

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VESTIDOS PARA NIÑAS EN LA
CIUDAD DE BOGOTÁ D.C.**

CLAUDIA MARCELA HOYOS GOMÉZ

Orientador

ANDRÉS MAURICIO CASTRO FIGUEROA

Magister en Administración

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE EMPRESA
BOGOTÁ D.C.**

2020

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VESTIDOS PARA NIÑAS EN LA
CIUDAD DE BOGOTÁ D.C.**

CLAUDIA MARCELA HOYOS GOMEZ

**Trabajo de grado Integral para optar al título
“Especialista Gerencia de Empresas”**

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE EMPRESA
BOGOTÁ D.C.**

2020

Nota de aceptación

Firma del Director de la Especialización

Firma del calificador

Directivas de la universidad

Presidente de La Universidad y Rector del Claustro

Dr. Mario Posada García - Peña

Vicerrector de Desarrollo y Recursos Humanos

Dr. Luis Jaime Posada García – Peña

Vicerrectora Académica y de Investigaciones

Dra. María Claudia Aponte González

Vicerrector Administrativo y financiero

Dr. Ricardo Alfonzo peñaranda castro

Secretaria General

Dra. Alexandra Mejía Guzmán

Decano Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Dr. Marcel Hofstetter Gascon

Director Especialización Gerencia de Empresas

Dr. Andrés Rueda

Las directivas de la Fundación Universidad de América, los jurados calificadores y el cuerpo de docentes, no son responsables por los criterios o ideas expuestas en el presente documento. Estos corresponden únicamente al autor.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por ser mi guía y proveedor, por darme la oportunidad de enriquecer mis conocimientos y sobre todo por el Don de la Vida.

Gracias a mi esposo y a mis seres queridos por el apoyo que me brindan y por ser la voz que me da la fuerza para no desfallecer ante los proyectos que en un principio se ven inalcanzables.

Agradecimiento a Fundación Universidad América y al orientador Andrés Mauricio Castro Figueroa, quien con su paciencia, conocimiento, carisma y humildad me guio en la elaboración de este proyecto de grado.

Tabla de contenido

	pág.
Introducción.....	1
Objetivo general	2
Objetivos específicos	2
1 Investigación de mercado	3
1.1 Diagnostico del sector	3
1.1.1 Entorno macroeconómico	3
1.1.2. Entorno microeconómico	6
1.2 Segmentación del mercado.....	9
1.2.1 Segmentación geográfica	9
1.2.2 Segmentación demográfica	10
1.3 Investigación de mercados.....	11
1.3.1 Competencia.....	11
1.3.2 Encuesta.....	15
1.4 Plan de mercadeo	22
1.4.1 Producto	22
1.4.2 Precio	22
1.4.3 Ventas y Distribución	22
1.4.4 Promoción.....	23
2 Estudio técnico y administrativo	24
2.1 Descripción del producto	24
2.2 Descripción del proceso	25
2.3 Necesidades de maquinaria y demás elementos	27
2.4 Localización	30
2.4.1 Macro localización	30
2.4.2 Micro localización	31
2.5 Planeación estratégica	34
2.5.1 Misión	34

2.5.2 Visión	34
2.5.3 Valores y principios.....	34
2.5.4 Propuesta de valor.....	34
2.5.5 Metas a corto plazo	34
2.5.6 Metas a mediano Plazo	35
2.5.7 Metas a largo plazo	35
2.5.8 Indicadores	35
2.5.9 Organigrama.....	36
3 Aspectos legales	37
3.1 Trámites de Constitución.....	37
3.2 Aspectos laborales	39
3.3 Aspectos tributarios.....	41
4 Aspectos financieros	43
4.1 Inversión Inicial en activos fijos	43
4.2 Costos de producción.....	44
4.3 Gastos administrativos	45
4.4 Gastos de ventas	48
4.5 Ingresos Operacionales	50
4.6 Flujo de caja	51
4.7 Estado de resultados.....	51
4.8 Indicadores Financieros	52
4.8.1 Tasa Interna de Oportunidad (TIO).....	53
4.8.2 Valor Presente Neto (VPN).....	54
4.8.3 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	54
4.8.4 Periodo de Recuperación (Payback)	55
4.8.5 Relación Beneficio/Costo (RB/C).....	56
5 Conclusiones.....	57
6 Recomendaciones.....	58
Referencias	59
Anexos	62

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Exportaciones confección prendas de vestir	4
Figura 2. Importación confección prendas de vestir	5
Figura 3. Índice prendas de vestir	7
Figura 4. Índice de producción prendas de vestir	8
Figura 5. Participación de la industria en el gasto nacional de Colombia.....	8
Figura 6. Pirámide poblacional de Bogotá.....	10
Figura 7. Género del encuestado	15
Figura 8. Distribución por localidades.....	16
Figura 9. Población de edad igual o menor a 12 años	16
Figura 10. Medio por el cual realizan las compras	17
Figura 11. Frecuencia de compra.....	17
Figura 12. Temporada para realizar compras	18
Figura 13. Productos con mayor frecuencia de compra	18
Figura 14. Colores más buscados.....	19
Figura 15. Preferencias en diseños en la tela	19
Figura 16. Tendencias en compras	20
Figura 17. Decisión de compra.....	20
Figura 18. Inversión por la prenda.....	21
Figura 19. Moda infantil	22
Figura 20. Logo	23
Figura 21. Proceso de diseño y producción	26
Figura 22. Mapa de Bogotá D.C.....	30
Figura 23. Mapa UPZ localidad de Fontibón	31
Figura 24. Organigrama	36
Figura 25. Consulta RUES	37
Figura 26. PRE-RUT	38

Lista de tablas

	pág.
Tabla 1. Habitantes de Bogotá por localidad	9
Tabla 2. Información financiera C.I Hermeco SA.....	12
Tabla 3. Información financiera Inversiones Plas SA.....	13
Tabla 4. Información financiera Crystal SAS	14
Tabla 5. Ficha técnica.....	24
Tabla 6. Esquema del producto	25
Tabla 7. Computador Dell Inspiron	27
Tabla 8. Ploter de Corte Redsail	27
Tabla 9. Mesa de corte	28
Tabla 10. Máquina Termofijadora	28
Tabla 11. Máquina cortadora de tela	29
Tabla 12. Maniquí de costura	29
Tabla 13. Criterios de calificación.	32
Tabla 14. Opciones de locales.....	32
Tabla 15. Información básica de las opciones	33
Tabla 16. Matriz de calificación.....	33
Tabla 17. Tarifa seguridad social y parafiscales	39
Tabla 18. Salario y prestaciones sociales.....	40
Tabla 19. Activos fijos	43
Tabla 20. Costos por prenda	44
Tabla 21. Costos de carga salarial	44
Tabla 22. Costos por depreciación	45
Tabla 23. Total costos de producción proyectados del año 2021 al 2025	45
Tabla 24. Gastos de constitución.....	46
Tabla 25. Gastos generales administrativos	46
Tabla 26. Gasto administrativo carga salarial	47
Tabla 27. Gastos administrativos por depreciación	47
Tabla 28. Total gastos administrativos proyectados del año 2020 al 2025.....	47
Tabla 29. Gastos generales en ventas	48
Tabla 30. Gastos en ventas carga salarial.....	48
Tabla 31. Gastos en ventas por depreciación.....	49
Tabla 32. Total gastos en ventas proyectados del año 2021 al 2025	49
Tabla 33. Total ingresos operacionales proyectados del año 2021 al 2025	50
Tabla 34. Flujo de Caja.....	51
Tabla 35. Estado de Resultados proyectado del año 2021 al 2025	52

Tabla 36. Promedio DTF del 2019-09 al 2020-09.....	53
Tabla 37. Formula del Tasa Interna de Oportunidad	53
Tabla 38. Formula del Valor Presente Neto.....	54
Tabla 39. Formula Tasa Interna de Retorno	55
Tabla 40. Formula periodo de recuperación	55
Tabla 41. Formula RB/C	56

Lista de anexos

	pág.
Anexos A. Encuesta	63
Anexos B. Formulario del RUES	67
Anexos C. Certificado de ingresos y retenciones año 2019	69

Resumen

El proyecto tiene como objetivo desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de vestidos para niñas de 5 a 12 años en la ciudad de Bogotá D.C., fundamentado en la idea de crear nuevas tendencias para esta línea de producto, donde haya la oportunidad de comercializar vestidos que marquen la diferencia, de manera que se pueda contribuir con las necesidades propias de colores, diseños, conceptos y estilos en la moda infantil.

Todos los proyectos de emprendimiento inician con una idea, la cual en el pasar del tiempo se va analizando y plasmando, esto porque surge una oportunidad de negocio, pero todo tiene que ir de la mano de la innovación y la capacidad de como concertarla y desarrollarla, por ende, el estudio de factibilidad se basó en realizar una investigación de mercado que permita identificar las necesidades y gustos de las niñas entre los 5 y 12 años en cuanto a prendas de vestir, en elaborar un estudio técnico y administrativo para la estructura y operatividad del mismo, en determinar los aspectos legales que se requiere para la creación de una empresa dedicada a la producción de ropa infantil y en realizar un estudio financiero que determine la viabilidad del proyecto.

Palabras Clave: Moda, Factibilidad, Diseño, Innovación, Empresa.

Abstract

The objective of this project is to develop a feasibility study for the creation of a company that produces and markets dresses for girls from 5 to 12 years old in the city of Bogota D.C., based on the idea of creating new trends for this product line, where there is the opportunity to market dresses that make a difference, so that it can contribute to the own needs of colors, designs, concepts and styles in children's fashion.

All entrepreneurship projects start with an idea, which over time is analyzed and reflected, this because a business opportunity arises, but everything has to go hand in hand with innovation and the ability to coordinate and develop it. Therefore, the feasibility study was based on conducting a market research that allows identifying the needs and pleasures of girls between 5 and 12 years old in terms of clothing, on developing a technical and administrative study for the structure and operability of the same, in determining the legal aspects that are required for the creation of a company dedicated to the production of children's clothing and in carrying out a financial study that determines the viability of the project.

Keywords: Fashion, feasibility, design, innovation, business.

Introducción

El sector de la moda infantil en Colombia a generando cabida a nuevas ideas y emprendimientos que permitan abastecer las necesidades y exigencias de esta población en específica; la creación de una empresa con un estudio adecuado para su puesta en marcha no solo ayuda a fortalecer el mercado de la industria, sino que contribuye al fomento del empleo con contratación directa en la compañía y con trabajo para aquellas personas que pueden realizar labores desde sus casas a través de satélites.

Hoy en día las niñas ya empiezan desde corta edad a elegir sus prendas de vestir, lo cual ha generado un nicho de mercado muy importante; lo que obliga a los diseñadores a entender y comprender que esta línea de producto es muy dinámica y cambiante, buscando crear prendas únicas con estilos propios que marquen la pauta en la industria. Se busca tener un impacto en el sector para satisfacer necesidades básicas del cliente en cuanto a estilo, comodidad y diseño para distintos eventos, en este caso, se desarrolla sobre un estudio de factibilidad para una empresa productora y comercializadora de vestidos doble faz generando alternativas y oportunidades de crecimiento empresarial.

Así que para el desarrollo de este proyecto de grado se realizara un diagnóstico de mercado teniendo en cuenta las variables macroeconómicas y microeconómicas del sector, la competencia, en qué localidad de Bogotá se puede colocar el primer punto de venta y a través de una encuesta determinar si el producto es una idea viable para el mercado; un estudio técnico y administrativos con el fin de determinar que material, maquinaria, capacidad humana y plan estratégico se requiere; un análisis de aspectos legales con el fin de determinar bajo que figura crear la empresa, que tramites se debe realizar para la constitución de la misma y cuáles son los aspectos laborales y fiscales que adquieren; y por ultimo un análisis de aspectos financieros que permita establecer el valor de la inversión inicial, los ingresos, costos y gastos proyectados a cinco años.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de vestidos para niñas de 5 a 12 años en la ciudad de Bogotá D.C.

Objetivos específicos

- Realizar una investigación de mercado que permita identificar las necesidades y gustos de las niñas entre los 5 y 12 años en cuanto a prendas de vestir.
- Elaborar un estudio técnico y administrativo para la estructura y operatividad del proyecto.
- Determinar los aspectos legales que se requiere para la creación de una empresa dedicada a la producción de ropa infantil.
- Realizar un estudio financiero que determine la viabilidad del proyecto.

1 Investigación de mercado

1.1 Diagnostico del sector

Debido a que el proyecto consiste en evaluar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de vestidos para niñas en la ciudad de Bogotá D.C, a continuación, se presenta como está el sector de la confección a nivel Macro y Microeconómico.

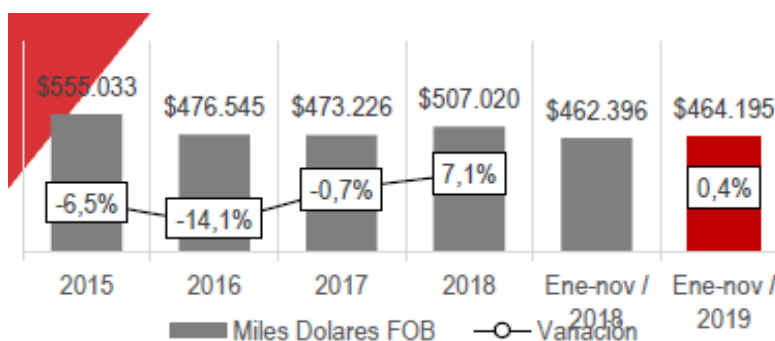
1.1.1 Entorno macroeconómico

Desde el contexto macroeconómico, los sectores en general deben analizarse teniendo las variables económicas que influyen en su comportamiento y desempeño a nivel nacional; en este sentido, permite, por tanto, analizar como las variables e indicadores afectan la industria, determinar cómo se ve la competencia a nivel internacional y cuál es el efecto que tiene el sector en la economía del país. La industria colombiana tiene un buen posicionamiento y grandes diseñadores que marcan la pauta a Nivel Nacional e Internacional y gracias a programas como el de transformación productiva se busca la tecnificación de los procesos en el sector de la moda y hacer que Colombia exporte a países como Estados Unidos, Ecuador, Perú, México, Costa Rica, Panamá, Chile entre otros, mostrando la calidad de las prendas, la creatividad en los diseños y sobre todo generando confianza en el mercado de nuestro país.

