



YURY MILETH MORALES PULECIO

C.C. 1.117.267.208

LEIDY LORENA RODRIGUEZ ARBELAEZ

C.C. 1.115.792.469

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR- CUN

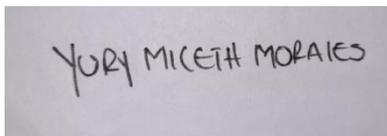
2020 B

## COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Yury Mileth Morales Pulecio con cédula de identidad 1.117.267.208 de Bogotá, y alumno 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:

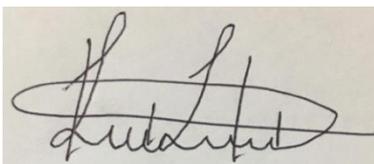
A rectangular box containing a handwritten signature in black ink. The signature reads "YURY MILETH MORALES" in all capital letters, written in a cursive style.

## COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Leidy Lorena Rodríguez Arbeláez con cédula de identidad 1.115.792.469 de Bogotá, y alumno 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:

A handwritten signature in black ink on a light-colored background. The signature is cursive and appears to read 'Leidy Lorena Rodríguez Arbeláez'.

## **TABLA DE CONTENIDO**

1. Resumen ejecutivo
2. Introduccion
3. Objetivo general
4. Objetivos especificos
5. Modelos de negocios
6. Ecoinnovacion
7. Estrategias de oceano azul
8. Fuerzas de porter
9. Marketing Mix
10. Desarrollo de Marca
11. Marketing Digital
12. Estrategias de Marketing Digital
13. Metricas Clave
14. Estudio Técnico
15. Estudio Técnico II
16. Estudio Técnico III
17. Lanzamiento Producto Minimo Viable
18. Conclusiones
19. Bibliografia

## **Resumen ejecutivo**

En que consiste el negocio

Teniendo en cuenta que el comercio textil local en la actualidad no dispone oferta alguna hacia la comunidad gay, surge la idea de entrar a este amplio sector comercial adosando los productos de mayor demanda como lo son las camisillas, los esqueletos con cortes profundos, mallas, licras, bañadores y ropa interior como brief y suspensorios, de igual forma mezclaremos la moda con la música promocionando prendas con estampados de los ídolos musicales de nuestros clientes. Presentaremos una fuerte campaña publicitaria que incluya comercialización virtual mediante plataformas web, llegaremos de manera agresiva al mercado ofreciendo gran variedad de productos con estándares de calidad altos que garantizaran la satisfacción y posterior fidelización de nuestros clientes todos dirigidos a nuestra comunidad y al universo de fans especialmente a nuestra comunidad.

Cuáles son las fuentes de ingresos

La venta de nuestra marca de ropa para la comunidad LGBTI, por redes sociales, pagina web, voz a voz.

Cuál es la inversión a realizar

La inversión a realizar es de \$110.980.000, así como para disponer de suficientes fondos propios durante los primeros 2 años. Los emprendedores aportarán un 50% de esta cantidad, pero se necesitan inversores externos para el resto.

Cuando se llegara a punto muerto

En el mes 18 se llegará al umbral de rentabilidad. Con un total de 200 clientes.

## **Introducción**

Por medio de este proyecto queremos dar a conocer productos exclusivos, diferentes y modernos para la comunidad LGBTI, llegando a cualquier ciudad del país por medio de las redes, de las ventas por internet, así se puede hacer envíos a las personas que deseen adquirir nuestros productos. Ya que la ropa que los diferencia no la consiguen fácilmente queremos tenerlos en cuenta y así ellos se sientan cómodos y a gusto con nuestra línea de productos. La relación que existe entre las características demográficas y la personalidad de las marcas de ropa que utilizan, para determinar los factores que inciden en la frecuencia de compra.

Uno de los sectores que más tiene en cuenta a la comunidad es el textil, transformando constantemente sus marcas para hablarles de manera directa. Como lo dice el estudio sobre la compra impulsiva en el homosexual masculino “La compra por impulso es más emocional que racional”.

### ***Objetivo general***

Diseñar un plan de negocios para crear una comercializadora nacional de prendas de vestir y ropa interior juveniles con influjo musical, con la intención de cubrir la demanda insatisfecha principalmente de la comunidad LGBTI, donde se analicen todos los aspectos que impliquen la formalización, consolidación de la empresa y marca futura CLOTHING STORE.COM en Bogotá con estrategias y tácticas para la comercialización y posicionamiento de esta, apoyada del comercio electrónico, abordando el mercado de una manera acertada.

