, lo que le permitirá al consumidor tener un mayor acceso al producto, esto referente a lo económico. Tenemos la seguridad de que después de esto muchas mujeres podrán dar fe de aquel dicho popular “Lo barato, sale caro”.

Aplicamos estrategias concretas con una implementación rápida y oportuna para que nuestras prendas siempre estén posicionadas en el mercado y nuestros clientes realmente tengan una experiencia satisfactoria con nuestro producto, y se sientan acorde con él. Buscamos que además de sus terminados, las mujeres sean cautivadas por los diseños novedosos, la suavidad del material, sus tonos, la comodidad que brinda el producto y aun, que experimente un estilo formal, modesto, reservado, según el uso que le dé al producto y la combinación que use con este.

Nombre del Competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja Competitiva)	Ubicación
Colombiatex	Medias veladas	Desde \$30.000 hasta \$300.000	Tienen una diversidad de estilos, contienen una trayectoria de años en el país con sucursales en toda Colombia.	Bogotá, Medellín, Cartagena, Cali, Barranquilla, Cúcuta, Bucaramanga, Ibagué, Soledad y Pereira

5.4. Análisis de la Comercialización

Los productos de la competencia por lo general se venden en los distintos almacenes de ropa de la ciudad cuyo principal proveedor es Colombiatex, la cual es una empresa que tiene varios años en el mercado y ofrece productos de buena calidad, por lo general utilizan el canal de distribución indirecto. Por lo general los productos de nuestro competidor son básicos, colores básicos como blanco, negro, beige, ofrecen diseños estándar y no se preocupan en la innovación de diseño juego y combinaciones de colores; cuyo principal inconveniente es que el material que usan para hacer sus medias son poco resistentes y con el tiempo se rasgan y dañan.

5.5. Análisis de los proveedores

Los proveedores que necesitamos para nuestro producto son:

- Proveedor de telas
- Proveedor de hilos
- Proveedor de accesorios
- Proveedor de empaques
- Proveedor de colores


6. Segmentación del Mercado

Geográfica: El producto geográficamente va dirigido a las mujeres trabajadoras de la ciudad de Bogotá.

Demográfico: El producto va dirigido a la población en un rango de 18 a 45 años, especialmente va dirigido al sexo femenino.

Psicográfico: El producto va dirigido a las mujeres que sienten la necesidad de unas medias que cumplan con sus expectativas, de alta calidad, diseño, comodidad y sobre todo durabilidad.

Conductual: El cliente optará por buscar variedad de diseños que se ajusten a su comodidad y estilo.

	<p>Describe los miedos, frustraciones y ansiedad.</p> <p>Los miedos que se presentan en las mujeres es que vayan caminando y de repente se les rasgue las medias veladas, así mismo que tengan un mal aspecto.</p>	<p>Desea, necesita, anhela y sueña.</p> <p>Desea una media veladas modernas, necesita unas de alta calidad que no se dañen con facilidad,</p>
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Sexo: mujer</p> <p>Edad: 18 a 45 años</p> <p>Ciudad: Bogota</p>	<p>¿Qué están tratando de hacer y por qué es importante para ellos?</p> <p>Están tratando en mercados internacionales medias veladas de alta calidad y con diseño modernos y cómodos; porque las empresas de la ciudad no suplen completamente su necesidad.</p>	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿hay alguna barrera en sus camino?</p> <p>La barrera que encuentran es encontrar una empresa de alta calidad que les brinde un producto cómodo, moderno y duradero.</p>
<p>Frases que mejor describen sus experiencias</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se rasgo mis medias • Se daño mis medias • Se pusieron grandes mis medias • Se pusieron opacas las medias 	
<p>¿existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<p>Los diseños, el contexto del mercado ha cambiado y las mujeres quieren medias con diseños innovadores.</p>	

7. Propuesta de valor

- **Perfil del cliente**
 - a. **Trabajos del cliente:** empresas de servicio al cliente, multinacionales, empresas de servicios públicos, clínicas y hospitales, centros comerciales, aeropuertos, entre otros.

b. Frustraciones del cliente: las clientas están frustradas porque no encuentran en el mercado una empresa que comercialice unas medias veladas innovadoras, de alta calidad y duraderas.