Las exportaciones de Confección de prendas de vestir a corte noviembre del año 2019 tuvo crecimiento en un 0.4% respecto al año 2018 debido a los acuerdos comerciales que tiene Colombia con otros países.

Figura 1.

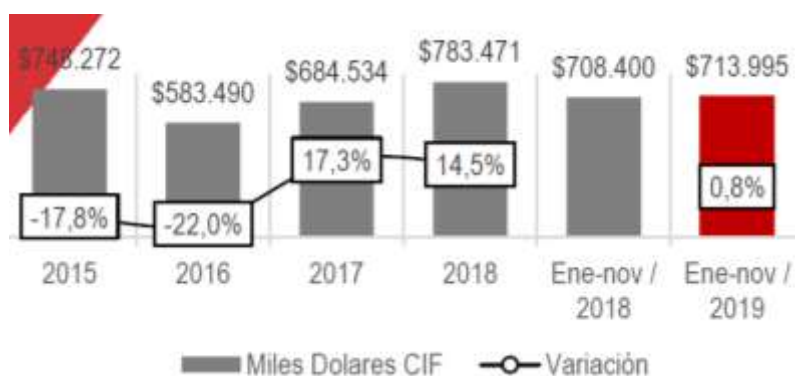
Exportaciones confección prendas de vestir



Nota: La figura fue tomada de Inexmoda. (febrero de 2020). *Informe del sistema de moda diciembre 2019*, [Archivo pdf], <http://www.saladeprensainexmoda.com/informe-del-sistema-moda-diciembre-2019-textil/>

Las empresas colombianas del sector que se han destacado por sus exportaciones en prendas de vestir son: Comercializadora Internacional Jeans SAS, Sociedad de Comercialización Internacional Girdle & Lingerie SAS, Industrias Cannon de Colombia SA, Crystal SAS y Supertex SA.

Las importaciones de productos confeccionados crecieron a noviembre de 2019 en un 0.8% pero no de la misma manera como venía creciendo en años anteriores, lo cual es positivo porque muestra que el mercado nacional tuvo un mejor comportamiento, lo que hace que la demanda de prendas de vestir del exterior tenga menos representación en el mercado colombiano

Figura 2.*Importación confección prendas de vestir*

Nota: La figura fue tomada de Inexmoda. (febrero de 2020). *Informe del sistema de moda diciembre 2019*, [Archivo pdf], <http://www.saladeprensainexmoda.com/informe-del-sistema-moda-diciembre-2019-textil/>

Las empresas que en el 2019 realizaron más importaciones de prendas de vestir a Colombia son: Permoda Ltda., Compañía de Inversiones Textiles de Moda SAS, Sft Group SA, C.I. Iblu SAS Y Crystal SAS.

1.1.1.a Producto Interno Bruto

El Departamento Nacional de Estadística (Dane) es el encargado de calcular el PIB en Colombia, lo hace de manera trimestral con una consolidación anual; para calcular esta medida de valor tienen presente el consumo, la inversión, los gastos del gobierno y las exportaciones e importaciones, porque se busca determinar cuál es la producción de bienes y servicios realizada en un periodo en el país.

Según datos del Dane en el año 2019 el PIB se expandió en 3.3% aumentando en un 0.8% si se compara con el año 2018 que fue de 2.5%; la industria manufacturera cerró con un PIB en el año 2019 de 1.6% una cifra inferior a la obtenida en el 2018 por 1.8%, dentro de la industria manufacturera se encuentra la actividad de fabricación de productos textiles, confección y prendas de vestir con un 1.6%.

1.1.1.b Tasa Representativa del mercado

Según información reportada por el Banco de la república la TRM con la que inicio el 01 de enero fue de \$3.249,75 y cerro el 31 de diciembre con \$3.277,14, del 30 de noviembre al 02 de diciembre estuvo en su tope máximo del año con 3.522,48 y el 28 de febrero tuvo precio más bajo con 3.072,01; se debe tener presente que uno de los factores que influyo en la devaluación del peso frente al dólar fue la tensión comercial generada entre Estados Unidos y China, y la tensión política que atravesó Colombia.

1.1.1.c Inflación., el Índice de Precio al Consumidor IPC

Permite calcular la inflación y así establecer el aumento o la disminución del poder adquisitivo de la moneda, según datos del Dane el año 2019 cerró con un IPC del 3.80% un poco más alto que el del cierre del 2018 el cual fue del 3.18%, aunque el aumento estuvo dentro del rango que había establecido el Banco de la Republica el cual fue del 2% al 4% hay una persistencia de índice elevado frente al desempleo y la pobreza en el país.

La división del gasto de prendas de vestir y calzado con un 0.69% se ubicó por debajo del promedio nacional 3.80%.

En general el sector textil ha venido tomando fuerza y el crecimiento que poco a poco va desarrollando dentro de la industria manufacturera va a demostrar que la transformación de este sector traerá consigo un impacto importante en la economía del país.

1.1.2. Entorno microeconómico

Desde el contexto microeconómico, el sector textil se debe analizar teniendo en cuenta el índice de ventas, el índice de producción y cuanto representa el mercado de la moda en los gastos de los colombianos.

1.1.2.a Índice prendas de vestir

A pesar de los altibajos que ha tenido la industria textil a 30 de noviembre de 2019 logro cerrar con un crecimiento del 0,5% respecto al mismo periodo en el año 2018, esto debido al crecimiento que han tenido las ventas online y a que los consumidores están disponiendo más de su dinero para gastos referentes al sector de la moda.

Figura 3.

Índice prendas de vestir



Nota: La figura fue tomada de Inexmoda. (febrero de 2020). *Informe del sistema de moda diciembre 2019*, [Archivo pdf], <http://www.saladeprensainexmoda.com/informe-del-sistema-moda-diciembre-2019-textil/>

1.1.2.b Índice de producción de prendas de vestir

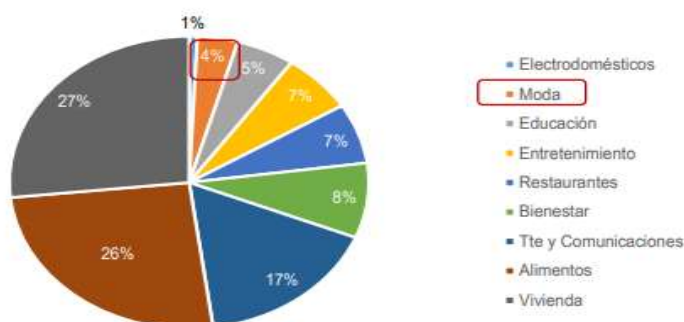
El índice de producción es un indicador que mide la evolución de la actividad productiva de las prendas de vestir teniendo en cuenta calidad y cantidad, incremento en un 3,1% de enero a noviembre de 2019 respecto al mismo periodo del año 2018, esto obedeció también a las campañas en contra del contrabando y al aumento de confianza generado en el sector industrial.

Figura 4.*Índice de producción prendas de vestir*

Nota: La figura fue tomada de Inexmoda. (febrero de 2020). *Informe del sistema de moda diciembre 2019*, [Archivo pdf], <http://www.saladeprensainexmoda.com/informe-del-sistema-moda-diciembre-2019-textil/>

1.1.2.c Representación del mercado de la moda en los gastos de los colombianos

En Colombia el mercado de la moda representa un 4% del total de gastos que los hogares asignan de la distribución de sus ingresos, según el observatorio de moda Raddar - Inexmoda en el año 2019 una persona compro en promedio 28 prendas.

Figura 5.*Participación de la industria en el gasto nacional de Colombia*

Nota: La figura fue tomada de Inexmoda. (febrero de 2020). *Informe del sistema de moda diciembre 2019*, [Archivo pdf], <http://www.saladeprensainexmoda.com/informe-del-sistema-moda-diciembre-2019-textil/>

1.2 Segmentación del mercado

A través de la segmentación se pueden conocer las características del mercado objeto del proyecto, por ende, las variables que se tendrán en cuenta son las geográficas y demográficas.

1.2.1 Segmentación geográfica

“Hace referencia a la división del mercado tomando en cuenta las diferencias geográficas entre un lugar y otro, a la hora de distribuir los productos o servicios. La segmentación geográfica ayuda a recopilar y analizar información de acuerdo a la ubicación física de las personas” (Portal universitario Questionpro, 2020). Para esta segmentación se tomó en cuenta la población que hay por localidades en la ciudad de Bogotá D.C.

Tabla 1.

Habitantes de Bogotá por localidad

Número	Localidad	Número de habitantes	Porcentaje
1	Usaquén	476.184	5,75%
2	Chapinero	125.750	1,52%
3	Santa Fe	92.490	1,12%
4	San Cristóbal	389.945	4,71%
5	Usme	345.689	4,17%
6	Tunjuelito	184.743	2,23%
7	Bosa	776.363	9,38%
8	Kennedy	1.252.014	15,12%
9	Fontibón	434.446	5,25%
10	Engativá	887.886	10,72%
11	Suba	1.348.372	16,28%
12	Barrios Unidos	273.396	3,30%
13	Teusaquillo	139.776	1,69%
14	Los Mártires	92.755	1,12%

Tabla. (Continuación)

15	Antonio Nariño	109.104	1,32%
16	Puente Aranda	215.191	2,60%
17	La Candelaria	22.041	0,27%
18	Rafael Uribe	344.990	4,17%
19	Ciudad Bolívar	762.184	9,20%
20	Sumapaz	7.711	0,09%
TOTAL		8.281.030	100,00%

Nota: En la tabla se evidencia que Bogotá cuenta con 8.281.030 habitantes y la localidad de Fontibón cuenta con 434.446 y al ser una localidad comercial se estima que allí se colocara el primer almacén.

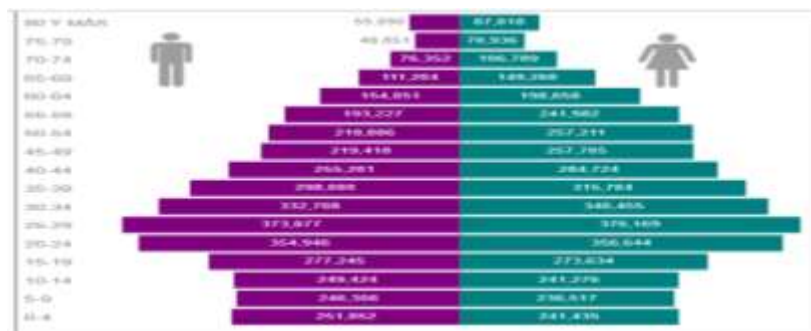
1.2.2 Segmentación demográfica

El objetivo de esta segmentación para el proyecto es la edad, ya que se busca determinar a través de la pirámide poblacional cual es el porcentaje de mujeres entre los 5 y 12 años de edad.

La pirámide poblacional de Bogotá para el año 2020, destaca que la población femenina de 5 a 9 años es el 236.517 y de 10 a 14 años de 241.276, es decir en Bogotá hay aproximadamente 477.793 niñas en el rango de edad al cual se está enfocando el proyecto.

Figura 6.

Pirámide poblacional de Bogotá



Nota: La figura fue tomada del Observatorio de salud de Bogotá. (febrero de 2019). *Pirámide de población Bogotá D.C.* <http://saludata.saludcapital.gov.co/osb/index.php/datos-de-salud/demografia/piramidepoblacional/>

1.3 Investigación de mercados

Se realiza una investigación de mercado con el fin de analizar quien es la competencia, si el producto está dentro del marco de las necesidades de la población y determinar cuáles serían las estrategias para el lanzamiento y la publicidad del producto.

1.3.1 Competencia

En Bogotá existen varias marcas que comercializan ropa infantil donde los clientes hallan novedad, variedad de color, diseños marcados con las necesidades visuales de las niñas, tendencias y calidad.

La moda infantil año tras año va cogiendo más auge, debido a que hoy en día las niñas quieren vestir de manera cómoda pero no simple, con una gama de colores más amplia con estilos y diseños enmarcados en sus programas de TV, películas de cine, personajes de sus historias favoritas o como sus padres.

Así como ha crecido este mercado, el concepto y la percepción visual de la manera de vestir de las niñas está cambiando de una manera tan elocuente debido al auge de las redes sociales y del manejo de la tecnología, ocasionando que las niñas ya no quieran vestir tan acorde a sus edades y es por eso que hoy en día se ven niñas con diseños iguales a los de sus madres, dejando a un lado esa etapa de verse acorde a su edad, por ende, se ve la necesidad de diseñar prendas de vestir donde las niñas se vean auténticas y puedan tener una prenda con variabilidad en los colores y estilos.

Se busca tener un impacto en el sector para satisfacer necesidades básicas del cliente en cuanto a estilo, comodidad y diseño para distintos eventos, en este caso, se desarrolla sobre prendas doble faz generando alternativas y oportunidades de crecimiento empresarial.

En el sector de la moda en la línea de ropa infantil se encuentran grandes empresas que tiene un buen posicionamiento en la industria con marcas de ropa como OFFCORSS, EPK y BABY FRESCH no solo en Bogotá sino a nivel nacional, marcando pautas y estableciendo la parada en la moda infantil.

1.3.1.a Offcorss., marca de ropa infantil número 1 en Colombia

La razón social es C.I Hermeco S.A., sus colecciones son innovadoras y de calidad generando confianza y revolución en la manera de vestir de la población infantil; llevan más de 39 años en el mercado, diseñan sus propias telas y cuentan con laboratorios de moda.

En el año 2015 rediseñaron su sitio web y diseñaron varias campañas online, buscando reconocimiento y posicionamiento ofreciendo atención al cliente 24/7, con ello lograron que el total de las ventas se superaran 8 veces a las metas propuestas y que el porcentaje de ventas online cerrara en un 6% versus un 1% en el año 2014.