### **Objetivos específicos.**

- ⊖ Realizar una investigación de mercado.
- ⊖ Disponer del mejor portafolio de productos a ofrecer.
- ⊖ Realizar el plan de mercadeo y ventas.
- ⊖ Diseñar los canales de venta y comercialización.
- ⊖ Ser líderes en la comercialización de artículos para fans.

- ⊖ Generar y mantener en toda la organización una cultura de servicio al cliente interno y externo con altos estándares de calidad.
- ⊖ Proporcionar un clima organizacional que facilite el desarrollo permanente de su recurso humano.
- ⊖ Obtener una rentabilidad que le permita a la Empresa competir eficientemente.
- ⊖ Identificar los riesgos y plantear planes de mitigación de los mismos.
- ⊖ asumir una alta responsabilidad social, contribuyendo y participando en el desarrollo social de la comunidad.

### ***MODELOS DE NEGOCIO .***

#### **Descripción de la idea de negocio**

Teniendo en cuenta que el comercio textil local en la actualidad no dispone oferta alguna hacia la comunidad gay, surge la idea de entrar a este amplio sector comercial adosando los productos de mayor demanda como lo son las camisillas, los esqueletos con cortes profundos, mallas, licras, bañadores y ropa interior como brief y suspensorios, de igual forma mezclaremos la moda con la música promocionando prendas con estampados de los ídolos musicales de nuestros clientes. Presentaremos una fuerte campaña publicitaria que incluya comercialización virtual mediante plataformas web, llegaremos de manera agresiva al mercado ofreciendo gran variedad de productos con estándares de calidad altos que garantizaran la satisfacción y posterior fidelización de nuestros clientes todos dirigidos a nuestra comunidad y al universo de fans especialmente a nuestra comunidad.

Es considerado un verdadero desafío posicionarnos como una empresa sólida en el mercado Bogotano por los factores de desequilibrio comercial que generó la crisis petrolera, pero estamos seguros de que ese valor agregado forjara las bases necesarias para surgir desde un comercio inestable que apenas comienza a abrirse a diferentes estilos de Mercado.

### **Cliente potencial**

Nuestro cliente potencial es la comunidad LGBTI, nuestros productos están enfocados en ellos.

### **Problema o necesidad**

Que en el comercio textil casi no se ve ropa para ellos, a lo que nos referimos es que les gusta usar cosas diferentes de colores llamativos y un poco extravagantes lo cual va de acuerdo con su personalidad.

Como

Confecionando y comercializando nuestros productos, tenemos diferentes distribuidores.

Proveedor **Damn It**



## Proveedor Como Caído del Cielo



## Porque lo preferirian

Porque nuestros diseños son únicos y diferentes, los precios son alcance de todas las personas, la Atención es personalizada y si el cliente desea algo exclusive le podemos colaborar con ello.

## Modelo de negocio

<b>Segmento</b>	<b>Resolución de problemas o necesidades</b>	<b>Arquitectura del servicio</b>
Los clientes son las personas de la comunidad LGBTI	Nuestra propuesta de valor se centra en que le vamos a facilitar todo al cliente sin necesidad de desplazarse, Atención en línea las veces que lo requiera y si requiere prendas exclusivas y personalizadas.	Se trabaja en base a la necesidad del cliente , nos adecuamos a lo que el cliente requiere y lo que tenemos disponible en nuestra tienda virtual.
<b>Costo y precio</b>	<b>Mecanismos de entrega</b>	<b>Ganancias esperadas</b>
Nuestros precios están desde \$15.000 hasta \$75.000.	Se hacen contraentregas en la ciudad de Bogotá y envíos por transportadora a	Se hizo un análisis en la proyección de ventas desde el primer año hasta el quinto con base a la producción que

	cualquier ciudad.	se quiere obtener en el tiempo Estipulado, con un incremento anual de un 10% en las ganancias y productividad
<b>Recursos</b>  Para lograr posicionarse y mantenerse en el mercado la empresa con el manejo directo de la gerencia, presentará un portafolio de nuestros productos a nuestros clientes y mayoristas.	<b>Fidelidad</b>  Una de las estrategias de promoción para motivar a los clientes para que adquieran nuestros productos , generando descuentos despues de 3 productos del 5% y a nuestros mayoristas precios con descuento a apartir de docenas del 15%.	<b>Cadena</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calcular la demanda pronosticar las ventas. Es un punto de vital importancia para calcular la rentabilidad de la empresa, es calcular la demanda real del mercado y a base de eso pronosticar las ventas o utilizar las ventas</li> </ul>