c. Alegrías del cliente

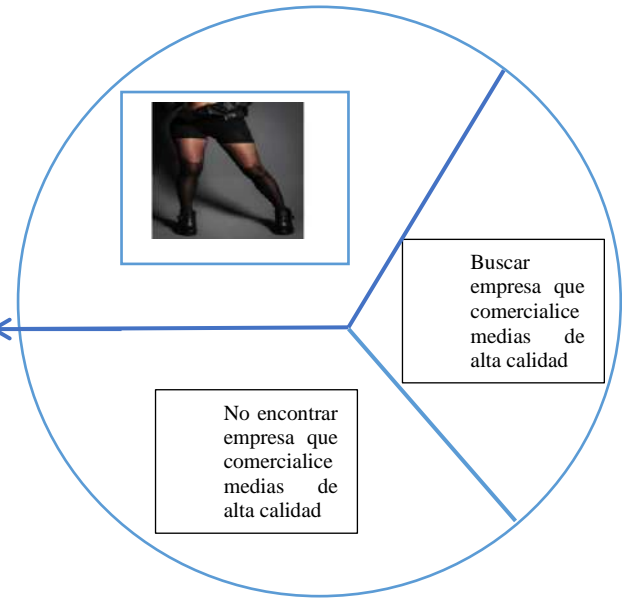
Se alegran presizamente cuando encuentran unas medias veladas de alta calidad, con un diseños modernos e innovadores y duraderos que satisfacen todas sus necesidades.

- **Mapa De Valor**

a. Aliviadores de frustraciones (pain killers): la principal frustraciones de la clientas es que las medias veladas que han comprado se dañan fácilmente y les toca cambiarlas a menudo.

b. Creadores alegrías: contar con una medias veladas que sean de alta calidad.

c. Productos y servicios: medias veladas de distintos colores para diferente ocaciones.



8. Diseño Del Producto



8.1.Ficha técnica

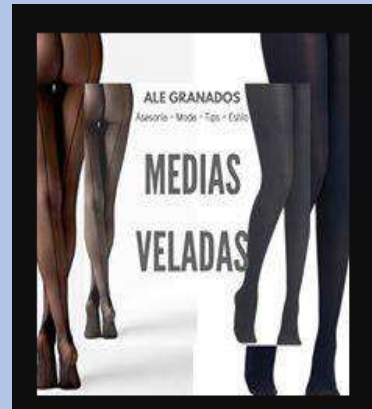


Tanning Stockings

FICHA TECNICA

Tanning Stockig
Calle 6b No. 30-20
Codigo; 098765

VERSION	12
TELEFONO	3214567
CIUDAD	Bogota



SISTEMA DE CLASIFICACIÓN			
TECNOLOGÍA PREDOMINANTE		FUENTE DE ALIMENTACIÓN(Si aplica)	
Eléctrico		AIRE MEDICINAL	
Electrónico		OXIGENO	
Hidráulica		OXIDO NITROSO	
Neumático		NITROGENO	
Mecánico	X	DIOXIDO DE CARBONO	
Dinámica Térmica		VACIO	
DIMENSIONES Y PESO		VAPOR	
Alto	20.5 CM	AGUA	
Ancho	23.5 CM	Drv. DEL PETROLEO	
Profundo	0,3 CM	ELECTRICIDAD	
Peso	55 GR	OTROS	
ESCENARIO		PRODUCTO DE APOYO	
Baño/Aseo		Inodoro	
		Lavamanos	
		Duchas	
		Barrales	

8.2.Ciclo de Vida

- **Introducción:** Buscamos impactar el mercado con nuestro producto, así que encontramos maneras alternativas de promociones, canales de distribución de la exposición de la marca, y teniendo un precio especial de lanzamiento. Así mismo se introducirá el producto a través de una campaña publicitaria amplia por toda la ciudad y se utilizará el neuromarketing para lograr una mayor eficiencia.
- **Crecimiento:** en esta etapa se mejoraran las estrategias publicitarias utilizadas y se innovaran en los diseños del producto.
- **Madurez:** en esta etapa se empezara hacer una reingeniería del producto.
- **Declive:** se empieza a crear nuevos productos.
- **Desaparición:** se empieza a crear otros tipos de productos de la misma línea de ropa interior.

9. Precio de Venta

COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Costos Unitarios de Materiales	3.000
Costos Unitario de Mano de Obra	5.000
Costos Unitarios de CIF	2.000
COTO TOTAL UNITARIO	10.000

Teniendo en cuenta el costo total unitario se procede a calcular el precio de venta:

$$PV = \frac{10.000}{1 - 0.50}$$

$$PV = \frac{10.000}{0.55} = \$18.182$$

Según lo calculado el precio de venta adecuado para el producto mínimo debe de ser de \$18.182 mil pesos

10. Prototipo

Nuestro prototipo está basado en nuestra página web, que tiene un enfoque empresarial, es decir, parte de nuestra información y por otro lado funciona para vender nuestros productos por formas online.



LINK DE LA PLATAFORMA: <https://estefaniacastiblan.wixsite.com/website-2>

LISTA DE REFERENCIAS

Carreño, L. (25 de 07 de 2019). Recuperado el 10 de 18 de 2020, de <https://www.america-retail.com/colombia/colombia-asi-ha-evolucionado-el-consumo-de-moda-en-el-pais/#:~:text=En%20esa%20%C3%A9poca%2C%20de%20%24100,y%20el%204%20%25%20a%20ropa.>

El Tiempo. (15 de 05 de 2009). Recuperado el 18 de 10 de 2020, de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5195881>