La compañía C.I Hermeco S.A. cerró sus cifras financieras a 31 de diciembre de 2019 y 2018 según información de la Superintendencia de Sociedades de la siguiente manera:

Tabla 2.

Información financiera C.I Hermeco S.A.

CUENTAS DE BALANCE	2019	2018	VARIACIÓN (%)
Activos	143.039.471 M	119.171.925 M	20,03%
Pasivos	114.190.130 M	93.029.590 M	22,75%
Patrimonio	28.849.341 M	26.142.335 M	10,35%
CUENTAS DE RESULTADO	2019	2018	VARIACIÓN
Ingresos de actividades ordinarias	239.475.634 M	228.838.596 M	4,65%
Utilidad neta	4.007.006 M	1.773.423 M	125,95%

Nota. La tabla indica que hubo un mejor desempeño financiero de la compañía en el año 2019 incrementando su utilidad neta en un 125.95% teniendo presente que los ingresos por actividades ordinarias crecieron solo en un 4.65% lo que indica que por cada peso vendido la empresa generó en el año 2019 una utilidad neta del 1.67% y en el año 2018 0.77%; la información financiera fue tomada de Superintendencia de sociedades. (julio de 2020). *Resumen ejecutivo.* <http://pie.supersociedades.gov.co/Pages/default.aspx#/resumenEjecutivo>

1.3.1.b Epk Colombia

Esta marca de ropa inicio hace más de 17 años en Venezuela como un proyecto familiar, llego a Colombia en el año 2005 colocando su primera tienda de ropa en Bogotá, su razón social es Inversiones Plas S.A., se caracterizan por su versatilidad, diseños, calidad y precios asequibles, cuenta con más de 70 establecimientos en Colombia y su enfoque se basa en desarrollarse en ciudades medianas.

La compañía Inversiones Plas S.A. cerró sus cifras financieras a 31 de diciembre de 2019 y 2018 de la siguiente manera:

Tabla 3.

Información financiera Inversiones Plas SA

CUENTAS DE BALANCE	2019	2018	VARIACIÓN (%)
Activos	159.398.638 M	173.815.098 M	-8,29%
Pasivos	114.280.300 M	111.760.099 M	2,26%
Patrimonio	45.118.338 M	62.054.999 M	-27,29%
CUENTAS DE RESULTADO	2019	2018	VARIACIÓN
Ingresos de actividades ordinarias	100.167.269 M	166.907.747 M	-39,99%
Utilidad o (pérdida) neta	- 19.822.661 M	5.323.017 M	-472,40%

Nota. La tabla indica que hubo un mejor desempeño financiero de la compañía en el año 2018, en el año 2019 su utilidad neta bajo en un -472.40% teniendo presente que los ingresos por actividades ordinarias decrecieron en un -39.99% lo que indica que por cada peso vendido la empresa género en el año 2019 una pérdida neta del -19.79% y en el año 2018 una utilidad neta del 3.19%; la información financiera fue tomada de Superintendencia de sociedades. (julio de 2020). *Resumen ejecutivo*. <http://pie.supersociedades.gov.co/Pages/default.aspx#/resumenEjecutivo>.

1.3.1.c Baby fresh

La compañía Crystal SAS es una empresa creada en 1967 con esta razón social, en el año 1991 empezó con la línea infantil de la marca Gef y en el año 2012 empezó a operar como marca independiente Baby Fresh, cuenta con más de 30 puntos de venta en el país, sus productos tienen presencia en almacenes éxito, Falabella y Jumbo.

En el año 2015 la compañía invirtió más de dos mil quinientos millones de pesos para el desarrollo de plataformas de ecommerce y en el año 2016 logra un crecimiento de su ejercicio financiero en un 12%.

Las marcas que tiene la empresa son Punto Blanco. Gef, Baby Fresh, Galax y Casino y cerró sus cifras financieras a 31 de diciembre de 2019 y 2018 de la siguiente manera:

Tabla 4.

Información financiera Crystal SAS

CUENTAS DE BALANCE	2019	2018	VARIACIÓN (%)
Activos	691.640.614 M	677.826.676 M	2,04%
Pasivos	418.491.722 M	410.846.732 M	1,86%
Patrimonio	273.148.892 M	266.979.944 M	2,31%
CUENTAS DE RESULTADO	2019	2018	VARIACIÓN
Ingresos de actividades ordinarias	704.796.627 M	716.353.057 M	-1,61%
Utilidad neta	9.553.509 M	7.694.201 M	24,17%

Nota. La tabla indica que hubo un mejor desempeño financiero de la compañía en el año 2019 incrementando su utilidad neta en un 24.17% teniendo presente que los ingresos por actividades ordinarias decrecieron en un -1.61% lo que indica que por cada peso vendido la empresa generó en el año 2019 una utilidad neta del 1.36% y en el año 2018 1.07%; la información financiera fue tomada de Superintendencia de sociedades. (julio de 2020). *Resumen ejecutivo.* <http://pie.supersociedades.gov.co/Pages/default.aspx#/resumenEjecutivo>

1.3.2 Encuesta

La encuesta tiene como objetivo identificar las necesidades, gustos y preferencias de las niñas entre los 5 y 12 años en cuanto a prendas de vestir. Se aplicó la técnica cuantitativa con el fin de obtener datos estructurados y que sean posibles de interpretar con mayor facilidad.

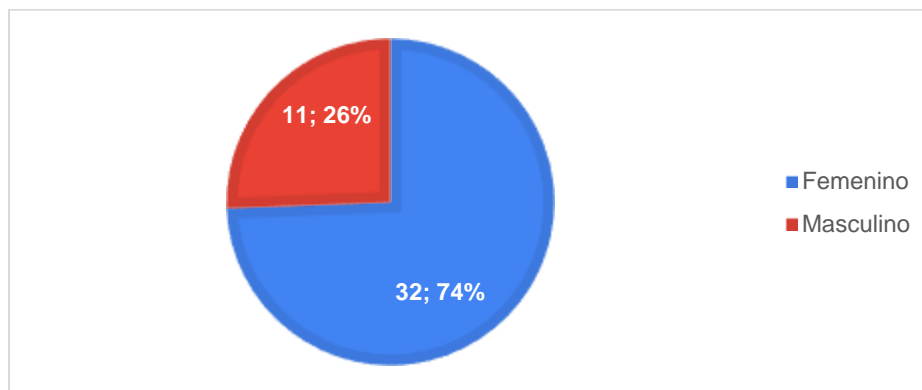
1.3.2.a Análisis y resultado de la encuesta

La encuesta se dio a conocer a través de redes sociales y se mantuvo activa para su diligenciamiento durante una semana. Los resultados y análisis de la encuesta se detallan a continuación:

Pregunta 1. ¿Cuál es su género?

Figura 7.

Género del encuestado

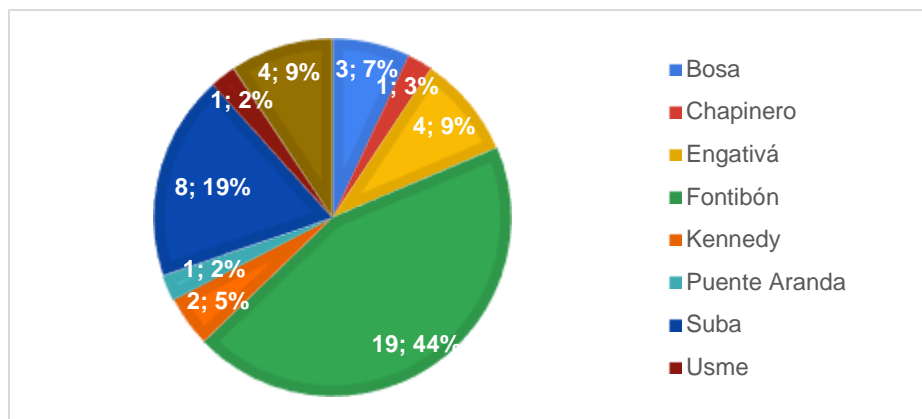


Nota. En cuanto a la pregunta de género, se encontró que el 74% de los encuestados son de género femenino y el 26% género masculino, lo cual permite determinar la segmentación del consumidor inicial.

Pregunta 2. ¿En qué localidad vive usted?

Figura 8.

Distribución por localidades

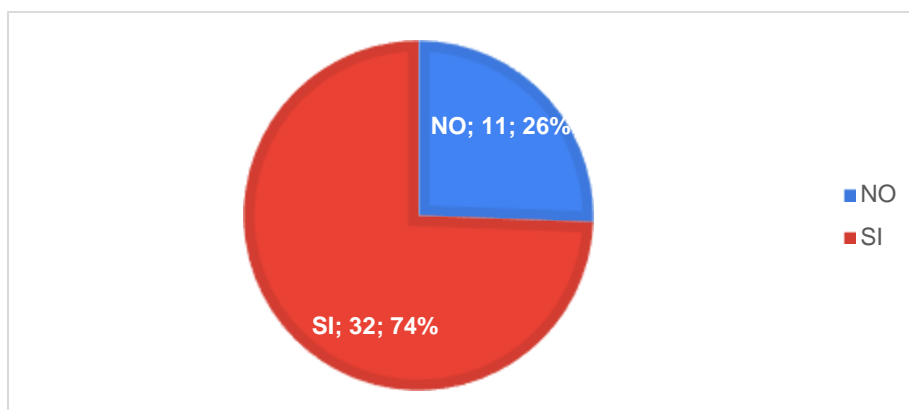


Nota. En cuanto a la pregunta de localidad, se estableció que el 44% de los encuestados se encuentran ubicados en la localidad de Fontibón, lo cual es positivo para el proyecto, ya que es una localidad muy comercial y donde se tiene destinado colocar el primer almacén.

Pregunta 3. ¿Tiene Hijas, nietas, sobrinas, primas a las cuales les compre ropa con edad igual o menor a 12 años?

Figura 9.

Población de edad igual o menor a 12 años

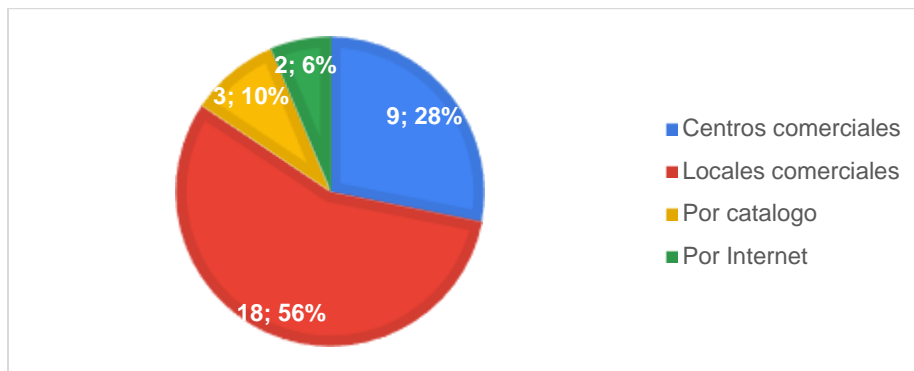


Nota. Respecto a la pregunta si tiene niñas con edad igual o menor a 12 años, se evidenció que el 74% de los encuestados manifestó que si, lo cual es bueno para el estudio que se está realizando porque es el rango de edad al que va enfocado el producto.

Pregunta 4. ¿Dónde compra usted la ropa para sus hijas, sobrinas, etc.?

Figura 10.

Medio por el cual realizan las compras

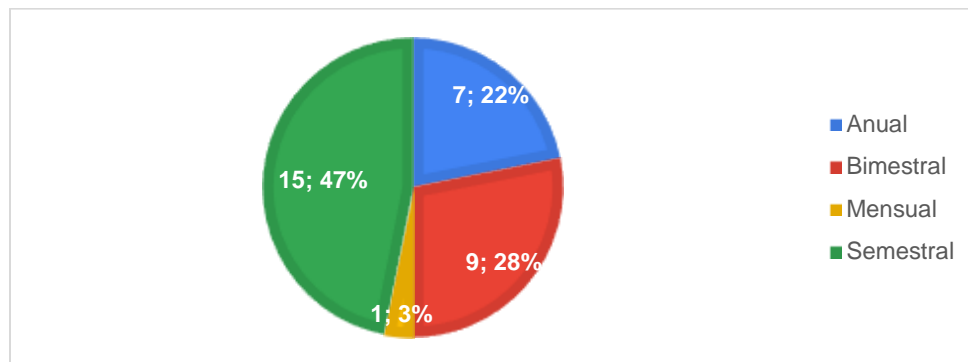


Nota. En cuanto a la pregunta de dónde compra la ropa, se encontró que el 56% de los encuestados realizan compras en locales comerciales y un 28% en centros comerciales, lo cual muestra la tendencia en los consumidores hacia el ir y conocer la prenda, verla, tocarla, mirar el tipo de tela, entre otras.

Pregunta 5. ¿Con que frecuencia compra ropa infantil?

Figura 11.

Frecuencia de compra

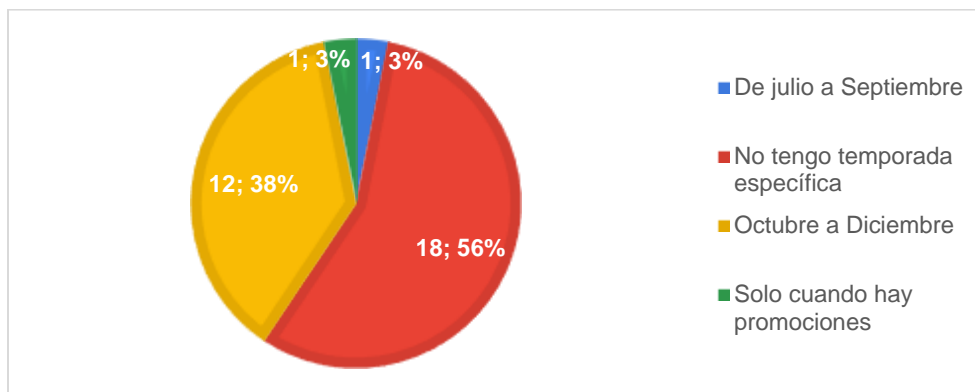


Nota. Respecto a la pregunta de frecuencia en compras, se evidencio que el 47% de los encuestados lo hacen de manera semestral, el 28% bimestral, 22% anual y el 3% mensual; para el proyecto es una buena tendencia porque se puede optar por sacar entre dos o tres colecciones al año.