		<p>pasadas.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Compensación y motivación. Es un punto muy importante motivo de que el integrante principal de una empresa es el ser humano, motivo de que el motor de generar utilidad, y al estar motivados mayores ingresos tendrá la empresa.</li><li>• Cotización de productos para los clientes</li><li>• Seguimiento de las cotizaciones</li><li>• Orden de pedido</li></ul>
--	--	---

--	--	--

### **Ventas por internet**

El modelo que escogimos es E-commerce ya que se ajusta a nuestra propuesta de negocio ofertar y vender productos online con envío a domicilio.

La venta se Cierra a través del whatsapp que es por donde se toman los pedidos, consignamos en nuestra cuenta de Bancolombia, Nequi o Daviplata.

### **ECOINNOVACION**

#### **Innovación sostenible**

	<b>AGUA</b>	<b>ENERGIA</b>	<b>MATERIAS PRIMAS</b>	<b>EMISIONES</b>	<b>RESIDUOS</b>
Producto o servicio	Si, porque nuestros proyecto no	Es el recurso que mas utilizamos y	Tenemos proveedores que son los	No aplica	Si reciclamos, en las canecas

	necesita de agua	lo usamos siempre y Cuando sea necesario, manejamos equipos portatiles y solo se conectan Cuando están descargados, el lugar donde trabajamos tiene Buena iluminación y no es necesario mantener la luz prendida	que confeccionan las prendas		correspondientes
Marketing	No hacemos	Cuando hay	Publicidad	No aplica	Si, por eso las

	campana para cuidar el agua.	necesidad de transportarse a donde algu cliente, el carro.	por internet.		personas que vengan a nuestra oficina, encontraran las canecas para poder clasificar la basura, a donde corresponde.
--	------------------------------------	--	---------------	--	--

## ESTRATEGIAS DE OCEANO AZUL

EMPRE SA	PRODU CTO	CALID AD	PRECI O	VARIEDA D	SERVICI O	PROM OCION ES	CONDICI ONES
Ropagay s	Camiseta s	Alta	\$35.00 0	Colores llamativos	Ventas por internet	2*1 el ultimo día del mes	N/A
Ropa_ult ra_gay	Busos	Medio	\$65.00 0	Estampados	Ventas por internet	N/A	N/A
ropainter iorgay	Servicio	Medio	\$40.00 0	Colores vivos	Ventas por internet	N/A	N/A
	5	4	3	5	5	1	3
	Incremento	Reduccion	Reducción	Incremento	Incremento	Eliminación	Reducción

## **FUERZAS PORTER**

- **Amenaza de nuevos competidores**

Se consideran competidores potenciales a los productos que pueden llegar a sacar del mercado al nuevo producto que aquí se plantea. En el caso de la ropa interior para hombres, los competidores potenciales que aunque no tienen los requerimientos de usuario específicos que se van a tener en cuenta, se consideran competidores potenciales por las características que se pueden identificar como similares.

- **Rivalidad entre competidores**

Se consideran competidores del sector a los que están más cerca y logran la rivalidad comercial en este caso.

- **Amenaza de sustitutos**

Los productos sustitutos para la ropa de homosexuales es radicalmente la ropa íntima femenina que aunque no sea específicamente para la anatomía del cuerpo masculino, hace sentir a estas personas seguros y a gusto. Por lo general nunca se busca este tipo de prendas femeninas en almacenes de cadena, ni tiendas propias de la marca, para este público resulta más fácil ir a un “sex shop” o tienda erótica, para conseguir este tipo de producto. En cuanto a las necesidades y expectativas: ellos y ellas desean encontrar ropa adecuada para su condición sexual y deseo

personal, no quieren sentirse excluidos, quieren ropa interior de moda y que se adapte a su estilo particular.