Pregunta 6. ¿En qué temporada del año usted elige para realizar compras de ropa infantil?

Figura 12.

Temporada para realizar compras

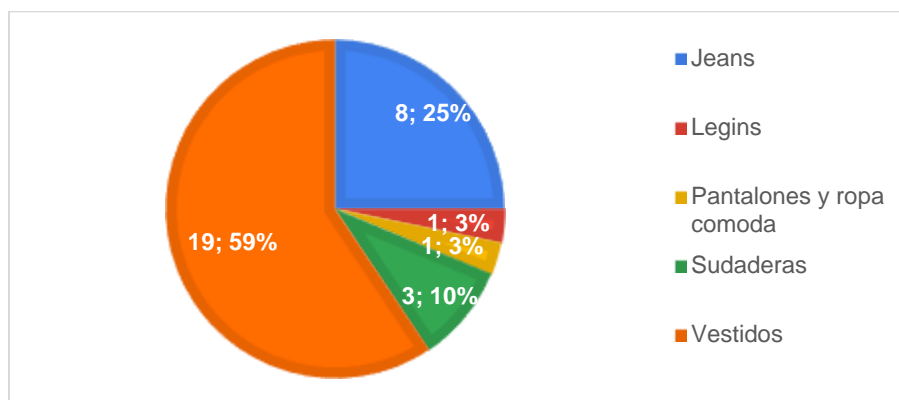


Nota. En cuanto a la temporada, se estableció que el 56% de los encuestados no tienen una temporada específica, el 38% de Octubre a Diciembre y el 3% de Julio a Septiembre o solo cuando hay promociones. Esto muestra que la tendencia de las compras no va ligadas a una temporada en específica ni al boom de las promociones.

Pregunta 7. ¿Qué clase de ropa para niña compra con más frecuencia?

Figura 13.

Productos con mayor frecuencia de compra

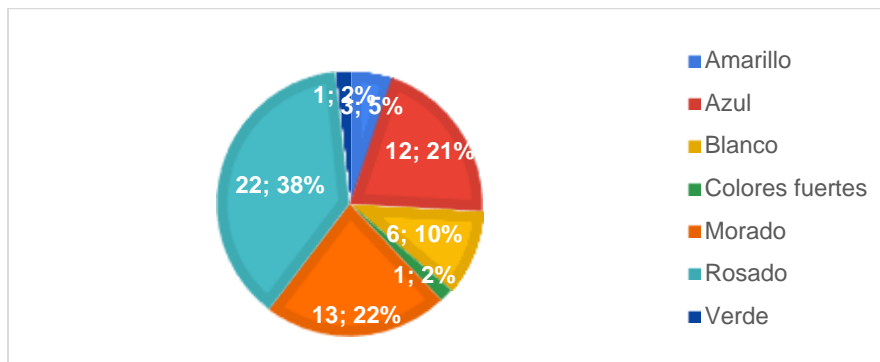


Nota. Respecto a la pregunta del tipo de ropa que compra con más frecuencia, se evidenció que el 59% de los encuestados respondió que vestidos, lo cual genera fuerza hacia el proyecto porque el producto es vestidos doble faz, el 25% indicó jeans, el 10% sudaderas y el 3% Legins y pantalones.

Pregunta 8. ¿Qué colores para usted son importantes a la hora de comprar vestidos para niñas?

Figura 14.

Colores más buscados

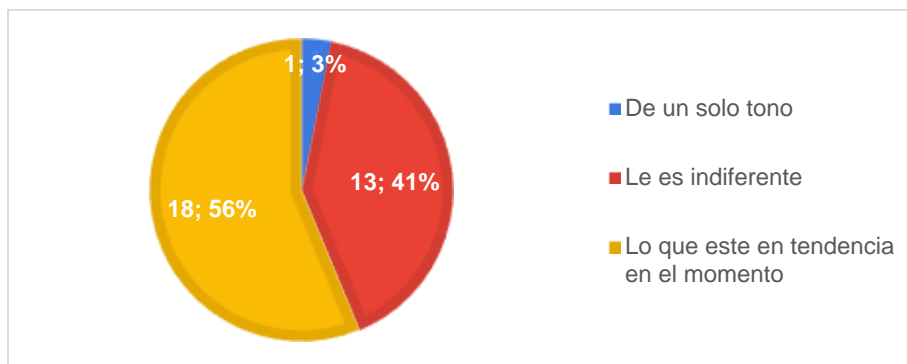


Nota. En cuanto a la pregunta de colores, se estableció que 38% de los encuestados optó por el color Rosado, el 22% por el morado y el 21% el color azul, lo cual nos indica cuales son las tendencias en colores preferidas a la hora de comprar vestidos.

Pregunta 9. ¿Qué diseños en las telas elige al comprar vestidos para niñas?

Figura 15.

Preferencias en diseños en la tela

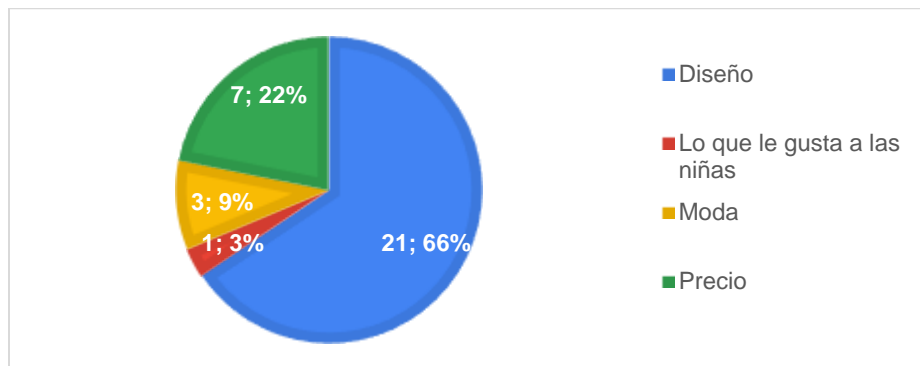


Nota. Respecto a la pregunta enfocada al diseño de la tela, se encontró que el 56% de los encuestados que lo que este en tendencia en el momento, el 41% le es indiferente y solo un 3% indica que busca vestidos de un solo tono; estos resultados van acorde con la idea del proyecto ya que se busca elaborar vestidos teniendo en cuenta la tendencia del momento que es en lo que se enfocan por lo general las niñas que están en el rango de edad al que va enfocado el proyecto.

Pregunta 10. ¿Al comprar un vestido de niña que es lo más importante para usted?

Figura 16.

Tendencias en compras

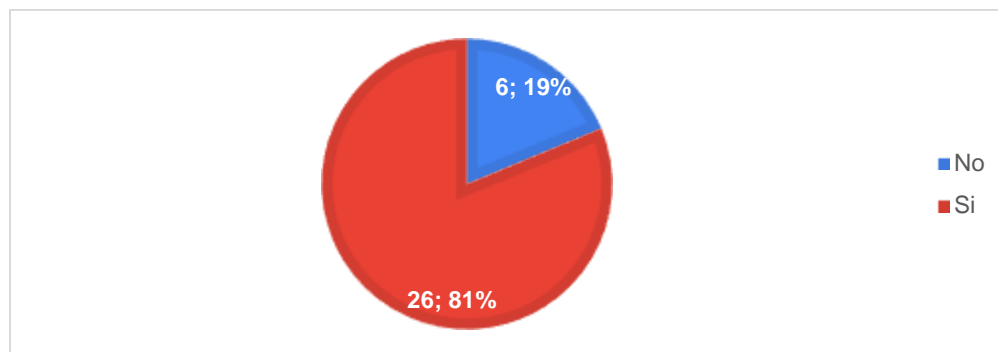


Nota. En cuanto a la pregunta que busca definir las tendencias a la hora de comprar, se encontró que el 66% de los encuestados indica que el diseño, el 22% el precio, el 9% la moda y el 3% lo que le gusta a las niñas, el resultado muestra lo importante que es el diseño del producto a la hora de comprarlo y lo significativo que debe ser para el negocio.

Pregunta 11. ¿Cuándo compra vestidos permite que la niña tome la decisión final al momento de comprarlo?

Figura 17.

Decisión de compra

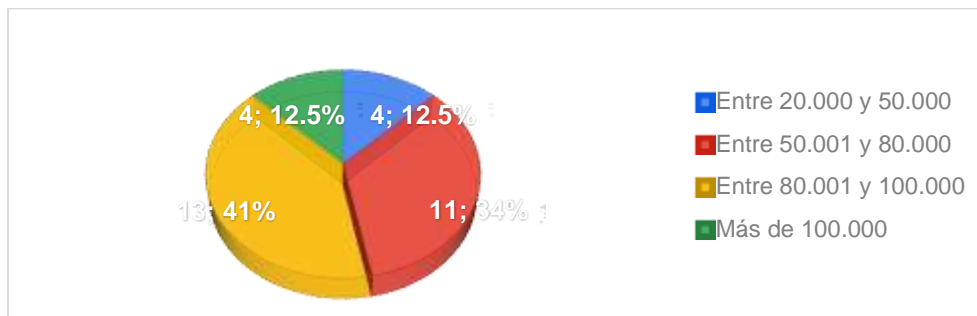


Nota. En cuanto a la pregunta de decisión de compra, se evidencia que el 81% de los encuestados permiten que la niña tome la decisión final, reafirmando lo importante que es tener en cuenta el análisis de las tendencias y el diseño, porque se debe generar en el futuro cliente la necesidad del producto.

Pregunta 12. ¿Cuánto dinero invertiría por la compra de un vestido para niñas, que pueda utilizar de manera cotidiana y que sea doble faz?

Figura 18.

Inversión por la prenda



Nota. En cuanto a la inversión que realiza el encuestado por adquirir el producto, se evidencia que el 41% pagaría entre \$80.000 y \$100.000, el 34% entre \$50.000 y \$80.000, estos resultados son favorables porque nos permite determinar hasta cuanto pueden llegar a pagar por un producto como el que se va a ofrecer.

1.3.2.b Conclusiones de la encuesta

Con los resultados obtenidos a cada una de las preguntas realizadas en la encuesta se puede concluir que el vestido doble faz puede lograr un impacto significativo en el sector de ropa infantil, al ser un producto que se puede utilizar para cualquier ocasión, de manera cotidiana y con precio asequible.

También se evidencia que quien toma la decisión final de la comprar es la niña, lo cual genera una exigencia muy alta, ya que se debe crear la necesidad del producto de tal manera que impacte desde el primer momento que los visualizan.

Se debe resaltar que aunque el mundo se encuentra en un momento donde las compras por internet cada vez van cogiendo más fuerza, la encuesta refleja que prefieren ver la prenda por eso realizan las compras en locales y centros comerciales, lo cual es un buen dato ya que inicialmente lo que se busca es colocar un almacén en la localidad de Fontibón, por ser una zona altamente comercial para este tipo de producto.

1.4 Plan de mercadeo

1.4.1 Producto

Figura 19.

Moda infantil



Nota. La empresa ofrecerá vestidos doble faz para niñas entre los 5 y 12 años, entrando en la moda infantil con una prenda original e interesante para los clientes. Estas fotos fueron tomadas en la ciudad de Bogotá D.C., en la localidad de Fontibón el día 29 de julio de 2020.

1.4.2 Precio

Al ser una prenda doble faz se determinó un precio de venta al detal \$100.000 y al por mayor \$90.000.

1.4.3 Ventas y Distribución

La comercialización del producto se hará a través de un primer local para ventas al público en el área comercial de Fontibón y se realizarán ventas al por mayor en el Madrugón de San Victorino.

1.4.4 Promoción

A través de publicad por redes sociales como Facebook e Instagram con la marca HIPPO y contaremos con una página web con el fin de poder mostrar las colecciones y el lugar donde se encontrará ubicado los puntos de venta al por mayor y al detal.

Figura 20.

Logo



Nota. La figura fue diseñada por medio de la página www.tailorbrands.com, diseños de logos simplificados y gratuitos.

2 Estudio técnico y administrativo

2.1 Descripción del producto

La marca de ropa Hippo ofrecerá vestidos doble faz para niñas entre los 5 y 12 años, colocando el primer punto de venta en la localidad de Fontibón, debido a que se busca una experiencia en la compra divertida, con estilos y colores que capten la atención del público infantil. Es una prenda que permitirá que la niña se sienta cómoda y pueda utilizarla de manera cotidiana.

Tabla 5.

Ficha técnica

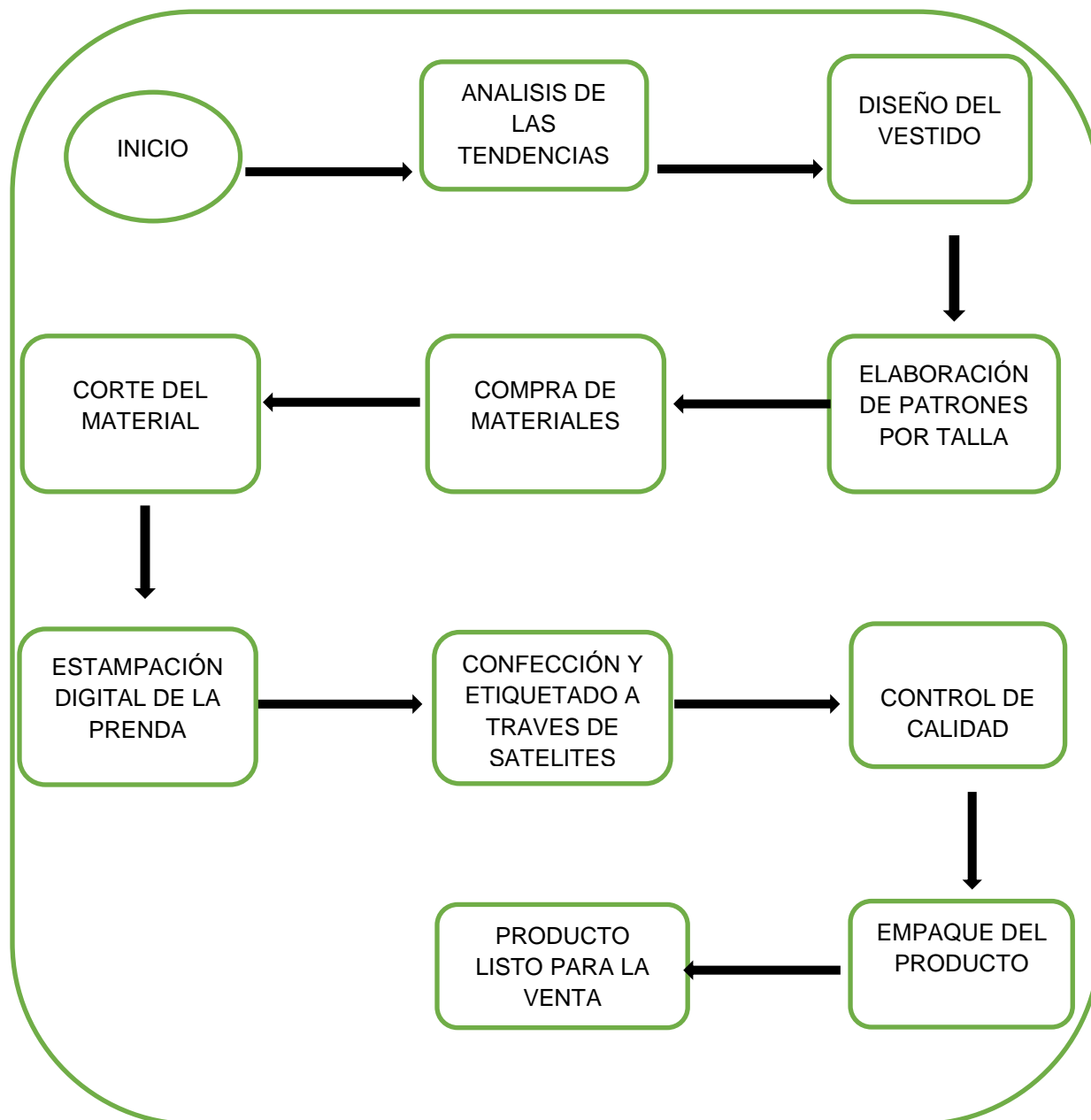
Descripción	Vestidos doble faz para niñas entre los 5 y los 12 años
Tallas	6, 8, 10, 12 y 14
Detalles	Botones de 4 ojales No 18 de 11 cm
Tela base	Tela Antifluído Unicolor que cuenta con una composición 100% poliéster que permite ser sublimado y deja que los colores de los diseños sean vivos, adicionalmente evita la absorción de fluidos perfecta para las niñas que están en contacto con líquidos a la hora de comer o jugar.
Hilo	Poliéster calibre 70 del tono de la tela

Tabla 6.*Esquema del producto*

Nota. Los diseños de los vestidos son creaciones propias para el proyecto y las fotos fueron tomadas en la ciudad de Bogotá D.C., en la localidad de Fontibón el día 29 de julio de 2020.

2.2 Descripción del proceso

El proceso de diseño y producción que se muestra a continuación, inicia con el análisis de tendencias, diseño del vestido y elaboración de patrones por talla, labor que ejecuta la diseñadora de modas, después se procede a realizar la compra de materiales, corte y estampación digital de la tela, se tendrán contratos con satélites quienes se encargaran de la confección y etiquetado de la prenda, una vez las prendas sean entregadas por el satélite pasa a control de calidad, empaque y distribución del producto al punto de venta.


Figura 21.*Proceso de diseño y producción*

2.3 Necesidades de maquinaria y demás elementos

La maquinaria y demás elementos que se requieren son necesarios para el diseño, elaboración de patrones, corte y estampación digital de la tela, ya que la confección y etiquetado de las prendas se realizara a través de satélites.

Tabla 7.

Computador Dell Inspiron

	Nombre	Dell Inspiron I7559-5012gry 15.6
	Características	Computador portátil con pantalla táctil de 4K (Intel Quad Core i7-6700HQ, 8 GB de RAM, 1 TBHDD)
	Función y Propósito	Vectorizar y acoplar las imágenes que se van a utilizar en los diseños.

Nota. La foto fue tomada de Mercado libre. (Mayo de 2020). *Yaxa Tienda Oficial*. https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-446087140-dell-inspiron-i7559-5012gry-156-uhd-3840x2160-_JM


Tabla 8.

Ploter de Corte Redsail

	Nombre	Plotter de corte Redsail 72 cm puntero laser
	Marca	Redsail
	Modelo	RS720C 2020
	Velocidad de corte	600MM/S
	Fuerza de Corte	0-500g
	Tipo de Impulsión	Motor de pasos
	USB	SÍ, para 3 cables dc y serial
	Función y Propósito	Imprimir las imágenes que se van a utilizar en la estampación digital.


Nota. La foto fue tomada de Mercado libre. (mayo de 2020). *Plotter de Corte Redsail 72 cm Puntero Laser*. https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-451668191-plotter-de-corte-redsail-72cm-puntero-laser-_JM

Tabla 9.*Mesa de corte*

	Nombre	Mesa para corte de tela
	Área	5 mt Largo 2 de Ancho
	No de módulos	2
	Función y Propósito	Servir de apoyo para elaborar la estructura y corte de los patrones y de la tela


Nota. La foto fue tomada de Mercado libre. (mayo de 2020). *Mesa para corte textil.*
https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-581682136-mesas-de-corte-textil-_JM#position=21&type=item&tracking_id=4367419e-24d8-4884-99e3-cecf0e55e0cf

Tabla 10.*Máquina Termofijadora*

	Nombre	Máquina termofijado sublimación 80X100 Cm
	Marca	World Paper
	Modelo	Calor Press
	Voltaje	100V
	Temperatura Máxima	240° C
	Función y Propósito	Termofijar las imágenes que se van a plasmar en la tela y así lograr la estampación digital para la elaboración del producto


Nota. La foto fue tomada de Mercado libre. (mayo de 2020). *Alltransferus.*
https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-520229240-plancha-industrial-sublimacion-medellin-80x100-cm-medellin-_JM#position=24&type=item&tracking_id=c0dfd5ad-999d-4af8-8092-dd35af0334da

Tabla 11.*Máquina cortadora de tela*

	Nombre	Máquina cortadora de tela industrial 8 pulgadas
	Marca	Jontex
	Modelo	CDZ-3/8"
	Voltaje	100V con motor convencional
	Forma de la cuchilla	Vertical
	Función y Propósito	Corte masivo de tela

Nota. La foto fue tomada de Mercado libre. (Octubre de 2020). *Maquina cortadora de tela industrial 8 pulgadas*. https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-573055826-maquina-cortadora-de-tela-industrial-8-pulgadas-_JM?quantity=1#position=2&type=item&tracking_id=5b58c57f-e8ba-465b-b818-f576a4912640

Tabla 12.*Maniquí de costura*

	Nombre	Maniquí de Costura Ajustable
	Marcador	De Doblado
	Características	9 Ruedas de ajuste en el busto, cintura y caderas, cuello ajustable y marcado de dobladillo
	Tipo de cubierta	Nailon con respaldo de espuma
	Función y Propósito	Verificar la construcción del vestido y realizar los ajustes de los errores que se puedan presentar

Nota. La foto fue tomada de Mercado libre. (Mayo de 2020). *Dritz maniquí de costura ajustable*. https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-506459322-dritz-maniqui-de-costura-ajustable-small-_JM?quantity=1#position=25&type=item&tracking_id=d2272327-a319-43ca-98a6-b6c0b6680b62

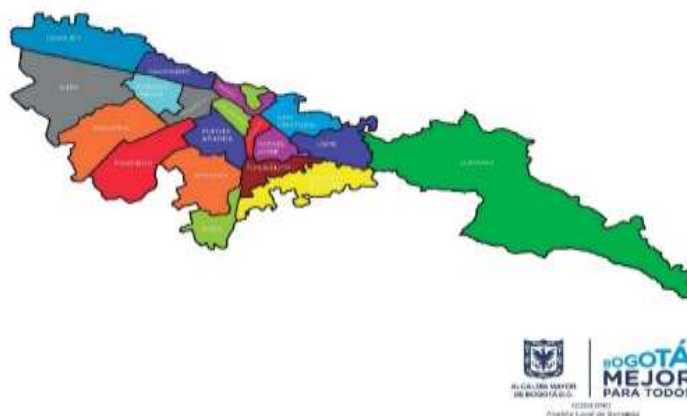
2.4 Localización

2.4.1 Macro localización

Bogotá D.C es la capital de Colombia y está ubicada en la Cordillera de los Andes a 2.600 metros sobre el nivel del mar. Limita al sur con el páramo de Sumapaz, norte con el municipio de Chía, Oriente con los municipios de la Calera y Choachi y al Occidente con los municipios de Mosquera y Funza.

Figura 22.

Mapa de Bogotá D.C.



Nota. La figura fue tomada de Alcaldía Mayor de Bogotá. (enero de 2019).
 Alcaldía local de Sumapaz,. <http://www.sumapaz.gov.co/mi-localidad/mapas>

“La ciudad fue fundada el 06 de agosto de 1538 recibiendo el nombre de Nuevo Reino de Granada y el poblado se llamó Santa Fe, el 27 de abril de 1539 se realizó la fundación jurídica y en 1991 por la nueva Constitución paso a llamarse Bogotá Distrito Capital” (Conexión capital, 2018).

Cuenta con 20 Localidades, es el centro financiero del país y sus lugares más emblemáticos son el Cerro de Monserrate, La Calendaría, La Plaza de Bolívar, Usaquén, el Parque Simón Bolívar, entre otros.

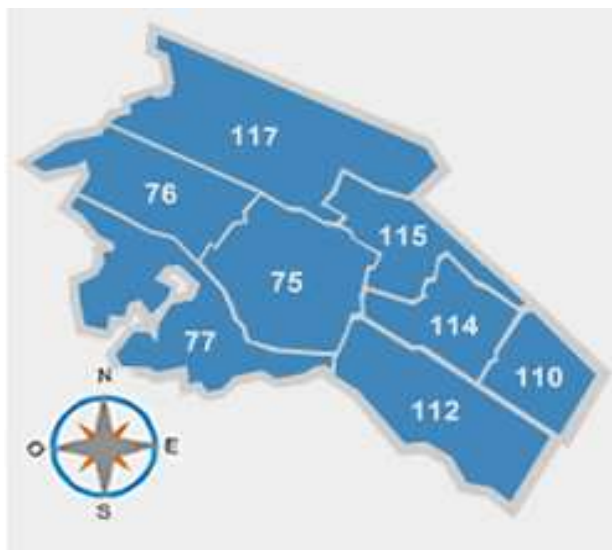
2.4.2 Micro localización

Teniendo presente los resultados de la encuesta realizada en el análisis de mercado, se determinó que el proyecto se va a desarrollar en la localidad de Fontibón en la UPZ 75 (Fontibón Centro), por los siguientes factores:

- Cuenta con acceso a las principales vías de Bogotá como lo son Avenida el Dorado, Avenida Calle 68, Avenida Boyacá, Avenida Ciudad de Cali, Avenida la Esperanza y la Calle 13.
- Esta localidad se caracteriza por su zona comercial y desarrollo industrial.
- Su estrato socioeconómico es 3 y 4 y sus residentes predominan en clase media.

Figura 23.

Mapa UPZ localidad de Fontibón



Nota. Tomado de Alcaldía Local de Fontibón. (enero de 2019). *Mapa UPZ localidad de Fontibón.* <http://www.fontibon.gov.co/mi-localidad/mapas>

Para determinar en qué lugar del centro de Fontibón se va a ubicar el primer local se tuvieron en cuenta los siguientes criterios:

Ubicación: El local se debe ubicar en un lugar donde haya bastante flujo de futuros clientes.

Área: El espacio debe estar acorde a las necesidades que se tienen para el montaje del punto de venta.

Arriendo: El costo del local debe estar acorde al presupuesto.

Vías de acceso: El local debe estar ubicado en un lugar que tenga un acceso adecuado para la llegada de los clientes.

Tabla 13.

Criterios de calificación.

Criterios	Calificación
Ubicación	35%
Área	15%
Arriendo	20%
Vías de acceso	30%

Nota: Los porcentajes de la calificación se tomaron en base a lo que representa cada criterio a la hora de tomar una decisión.

Tabla 14.

Opciones de locales



Nota. Las fotos fueron tomadas de Metro cuadrado. com. (septiembre de 2020). *Locales en arriendo en centro Fontibon, Bogotá D.C.* <https://www.metrocuadrado.com/locales/arriendo/bogota/centro-fontibon/>

Tabla 15.*Información básica de las opciones*

Conceptos	Opción 1	Opción 2	Opción 3
Está ubicado en un Centro Comercial	SI- Centro comercial fiesta Fontibón	SI- Centro comercial fiesta Fontibón	NO
Valor Arriendo	1.000.000	950.000	1.900.000
Área	16 m ²	8 m ²	10 m ²
Parqueadero	SI	SI	NO
Bodega	SI	NO	NO

Nota. Se realizó cotización telefónica de cada local con el fin de obtener la información para la tabla en la ciudad de Bogotá, el día 26 de septiembre de 2020.