- **Poder de negociación de los compradores**

No existe concentración de ofertantes del servicio, por el contrario, hay muchos demandantes y son pocos los prestadores de este servicio. Como el servicio es bastante diferenciado, es probable que pocos clientes sustituyan este servicio por el de otra compañía. En el caso que el servicio sea demandado por una compañía o cualquier otra organización, podría existir un grado de exigencia por parte del comprador. Aunque éste no podrá ser muy representativo, ya que no existen compradores dominantes que sean indispensables para la rentabilidad del negocio.

- **Poder de negociación de los proveedores**

Existen varios proveedores en el sector que manejan altos estándares de calidad, que no están organizados gremialmente y no tienen fuertes recursos para poder imponer sus condiciones de precio. En consecuencia, el poder de negociación de los proveedores es bajo.

## Marketing Mix

### Estrategias de producto para clientes

- **Núcleo:** El motivo y la inspiración de la idea de este proyecto se basa en dos puntos importantes: una es la exclusividad del producto que ofertamos ya que no se puede encontrar en otros puntos de venta porque serán diseñados por y para nuestra firma. De esta forma, tenemos un producto que es único, sólo nuestro. Otra, es la posibilidad que ofrece Internet de vender online puesto que esta tendencia ha crecido en los últimos años debido a su gran variedad de ventajas.
- **Calidad:** Algodón 100% calidad, telas garantizadas.
- **Envase:** Empaquetado en fundas termoplásticas, transparentes, selladas en las que se distinga claramente diseño y talla.
- **Diseño:** Ropa para la comunidad LGTBI, diseños nuevos y diferentes.
- **Servicio:** Atención personalizada, directamente con el cliente, envíos contraentrega en la ciudad de Bogotá y por transportadora a otras ciudades.

## Portafolio

<b>ROL</b>	Clothing Store.com, ropa para la comunidad LGTBI
<b>DONDE JUEGO</b>	Diseños diferentes  Ropa elaborada en algodón  Diseños personalizados  Unicas prendas
<b>CUAL ES EL JUEGO</b>	Que la comunidad LGTBI pueda encontrar un lugar donde comprar ropa colorida y moderna

## Estrategia de precios

Nuestros precios están desde \$15.000 hasta \$75.000, depende de la prenda que elija el cliente, se hizo un análisis del mercado, junto con los costos de producción para determinar el precio de nuestros productos.

## **Estrategia de distribución**

Canal Directo: Productor a consumidor

Nuestro canal es directo con el cliente final, no tenemos intermediaries, las líneas de Atención al cliente son atendidas por nuestro personal, que se encarga de dar el mejor trato a nuestros clientes y de atender sus necesidades, orientándolos de la mejor manera.

## **Estrategia de comunicación**

El canal de comercialización que ofrecerá la empresa será del tipo directo, esta relación se mantiene durante todo el desarrollo de la venta con el doble propósito de evitar la competencia desleal entre los asesores para con los usuarios, así como para tener un mayor control y contacto en el servicio ofrecido.

## Desarrollo de Marca

### Matriz de desarrollo de marca

<b>PASOS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>RESULTADO</b>
<b>Diagnóstico del mercado</b>	Comunidad LGTBI	
	Nuestra competencia es : Las tiendas de ropa erótica	
	Venta de ropa moderna	
	Redes Sociales y plataformas	
	Ropa casual y erótica	
<b>Realidad psicológica de la marca</b>	Económico	
	Social	
<b>Posicionamiento</b>	Ropa erótica	
	Ropa colorida	
<b>Realidad material de la marca</b>	Nuestra propuesta de valor se centra en que le vamos a facilitar todo al cliente sin necesidad de desplazarse, Atención al cliente personalizada y	

	discrete.	
<b>Estrategia de comunicación</b>		
	<p>Campañas publicitarias por nuestras diferentes redes sociales , como lo son la página web e Instagram</p>	

## **Marketing Digital**

### **Landing page**

**<https://clothingstorecol07.wixsite.com/website>**

# CLOTHING STORE

Justo lo que necesitas



Esperando s-us1c-nss-291.firebaseio.com...



¡Vamos a chatear!  
Te responderemos tan pronto como podamos

# CLOTHING STORE

Nuestra experiencia

Desde el año 2020 hemos ido perfeccionando nuestra oferta. Estamos comprometidos con ofrecer productos de alta calidad, servicios excepcionales y atención al cliente inigualable para que nuestros clientes siempre vuelvan.

Nunca dejamos de mejorar y constantemente ampliamos nuestra oferta para atender a los habitantes de Colombia. Contacta a CLOTHING STORE hoy mismo para saber cómo podemos ayudarte.



¡Vamos a chatear!  
Te responderemos tan pronto como podamos

Aplicaciones YouTube Facebook Google Grupo Bancolombi... WhatsApp Web CompuTrabajo Col... Sistema Académico LMS Distancia Correo: lina paola g... Otros favoritos

Este página web se diseñó con la plataforma **WIX**.com. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)



### Consultas sobre compras

1 hr.



### Entrega programada

1 hr.  
Desde \$5.500



¡Vamos a chatear!  
Te responderemos tan pronto como podamos

Windows Taskbar: Chrome, HP, Photoshop, Word, Edge, Heart, Recycle Bin, Camera, Question Mark, System Tray: 8:17 p. m., 25/10/2020

Aplicaciones YouTube Facebook Google Grupo Bancolombi... WhatsApp Web CompuTrabajo Col... Sistema Académico LMS Distancia Correo: lina paola g... Otros favoritos

Este página web se diseñó con la plataforma **WIX**.com. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)

## Horario de servicio

Visítanos

Lunes - Viernes: 9 a. m. - 6 p. m.  
Sábado: 10 a. m. - 2 p. m.  
Domingo: cerrado



### Contáctanos



¡Vamos a chatear!  
Te responderemos tan pronto como podamos

Windows Taskbar: Chrome, HP, Photoshop, Word, Edge, Heart, Recycle Bin, Camera, Question Mark, System Tray: 8:17 p. m., 25/10/2020

# Contáctanos

Bogotá (Colombia)

clothingstorecol07@gmail.com

5758990



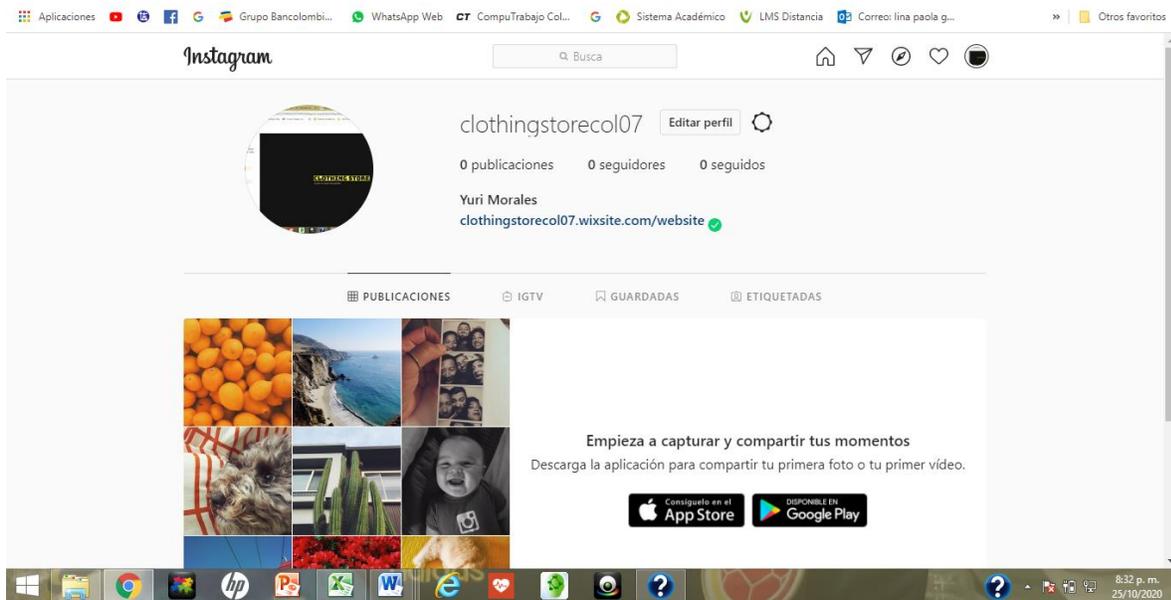
¡Vamos a chatear!  
Te responderemos tan pronto como podemos

## Logo



# Estrategias de Marketing Digital

## Instagram



## Metricas Clave

### CAC

Somos una Empresa nueva en el mercado y hasta ahora nos estamos incursionando en las redes sociales, una de las publicaciones que hicimos aun no ha tenido reacciones de los futuros y posibles clientes de nuestro negocio, en nuestra empresa tenemos una persona encargada de manejar las redes sociales y estar al pendiente de las mismas.