Tabla 16.*Matriz de calificación*

N°	Criterios	Calificación	Opción 1		Opción 2		Opción 3	
			Cal.	Peso Pond.	Cal.	Peso Pond.	Cal.	Peso Pond.
1	Ubicación	35%	4,5	1,58	4,5	1,58	4	1,40
2	Área	15%	4,6	0,69	3,2	0,48	4,1	0,62
3	Arriendo	20%	4,3	0,86	4,5	0,90	3	0,60
4	Vías de acceso	30%	4,7	1,41	3,8	1,14	4,8	1,44
	TOTALES	100%	4,54		4,10		4,06	

Nota. De acuerdo con el resultado de la matriz de calificación de las tres opciones para el montaje del primer local del proyecto se da por seleccionada la Opción 1, debido a que se encuentra ubicada dentro de un centro comercial que ya está posicionado y que tiene como vía principal la Calle 100 en Fontibón, el flujo de personas es considerable porque está en toda el área comercial UPZ 75 y ofrece la oportunidad de llegar a los clientes de manera directa.

2.5 Planeación estratégica

2.5.1 Misión

Ofrecer prendas de vestir para niñas entre los 5 y 12 años de alta calidad, innovadoras, con estilo y que generen comodidad.

2.5.2 Visión

En cinco años ser una marca de ropa eficiente y sostenible, reconocida a nivel nacional, que se distinga por diseños innovadores y de alta calidad.

2.5.3 Valores y principios

Creatividad: Buscar de manera permanente nuevos diseños donde se enmarque las tendencias del mercado.

Calidad: Garantizar mejoramiento continuo en los procesos de producción con el fin de lograr prendas a punto.

Innovación: Diseñar y crear nuevas tendencias que marquen la pauta del mercado de la moda infantil.

2.5.4 Propuesta de valor

- Alta calidad de productos
- Diseños Innovadores
- Comodidad y estilo

2.5.5 Metas a corto plazo

- Realizar el proceso de creación de la empresa y registro de la marca.

- Adquirir la maquinaria que se necesita para el montaje operacional que requiere la empresa.

2.5.6 Metas a mediano Plazo

- Diseñar la primera colección de vestidos
- Hacer las negociaciones con los satélites que confeccionaran los vestidos y con los proveedores textiles.
- Diseñar la publicidad y establecer las estrategias de marketing que se van a utilizar.
- Montar el primer almacén en la localidad de Fontibón

2.5.7 Metas a largo plazo

- Sacar al año entre dos y tres colecciones.
- Tener presencia en las principales localidades comerciales de Bogotá
- Tener presencia en el mercado de la ciudad de Medellín y Cali

2.5.8 Indicadores

Los indicadores que se tendrán presente para la medición de la rotación de las prendas, retención de clientes y rentabilidad son:

Rentabilidad por unidad: Valor de venta por unidad / costo de venta por unidad.

Referencia que más rota: Identificar de manera cuatrimestral en base a la facturación por referencia.

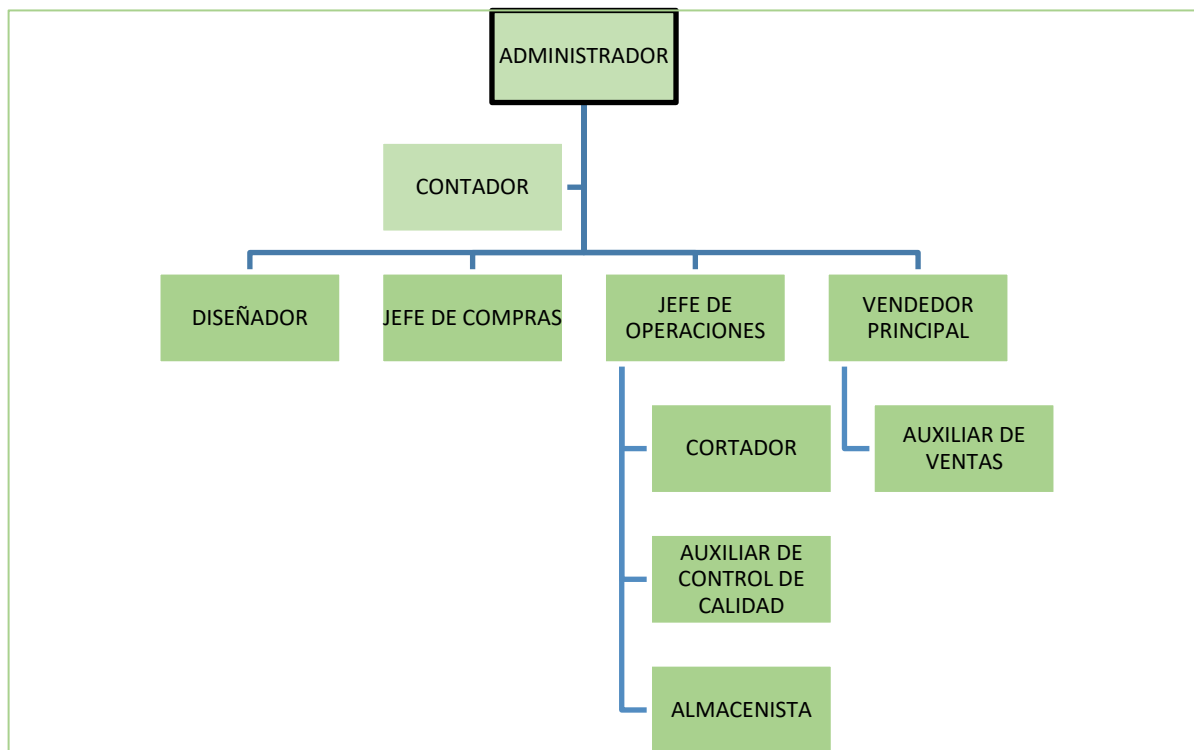
Costo de adquisición de un cliente: (Gasto total + gastos de marketing)/Número de clientes nuevos en el mes.

Retención de clientes: Identificar aquellos clientes que compran de manera constante realizando un corte cuatrimestral de las ventas por cliente.

2.5.9 Organigrama

Figura 24.

Organigrama



Nota. En la figura se presenta la estructura organizacional de la compañía, mostrando las relaciones de mando y el respectivo conducto regular.

3 Aspectos legales

La empresa se creará bajo la figura de una Sociedad Simplificada por Acciones – SAS, debido a que hay limitación de la responsabilidad, cuentan con una estructura de capital flexible, no están en la obligación de realizar junta directiva, no es necesario especificar el objeto social de la compañía y se puede formar bajo documento privado.

La razón social de la empresa será “MODA AGM SAS” y la marca se registrará como “HIPPO”, con domicilio en la ciudad de Bogotá D.C, el aporte será de \$50.000.000 por accionista de acuerdo al análisis realizado para la inversión inicial en activos fijos y el capital de trabajo que se requiere.

3.1 Trámites de Constitución

Los pasos para la creación de una empresa son los que se detallan a continuación:

- Consultar el nombre de la compañía en el RUES.

Figura 25.

Consulta RUES



Nota. Tomado de RUES. (octubre de 2020). *Registro único de proponentes.*
<http://www.rues.org.co/RUP>

- Tener definido domicilio principal, correo electrónico, término de duración de la SAS, principales actividades a desarrollar con la asignación del código CIU y el capital autorizado, suscrito y pagado.
- Apertura cuenta bancaria
- Elaborar el documento privado de constitución y autenticarlo.
- Diligenciar el formulario RUES ver Anexo B.
- Diligenciar el PRE-RUT ingresando al portal de la DIAN www.dian.gov.co opción cámara de comercio.

Figura 26.

PRE-RUT

Nota. Tomado de Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN. (octubre de 2020).
Servicios en línea.
<https://muisca.dian.gov.co/WebRutMuisca/DefInscripRutCamNatPortal.faces>

- Con los documentos antes descritos acercarse a la cámara de comercio con copia del documento de identidad del representante legal, accionistas y revisor fiscal si da a lugar y solicitar turno para radicación de documentos.
- Realizar el pago de registro e inscripción de la sociedad.
- La cámara de comercio efectúa la matrícula y remite la información a la DIAN para la asignación del número de identificación tributario NIT.

- Inscribir los libros contables electrónicos ante la cámara de comercio.
- Para el registro de la marca es necesario realizar la consulta de antecedentes marcarios, pagar la tasa oficial establecida por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), diligenciar el formulario y tener el arte o logo de la marca a registrar.
- Efectuar la inscripción del Registro de información tributaria - RIT ante la secretaria de hacienda.
- Solicitar ante la DIAN la resolución de facturación electrónica.

3.2 Aspectos laborales

En Colombia las empresas tienen las siguientes obligaciones laborales:

- Elaborar y suscribir contratos de trabajo ya sea término fijo, indefinido, por obra o labor determinada o por prestación de servicios, depende de las necesidades de la empresa.
- Realizar las afiliaciones como empleador y de cada uno de los empleados que tengan contrato directo con la compañía al sistema de seguridad social integral, fondo de pensiones, riesgos laborales y caja de compensación; las tarifas que se liquidan y pagan de manera mensual son las que se relacionan a continuación:

Tabla 17.

Tarifa seguridad social y parafiscales

Concepto	% a cargo del Empleador	% a cargo del Empleado
Salud	8.5%	4%
Pensión	12%	4%
Riesgos laborales	Depende del nivel de riesgo oscila entre el 0.522% - 4.350%	0%
Caja de Compensación	4%	0%
ICBF	3% sobre aquellos empleados que devengan 10 SMLMV o más	0%
SENA	2% sobre aquellos empleados que devengan 10 SMLMV o más	0%

Nota. La tabla contiene información laboral del año 2020

- Realizar los pagos de salarios y prestaciones legales, tomando en cuenta los domingos y festivos y los recargos y horas extras a que haya lugar.

Tabla 18.*Salario y prestaciones sociales*

Concepto	Valor
Salario básico	Depende de lo que estipula la compañía, el salario mínimo en Colombia para el 2020 es de \$877.802 COP
Auxilio de transporte	Aplica solo para aquellos empleados que devengan hasta 2 salarios mínimos mensuales, para el año 2020 es de \$102.854 COP
Dotación	Aplica solo para aquellos empleados que devengan hasta 2 salarios mínimos mensuales y es de entrega cuatrimestral.
Prima	Corresponde al pago de 15 días por semestre laborado o su proporción, la empresa debe realizar una provisión del 8.33% mensual, el pago se realiza en los meses de junio y diciembre.
Cesantías	Corresponde al pago de 30 días por año laborado o su proporción, la empresa debe realizar una provisión del 8.33% mensual y el pago se realiza a un fondo de cesantías a más tardar el 14 de febrero del siguiente año.
Interés a las cesantías	Corresponde al 12% anual del valor de las cesantías o su proporción, la empresa debe realizar una provisión mensual del 1% y se le paga directamente al trabajador a más tardar el 31 de enero del siguiente año.
Vacaciones	Corresponde al descanso remunerado de 15 días por año laborado o su proporción, la empresa debe realizar una provisión mensual del 4.17%.

Nota. La tabla contiene información laboral del año 2020

- Ejecutar la retención en la fuente por salarios a las que haya lugar y pagarlas al estado en los plazos establecidos.
- Expedir en marzo del siguiente año los certificados de ingresos y retenciones de los empleados de acuerdo a las instrucciones que emite la DIAN, ver Anexo C.
- Poner a disposición del empleado todo lo que requiere para ejercer su labor, además de prevenir accidentes o enfermedades laborales.
- Elaborar el reglamento interno de trabajo y hacerlo público a todos los miembros de la compañía.

3.3 Aspectos tributarios

La compañía desde el momento de su constitución adquiere una serie de obligaciones tributarias que tienen como objeto financiar los servicios que presta el gobierno y los entes municipales a los ciudadanos, los cuales se enmarcan a continuación:

Impuesto de renta y complementario: Es un impuesto directo de orden Nacional, que tiene como base gravable los ingresos durante un periodo de un año (01 de enero al 31 de diciembre) y que son susceptibles de incrementar el patrimonio. El artículo 240 del estatuto tributario enmarca la tarifa general de este impuesto para las personas jurídicas y a través de la retención en la fuente el Estado realiza el recaudo anticipado del impuesto de renta de manera mensual.

Impuesto al valor agregado (IVA): Es un impuesto indirecto de orden Nacional, que es cobrado en el momento que se adquieren bienes de consumo o compras de productos, servicios que se encuentran gravados, la base del IVA depende del monto de la transacción y la tarifa general es del 19%. El IVA se declara y paga de forma bimestral o cuatrimestral dependiendo de los ingresos brutos obtenidos en el año inmediatamente anterior y si la empresa es nueva inicia de manera bimestral.

Impuesto de Industria y comercio (ICA): Es un impuesto directo de orden Municipal, que recae sobre los ingresos que se obtienen por la realización directa o indirecta de actividades industriales, comerciales o de servicios de manera permanente

u ocasional, la tarifa depende del municipio y la actividad que ejerza la compañía, su declaración y pago puede ser bimestral o anual.

Gravamen al movimiento financiero (GMF): Es un impuesto indirecto de orden Nacional, lo recaudan las entidades financieras a través de las transacciones que realizan los usuarios del sistema cuando disponen sus recursos en cuentas corrientes, cuentas de ahorro, cuentas de depósito en el Banco de la República y giros de cheques de gerencia y la tarifa es del 4X1000.

Información exógena Nacional y Distrital: Es una serie de reportes respecto a todas las transacciones que ejecuto una compañía durante el periodo de un año (01 de enero al 31 de diciembre), se debe radicar por medio de una plataforma digital a la DIAN y a los municipios que lo requieran y la no presentación de esta información trae consigo sanciones.

4 Aspectos financieros

El análisis financiero que se realiza en este capítulo es con el fin de determinar la inversión inicial en activos fijos, los ingresos, costos y gastos a 5 años, teniendo en cuenta para el cálculo por año la proyección macroeconómica del IPC que realizó el Grupo Bancolombia: “año 2020py 1.33%, 2021py 2.46%, 2022py 3.28%, 2023py 3.40% y 2024py 3.60%” (Proyecciones económicas para Colombia Grupo Bancolombia, 2020, pág. 3).

4.1 Inversión Inicial en activos fijos

Tabla 19.

Activos fijos

Clase de activo	Unidad	Vr. Unitario	Vr. Total
Computador Dell Inspiron I7559-5012gry 15.6	1	6.671.777	6.671.777
Total Activo fijo de computo			6.671.777
Plotter de corte redsail 72 cm puntero laser	1	2.146.000	2.146.000
Máquina termofijado sublimación 80X100 Cm	1	8.000.000	8.000.000
Máquina cortadora de tela industrial 8 pulgadas	1	1.165.700	1.165.700
Total Activo fijo de maquinaria y equipo			11.311.700
Mesa para corte de tela	2	400.000	800.000
Exhibidor de ropa	2	1.250.000	2.500.000
Sillas de madera tapizadas	4	85.000	340.000
Mesa	1	250.000	250.000
Espejos de vanidad iluminado	2	180.000	360.000
Total Activo fijo de muebles y enseres			4.250.000
Maniquí de costura ajustable	2	690.000	1.380.000
Maniquí cuerpo entero Niña	3	60.000	180.000
Total Otros Activos fijos			1.560.000
Total Activos Fijos			23.793.477

Nota. La tabla comprende la relación de todos los activos fijos que se deben adquirir para iniciar operaciones en la empresa y que se necesitan para cumplir parte del proceso de elaboración del producto porque la confección es realizada por satélites.

4.2 Costos de producción

Tabla 20.

Costos por prenda

Costos por prenda	
Tela antifluido unicolor	19.200
Botones de 4 ojales	80
Hilo poliéster calibre 70	1.000
Etiqueta	500
Mano de obra satélite	8.000
Total	28.780

Nota. La tabla contiene los costos por prenda teniendo en cuenta solo la materia prima y la mano de obra del satélite.

Tabla 21.

Costos de carga salarial

Cargo	Salario Mes	Auxilio Transporte	Total Seg. Social	Total prestaciones sociales	Total Mes	Total año
Jefe de operaciones	2.000.000	-	500.440	436.600	2.937.040	35.244.480
Cortador	1.300.000	102.854	325.286	346.290	2.074.430	24.893.160
Auxiliar control de calidad	900.000	102.854	225.198	258.970	1.487.022	17.844.264
Total carga salarial ventas					6.498.492	77.981.904

Nota. La tabla contiene relacionados los cargos que se consideran de la operación directa, teniendo en cuenta la asignación salarial con seguridad social y prestaciones de Ley.

Tabla 22.*Costos por depreciación*

Clase de activo	Vida Útil	Valor mes	Valor año
Plotter de Corte Redsail 72 cm Puntero Laser	120	17.883	214.600
Máquina Termofijado Sublimación 80X100 Cm	120	66.667	800.000
Máquina Cortadora De Tela Industrial 8 Pulgadas	120	9.714	116.570
Mesa para Corte de Tela	120	3.333	40.000
Total depreciación costo		97.598	1.171.170

Nota. La tabla tiene integrados por el deterioro o reconocimiento del uso de las máquinas y demás elementos tangibles que son vitales para el proceso inicial del diseño y corte de la prenda. La depreciación se calculó por el método de línea recta (Costo del activo / Vida Útil).

Tabla 23.*Total costos de producción proyectados del año 2021 al 2025*

Concepto (COP)	2021	2022	2023	2024	2025
Costos por prenda	215.850.000	221.159.910	228.413.955	236.180.030	244.682.511
Costos de carga salarial	77.981.904	79.900.259	82.520.987	85.326.701	88.398.462
Costos por depreciación	1.171.170	1.171.170	1.171.170	1.171.170	1.171.170
Total Costo	295.003.074	302.231.339	312.106.112	322.677.900	334.252.143

Nota. Para la determinación de los costos por prenda al año se tuvo en cuenta que en el 2021 se producen 7.500 Uds., 2022 se producen 7.685 Uds., 2023 se producen 7.746 Uds., 2024 se producen 7.755 Uds. y 2025 se producen 7.779 Uds. Para el incremento año a año se tuvo en cuenta la proyección del IPC para los costos de carga salarial y el cálculo de producción de unidades.

4.3 Gastos administrativos

Corresponden a los gastos que se pueden relacionar directamente con la actividad que va a desarrollar la empresa y que no están vinculados directamente con la elaboración del producto pero que son necesarios.

Tabla 24.*Gastos de constitución*

Concepto	Valor
Autenticación documento privado en notaria	5.200
Registro matricula mercantil	36.000
Impuesto de registro	175.000
Inscripción de libros electrónicos	45.000
Formulario RUES	6.100
Certificado de existencia	6.100
Registro de marca	954.500
Total	1.227.900

Nota. La tabla tiene relacionados los gastos que se deben incurrir para la respectiva constitución de la empresa, se debe tener presente que todos los años se debe realizar de manera obligatoria la renovación de la matricula mercantil y la marca se renueva cada 10 años.

Tabla 25.*Gastos generales administrativos*

Gastos administrativos	Mes	Año
Arriendo	700.000	8.400.000
Servicios públicos	1.320.000	15.840.000
Papelería	80.000	960.000
Elementos de aseo y cafetería	150.000	1.800.000
Total	2.250.000	27.000.000

Nota. La tabla tiene relacionados los gastos generales administrativos, los cuales tienen un componente fijo como lo es el arriendo, la papelería y los elementos de aseo y cafetería y variable los servicios públicos por que dependen del consumo que se realice durante un periodo determinado.

Tabla 26.*Gasto administrativo carga salarial*

Cargo	Salario Mes	Total Seg. Social	Total prestaciones sociales	Total Mes	Total año
Administrador	4.000.000	1.000.880	873.200	5.874.080	70.488.960
Contador	1.500.000	375.330	327.450	2.202.780	26.433.360
Diseñador	3.000.000	750.660	654.900	4.405.560	52.866.720
Total carga salarial Administrativa				12.482.420	149.789.040

Nota. Se encuentran relacionados los cargos que se consideran necesarios en la estructura administrativa de la empresa, teniendo en cuenta la asignación salarial con seguridad social y prestaciones de Ley.

Tabla 27.*Gastos administrativos por depreciación*

Clase de activo	Vida Útil	Valor mes	Valor año
Computador Dell Inspiron I7559-5012gry 15.6	60	111.196	1.334.355
Total depreciación gasto administrativo		111.196	1.334.355

Nota. Se encuentran integrados por el deterioro o reconocimiento del uso del equipo de cómputo. La depreciación se calculó por el método de línea recta (Costo del activo / Vida Útil).

Tabla 28.*Total gastos administrativos proyectados del año 2020 al 2025*

Concepto (COP)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Gastos de Constitución	1.227.900	-	-	-	-	-
Gastos generales	-	27.000.000	27.664.200	28.571.586	29.543.020	30.606.568
Gastos carga salarial	-	149.789.040	153.473.850	158.507.793	163.897.058	169.797.352

Tabla. Continuación

Gasto por depreciación	-	1.334.355	1.334.355	1.334.355	1.334.355	1.334.355
Total	1.227.900	178.123.395	182.472.406	188.413.734	194.774.433	201.738.275

Nota. Se encuentran los gastos administrativos por año, para el incremento año a año se tuvo en cuenta la proyección del IPC para los gastos de carga salarial, y los gastos generales, el gasto por depreciación es con calculo lineal que no tiene variación.

4.4 Gastos de ventas

Corresponden a los gastos que se generan como consecuencia de la venta del vestido y son necesarios para la promoción y comercialización, pero no están vinculados con la producción del producto.

Tabla 29.

Gastos generales en ventas

Gastos de ventas	Mes	Año
Arriendo	1.000.000	12.000.000
Servicio públicos	230.000	2.760.000
Elementos de aseo y cafetería	60.000	720.000
Total	1.290.000	15.480.000

Nota. Están relacionados los gastos generales en ventas, con un componente fijo como lo es el arriendo y los elementos de aseo y cafetería y variable los servicios públicos.

Tabla 30.

Gastos en ventas carga salarial

Cargo	Salario Mes	Auxilio Transporte	Total Seg. Social	Total prestaciones sociales	Total Mes	Total año
Jefe de compras	1.800.000	-	450.396	392.940	2.643.336	31.720.032

Tabla. (Continuación)

Almacenista	900.000	102.854	225.198	258.970	1.487.022	17.844.264
Vendedor principal	1.500.000	102.854	375.330	389.950	2.368.134	28.417.608
Auxiliar de ventas	900.000	102.854	225.198	258.970	1.487.022	17.844.264
Total carga salarial ventas					7.985.514	95.826.168

Nota. Se encuentran relacionados los cargos que se consideran necesarios en la estructura comercial de la empresa, teniendo en cuenta la asignación salarial con seguridad social y prestaciones de Ley.

Tabla 31.*Gastos en ventas por depreciación*

Clase de activo	Vida Útil	Valor mes	Valor año
Exhibidor de ropa	120	10.417	125.000
Sillas de madera tapizadas	120	708	8.500
Mesa	120	2.083	25.000
Espejos de vanidad iluminado	12	15.000	180.000
Maniquí de Costura Ajustable	12	57.500	690.000
Maniquí cuerpo entero Niña	12	5.000	60.000
Total depreciación gasto ventas		90.708	1.088.500

Nota. Se encuentran integrados por el deterioro o reconocimiento del uso de todos los activos fijos que se requieren para el montaje del almacén. La depreciación se calculó por el método de línea recta (Costo del activo / Vida Útil).

Tabla 32.*Total gastos en ventas proyectados del año 2021 al 2025*

Concepto (COP)	2021	2022	2023	2024	2025
Gastos generales	15.480.000	15.860.808	16.381.043	16.937.998	17.547.766
Gastos por ICA	7.783.200	7.974.667	8.038.489	8.047.829	8.072.922
Gastos carga salarial	95.826.168	98.183.492	101.403.910	104.851.643	108.626.302

Tabla. (Continuación)

Gasto por depreciación	1.088.500	1.088.500	1.088.500	1.088.500	1.088.500
Total Gastos	120.177.868	123.107.466	126.911.942	130.925.970	135.335.490

Nota. La tabla contiene el incremento de la proyección del IPC para los gastos generales, gastos por ICA y los gastos por carga salarial, el gasto por depreciación es con cálculo lineal que no tiene variación.

4.5 Ingresos Operacionales

Corresponden a los ingresos que se generan por el desarrollo de la actividad económica de la empresa y permiten medir la rentabilidad que se puede generar.

Tabla 33.

Total ingresos operacionales proyectados del año 2021 al 2025

Unidades venta por año		7.500	7.685	7.746	7.755	7.779
Concepto	Valor Unidad	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas al detal (40%)	100.000	300.000.000	307.380.000	309.840.000	310.200.000	311.167.200
Ventas al por mayor (60%)	90.000	405.000.000	414.963.000	418.284.000	418.770.000	420.075.720
Total		705.000.000	722.343.000	728.124.000	728.970.000	731.242.920

Nota. Para el análisis de los ingresos se proyectaron las unidades de ventas por año incrementadas por el IPC, se tuvo en cuenta que un 40% de las ventas van a ser al detal y un 60% al por mayor.

4.6 Flujo de caja

Tabla 34.

Flujo de Caja

Flujo de caja (COP)	0	1	2	3	4	5
Ingresos		705.000.000	722.343.000	728.124.000	728.970.000	731.242.920
Costos de producción		295.003.074	302.231.339	312.106.112	322.677.900	334.252.143
Gastos administrativos	1.227.900	178.123.395	182.472.406	188.413.734	194.774.433	201.738.275
Gastos de ventas		120.177.868	123.107.466	126.911.942	130.925.970	135.335.490
Utilidad antes de impuestos		111.695.663	114.531.789	100.692.212	80.591.697	59.917.012
Renta 31% (año 1)						
30% (año 2 al 5)		34.625.655	34.359.537	30.207.664	24.177.509	17.975.104
Utilidad después de Impuestos		77.070.007	80.172.252	70.484.548	56.414.188	41.941.908
Inversión Inicial						
Activos Fijos	23.793.477					
Inversión en capital de trabajo	215.850.000					

Flujo de caja neto	- 240.871.377	77.070.007	80.172.252	70.484.548	56.414.188	41.941.908
Flujo de caja neto acumulado	- 240.871.377	- 163.801.370	- 83.629.118	- 13.144.569	43.269.619	85.211.527

Nota. Se elaboró el flujo de caja con el fin de medir la liquidez del proyecto por periodo y acumulado; se evidencia claramente que en el año 4 la empresa empieza a generar caja positiva en el acumulado lo cual le va a permitir reinvertir en el negocio

4.7 Estado de resultados

A continuación, se encuentra el estado de resultados con ingresos, costos y gastos proyectados que se requieren como mínimo para el adecuado funcionamiento y desarrollo adecuado del objeto social de la empresa.

Tabla 35.*Estado de Resultados proyectado del año 2021 al 2025*

	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas Netas	705.000.000	722.343.000	728.124.000	728.970.000	731.242.920
Costo de Ventas	295.003.074	302.231.339	312.106.112	322.677.900	334.252.143
UTILIDAD BRUTA					
EN VENTAS	409.996.926	420.111.661	416.017.888	406.292.100	396.990.777
Gastos de Administración	178.123.395	182.472.406	188.413.734	194.774.433	201.738.275
Gastos de Ventas	120.177.868	123.107.466	126.911.942	130.925.970	135.335.490
UTILIDAD OPERACIONAL	111.695.663	114.531.789	100.692.212	80.591.697	59.917.012
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	111.695.663	114.531.789	100.692.212	80.591.697	59.917.012
Impuesto de Renta	34.625.655	34.359.537	30.207.664	24.177.509	17.975.104
UTILIDAD DEL EJERCICIO	77.070.007	80.172.252	70.484.548	56.414.188	41.941.908
Margen Bruto	58,16%	58,16%	57,14%	55,74%	54,29%
Margen Operativo	15,84%	15,86%	13,83%	11,06%	8,19%
Margen Neto	10,93%	11,10%	9,68%	7,74%	5,74%

Nota. En la tabla se refleja como los cinco años dan utilidad proyectada y se aclara que se tuvo en cuenta para el cálculo del impuesto sobre la renta el 31% para el año 2021 y el 30% para los demás años según el artículo 240 de Estatuto Tributario.