## **LTV**

La comparación del resultado de una de una de nuestras publicaciones es que aún no tenemos reacciones de un me gusta o de mensajes que nos hayan enviado los futuros clientes, Debemos revisar en que estamos fallando en las publicaciones de las redes sociales y mejorar en ese aspecto para de esta forma llegar a mas personas y que nos conozcan.

## **Estudio Técnico**

### **Ubicación o Localización**

#### **Macrolocalización**

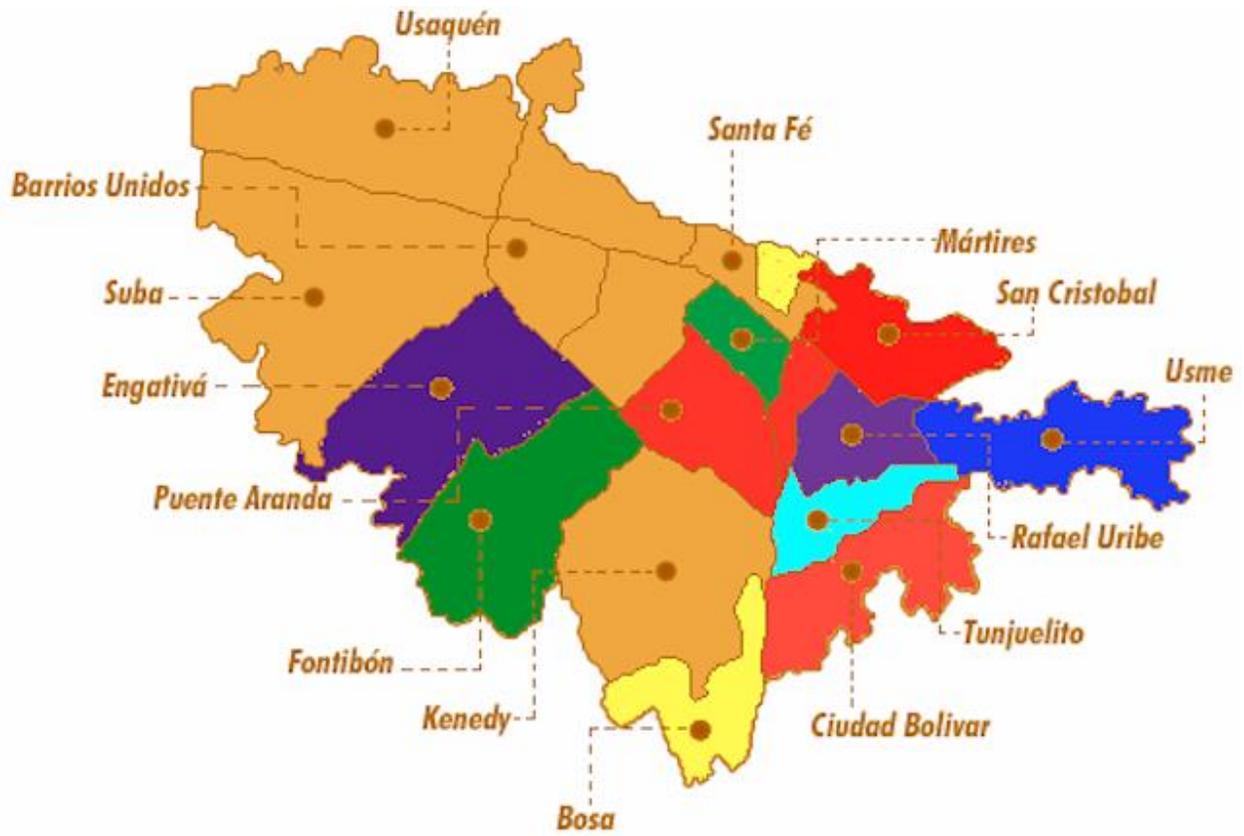
Estamos ubicados en la ciudad de Bogotá

- Análisis del tamaño del Proyecto

Somos una Microempresa

## Microlocalización

Bogotá



## Localización del Proyecto

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Requisitos Técnicos
Infraestructura y Adecuaciones	Local ubicado en un edificio de la zona industrial	1	\$1.000.000	Fallas electrónicas y adecuaciones de espacios
Maquinaria y Equipo	0	0	0	0
Equipo de comunicación y computación	Computadores o equipos móviles	6	\$1.300.000	Software y capacidad de memoria
Muebles y enseres y otros	Escritorios y sillas	6	\$1.100.000	Ergonómicos
Otros (incluido herramientas)	0	0	0	0
Gastos pre-operativos	Inversión de capital inicial	6	\$5.000.000	Socios

Plano

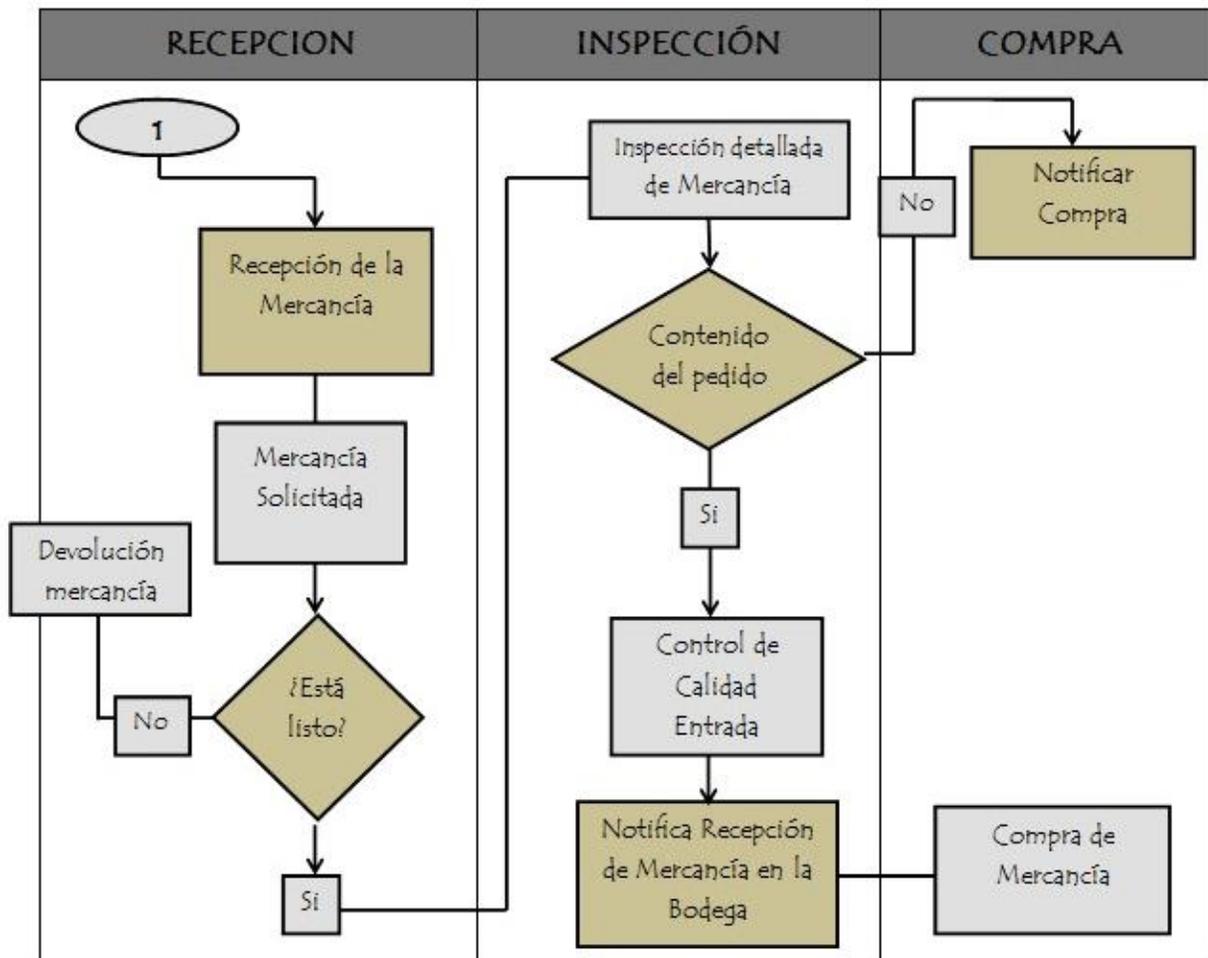


clothing store

## Estudio Técnico II

### Ingeniería del Proyecto

### Flujograma



## Requerimientos de operación

Bien/Servicio:

Unidades a producir:

Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización(minutos/horas)	Cargos que participant en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina
Actividad 1	4 (Apoyo a los clientes )	Operativos	3	Computadores y telefonos moviles
Actividad 2	8 (Capacitaciones)	Administrativa	6	Computadoras
Actividad 3	4 (Verificaciones)	Operativa	4	Computadores y telefonos moviles
Actividad 4	5 (Control operacional)	Operativa	4	Computadores y telefonos

				moviles
Actividad 5	6 (Verificación de la funcionalidad)	Administrativa	2	Computadoras
Actividad 6	3 (Entregas a domicilio)	Operativa	2	Computadores y telefonos moviles
Total	30		21	

### Estudio Técnico III

#### FICHA TECNICA

ORDE N	PROCESO	MAQUINA	OBSERVACION	PUNTADA S POR PULGADA S	HILO
1	Cerrar pinza en refuerzo de centro delantero	Fileteadora	Hacer este paso con ambos centros delanteros	9	Nylon

2	Unir pieza superior delantera y posterior por los costados	Fileteadora	Unir con la pieza de mallatex	9	Nylon
3	Unir delantero y posterior alto a delantero y posterior bajo	Fileteadora	Xxx	9	Nylon
4	Pegar refuerzo en centro delantero	Fileteadora	Xxx	9	Nylon
5	Pegar entrepierna en delantero y	Fileteadora	Pegar pieza por	9	Nylon

## Lanzamiento Producto Mínimo Viable

TIENDA DE ROPA *(Editar título)* por jaimecun Actualizado: 16/11/2020

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
			
Que la comunidad LGTBI consiga ropa de una manera rápida y a su gusto	La comunidad LGTBI	Vendiendo y confeccionando ropa exclusiva para ellos	Darnos a conocer entre esta comunidad

Create your own at Storyboard That

## CONCLUSIONES

- La diferencia es que es un producto diferente innovador, que muy pocas personas o empresas se atreven a comercializar son muy pocas las que lo hacen y menos aquí en la ciudad de Bogotá.
- Las capacidades son el manejo de las redes sociales, ya que es el medio por el que nos vamos a mover que tenga conocimientos y deseos de aprender cómo se posicionan las empresas en redes para tener un crecimiento en las ventas, asesorando de la mejor manera a nuestros clientes.
- La ventaja competitiva de nuestra empresa es que el cliente va a tener productos con una gran variedad y comodidad para llevar a cualquier lugar, además de eso productos que se diferencian de los demás por sus diseños y variedad de colores, calidad al mejor precio. Distribuyendo nuestros productos a cualquier ciudad del país.
- El gerente de ventas debe de planificar antes de hacer cualquier actividad, reduciendo el riesgo y aumentando la rentabilidad de sus acciones, es decir el gerente antes de lanzar un producto debe de conocer quién es su cliente, que satisface su producto, a base de esa información debe de planear; la forma de vender, cuánto piensa vender, y quienes son los vendedores.
- Nuestra marca de ropa se posicionara de una manera positiva y rápida ya que somos de las pocas empresas que vendemos ropa para la comunidad LGBTI.

## **BIBLIOGRAFIA**

((⊕ Instituto de turismo del meta [http://www.turismometa.gov.co/nuestra-entidad/elementos-estrategicos-historia\\_industria.html](http://www.turismometa.gov.co/nuestra-entidad/elementos-estrategicos-historia_industria.html)))

(MATERIAL DE LA PLATAFORMA )

((Diario el tiempo <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16595816>))

((⊕ Repository educación

<http://repository.eia.edu.co/bitstream/11190/1596/1/ADMO0562.pdf> ))

((Damn It <https://www.facebook.com/DamnitColombia> ))

((⊕ Como Caído del Cielo

[https://www.facebook.com/profile.php?id=100012175962387&ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/profile.php?id=100012175962387&ref=br_rs) ))