4.8 Indicadores Financieros

Los indicadores en un proyecto son necesarios para tomar decisiones ya sé que revisa la viabilidad financiera del mismo o se buscan mejorar procesos que permitan presentar una adecuada propuesta de negocio para el inversionista.

4.8.1 Tasa Interna de Oportunidad (TIO)

“Es la tasa de interés mínima a la que el inversionista está dispuesto ganar al invertir en el proyecto” (Maneja tus finanzas, 2020). Para su cálculo se tuvo presente el promedio del último año del DTF y el IPC Py del año 2020

Tabla 36.

Promedio DTF del 2019-09 al 2020-09

VIGENCIA	DTF %
2020-09	2,39%
2020-08	2,79%
2020-07	3,34%
2020-06	3,76%
2020-05	4,29%
2020-04	4,55%
2020-03	4,50%
2020-02	4,46%
2020-01	4,54%
2019-12	4,52%
2019-11	4,43%
2019-10	4,41%
2019-09	4,48%
TOTAL	52,46%
PROMEDIO	4,04%

Nota. Tomado de Banco de la Republica. (octubre de 2020). *Informes mensuales*. Deposito a termino fijo: <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/tasas-captacion-semanales-y-mensuales>.

Tabla 37.

Formula del Tasa Interna de Oportunidad

$$\text{TIO} = \text{DTF} - \text{IPC} + i_1 + i_e$$

Nota. Tomado de Maneja tus finanzas. (octubre de 2020). *Blog*. <http://manejatusfinanzas.blogspot.com/p/evaluacion-de-la-inversion.html>

$$\text{TIO} = 8.43\%$$

4.8.2 Valor Presente Neto (VPN)

“Este indicador permite establecer si la inversión se puede recuperar y si el proyecto es rentable, si el valor que se obtiene es mayor a cero (0) el proyecto es aceptado porque genera valor pero si es menor a cero (0) se rechaza” (Somos finanzas, 2020).

Tabla 38.

Formula del Valor Presente Neto

$$\text{VPN} = \text{Suma del valor presente de las entradas de efectivo} - \text{Inversión Inicial}$$

Nota. Tomado de Somos finanzas. (junio de 2020). *Blog especializado en finanzas corporativas.*
<https://www.somosfinanzas.site/presupuestos-de-capital/valor-presente-neto>

$$\text{VPN} = 9.890.651$$

Como el resultado del VPN es mayor a cero, se considera que el proyecto es viable para el inversionista.

4.8.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

“Este indicador permite establecer cuál es la tasa de rentabilidad que ofrece la inversión del proyecto” (Economipedia, 2017) y debe ser comparada con la TIO. Si la TIR es mayor a la TIO el proyecto puede ser aceptado por el inversionista, ya que el retorno de la inversión es mayor a la tasa mínima que está dispuesto a recibir.

Tabla 39.*Formula Tasa Interna de Retorno*

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Nota. Tomado de Rankia. (mayo de 2020). *Tasa Interna de Retorno (TIR): definición, cálculo y ejemplos.* <https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>

$$TIR = 15.24\%$$

La TIO fue de 8.43% y la TIR 15.24% siendo superior la TIR en 6.81% lo que indica que el proyecto es viable para el inversionista.

4.8.4 Periodo de Recuperación (Payback)

Este indicador permite determinar cuál es el periodo requerido para recuperar la inversión inicial del proyecto.

Tabla 40.*Formula periodo de recuperación*

$$\text{Payback} = a + \frac{I_0 - b}{F_t}$$

Nota. Tomado de Economipedia. (noviembre de 2018). *Payback o plazo de recuperación.* <https://economipedia.com/definiciones/payback.html>

$$\text{Payback} = 3.2$$

La inversión del proyecto se recuperará en 3 años 2 meses, lo cual es una buena opción para el inversionista.

4.8.5 Relación Beneficio/Costo (RB/C)

“Este indicador ayuda a determinar la viabilidad del proyecto porque identifica si el beneficio es superior al costo o viceversa” (Instituto nacional de contadores públicos - INCP, 2015). Para que el proyecto sea viable el resultado debe ser mayor a 1.

Tabla 41.

Formula RB/C

$$B/C = VAI / VAC$$

Nota. Tomado de Sinnaps. (octubre de 2020). *Blog de gestión de proyectos.* Qué es el análisis costo beneficio: <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/analisis-costo-beneficio>

$$RB/C = 1.47$$

Por cada peso invertido el accionista recibirá 47 centavos, lo cual hace que el proyecto sea factible porque los ingresos son superiores a los egresos que generara el proyecto.

5 Conclusiones

De acuerdo con el diagnóstico de mercado se determinó que el sector textil ha venido tomando fuerza en Colombia, que el primer punto de venta de “MODA AGM SAS” se colocara en la localidad de Fontibón UZP 75, que la competencia son empresas que presentan colecciones que se caracterizan por sus diseños marcando la pauta en nuevas tendencias y que la idea de un vestido doble faz puede lograr impacto en el mercado al ser un producto que se puede utilizar en cualquier ocasión, de manera cotidiana y a un precio asequible.

En el estudio técnico y administrativo se determinó el material que se requiere para la elaboración del producto y la maquinaria para el proceso inicial de producción, esto debido a que la confección de la prenda se realizara a través de satélites, adicionalmente se determinó la capacidad humana que se requiere para la empresa y la planeación estratégica que se debe adoptar.

En los aspectos legales se determinó que la empresa se creara bajo la figura de Sociedad por Acciones Simplificada- SAS y se enmarcan los trámites que se deben realizar para su creación, los aspectos laborales que deben tener presente y la responsabilidad tributaria que adquieren desde el momento de la constitución de la sociedad.

En el análisis de aspectos financieros se determinó que el proyecto es viable porque al establecer el valor de la inversión inicial, los ingresos, costos y gastos proyectados a cinco años refleja que el periodo de recuperación de la inversión es de 3 años y dos meses, que la tasa de rentabilidad que ofrece el proyecto para el inversionista es del 15.24% y que por cada peso que inviertan el accionista recibirá 47 centavos.

6 Recomendaciones

Llevar el proyecto a otras localidades como Suba y Kennedy, ya que son sectores que van a permitir un mayor crecimiento por las características poblacionales y comerciales.

Realizar estudios de mercado periódicos con el fin de establecer nuevas tendencias y necesidades del mercado.

Optar por la posibilidad de realizar ventas por catálogo o por internet con el fin de incrementar ventas y atraer nuevos clientes.

Revisar los programas de apoyo que tiene el gobierno para nuevos proyectos de emprendimiento.

Referencias

- Alcaldía Local de Fontibón. (enero de 2019). *Mapa UPZ localidad de Fontibón*.
<http://www.fontibon.gov.co/mi-localidad/mapas>
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (enero de 2019). *Alcaldía local de Sumapaz*.
<http://www.sumapaz.gov.co/mi-localidad/mapas>
- Banco de la República. (octubre de 2020). *Informes mensuales*. Depósito a término fijo:
<https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/tasas-captacion-semanales-y-mensuales>.
- Cámara de Comercio de Bogotá - CCB. (octubre de 2020). *Trámites y consultas*.
 Formulario de registro empresarial y social - RUES:
<https://www.ccb.org.co/Tramites-y-Consultas/Mas-informacion/Formulario-del-Registro-Unico-Empresarial-y-Social-RUES>
- Conexión Capital. (agosto de 2018). *¿Cómo se fundó Bogotá? conozca la historia de la ciudad*.
<https://conexioncapital.co/historia-de-bogota/>
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN. (marzo de 2020). *Atención ciudadano*.
 Formulario 220:
https://www.dian.gov.co/atencionciudadano/formulariosinstructivos/Formularios/2020/Formulario_220_2020.pdf
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN. (octubre de 2020). *Servicios en línea*.
<https://muisca.dian.gov.co/WebRutMuisca/DefInscripRutCamNatPortal.faces>
- Economipedia. (mayo de 2017). *Tasa interna de retorto (TIR)*.
<https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Economipedia. (noviembre de 2018). *Payback o plazo de recuperación*.
<https://economipedia.com/definiciones/payback.html>
- Inexmoda. (febrero de 2020). *Informe del sistema de moda diciembre 2019, [Archivo pdf]*.
<http://www.saladeprensainexmoda.com/informe-del-sistema-moda-diciembre-2019-textil/>
- Instituto Nacional de Contadores Públicos - INCP. (diciembre de 2015). *Relación Beneficio/Costo, ¿por qué es importante tenerla en cuenta para la planeación de un proyecto?*
<https://www.incp.org.co/relacion-beneficiocosto-por-que-es-importante-tenerla-en-cuenta-para-la-planeacion-de-un-proyecto/>
- Maneja tus finanzas. (octubre de 2020). *Blog*.
<http://manejatusfinanzas.blogspot.com/p/evaluacion-de-la-inversion.html>

Maneja tus finanzas. (Octubre de 2020). *Blog. Evaluación de Inversión*:
<http://manejatusfinanzas.blogspot.com/p/evaluacion-de-la-inversion.html>

Mercado libre. (mayo de 2020). *Alltransferus*. https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-520229240-plancha-industrial-sUBLIMACION-medellin-80x100-cm-medellin-_JM#position=24&type=item&tracking_id=c0dfd5ad-999d-4af8-8092-dd35af0334da

Mercado libre. (Mayo de 2020). *Dritz maniquí de costura ajustable*.
https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-506459322-dritz-maniqui-de-costura-ajustable-small-_JM?quantity=1#position=25&type=item&tracking_id=d2272327-a319-43ca-98a6-b6c0b6680b62

Mercado libre. (Octubre de 2020). *Maquina cortadora de tela industrial 8 pulgadas*.
https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-573055826-maquina-cortadora-de-tela-industrial-8-pulgadas-_JM?quantity=1#position=2&type=item&tracking_id=5b58c57f-e8ba-465b-b818-f576a4912640

Mercado libre. (mayo de 2020). *Mesa para corte textil*.
https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-581682136-mesas-de-corte-textil-_JM#position=21&type=item&tracking_id=4367419e-24d8-4884-99e3-cecf0e55e0cf

Mercado libre. (mayo de 2020). *Plotter de Corte Redsail 72 cm Puntero Laser*.
https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-451668191-plotter-de-corte-redsail-72cm-puntero-laser-_JM

Mercado libre. (Mayo de 2020). *Yaxa Tienda Oficial*.
https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-446087140-dell-inspiron-i7559-5012gry-156-uhd-3840x2160-_JM

Metro cuadrado. com. (septiembre de 2020). *Locales en arriendo en centro Fontibon, Bogotá D.C.* <https://www.metrocuadrado.com/locales/arriendo/bogota/centro-fontibon/>

Observatorio de salud de Bogotá. (febrero de 2019). *Pirámide de población Bogotá D.C.*
<http://saludata.saludcapital.gov.co/osb/index.php/datos-de-salud/demografia/piramidepoblacional/>

Portal universitario Questionpro. (agosto de 2020). *Blog. Segmentación geográfica*:
<https://www.questionpro.com/es/Segmentacion-geografica.html>

Proyecciones económicas para Colombia Grupo Bancolombia. (Septiembre de 2020). *Tabla de resumen de proyecciones económicas. [Archivo pdf]*,. Dirección de Investigaciones Económicas, Sectoriales y de Mercado:

file:///C:/Users/Freddy%20Pinto/Downloads/Resumen%20APE%20Colombia%202020%20-%20Ago%202020.pdf

Rankia. (mayo de 2020). *Tasa Interna de Retorno (TIR): definición, cálculo y ejemplos*.
<https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>

RUES. (octubre de 2020). *Registro único de proponentes*. <http://www.rues.org.co/RUP>

Sinnaps. (octubre de 2020). *Blog de gestión de proyectos*. Qué es el análisis costo beneficio:
<https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/analisis-costo-beneficio>

Somos finanzas. (junio de 2020). *Blog especializado en finanzas corporativas*.
<https://www.somosfinanzas.site/presupuestos-de-capital/valor-presente-neto>

Superintendencia de sociedades. (julio de 2020). *Resumen ejecutivo*.
<http://pie.supersociedades.gov.co/Pages/default.aspx#/resumenEjecutivo>

Anexos

Anexos A. Encuesta

La encuesta tiene como objetivo identificar las necesidades, gustos y preferencias de las niñas entre los 5 y 12 años en cuanto a prendas de vestir. Se aplicó la técnica cuantitativa con el fin de obtener datos estructurados y que sean posibles de interpretar con mayor facilidad.

1. ¿Cuál es su género?

-Masculino

-Femenino

2. ¿En qué localidad de Bogotá vive usted?

-Usaquén

-Chapinero

-Santa Fe

-San Cristóbal

-Usme

-Tunjuelito

-Bosa

-Kennedy

-Fontibón

-Engativá

-Suba

-Barrios Unidos

-Teusaquillo

-Los Mártires

-Antonio Nariño

-Puente Aranda

-La Candelaria

-Rafael Uribe Uribe

-Ciudad Bolívar

- Sumapaz
- Vivo fuera de Bogotá

3. ¿Tiene Hijas, nietas, sobrinas a las cuales les compre ropa con edad igual o menor a 12 años?

- Si
- No

4. ¿Dónde compra usted la ropa de sus hijas, nietas, sobrinas, etc.?

- Centros comerciales
- Por catalogo
- Locales comerciales
- Por Internet
- Otro ¿Cuál?_____

5. ¿Con que frecuencia compra ropa infantil?

- Quincenal
- Mensual
- Bimestral
- Semestral
- Anual

6. ¿En qué temporada del año usted elige para realizar compras de ropa infantil?

- De enero a Marzo
- De Abril a Junio
- De julio a Septiembre
- Octubre a Diciembre
- No tengo temporada específica
- Solo cuando hay promociones

7. ¿Qué clase de ropa para niña compra con más frecuencia?

- Vestidos
- Jeans
- Sudaderas
- Otro ¿Cuál?_____

8. ¿Qué colores para usted son importantes a la hora de comprar vestidos para niña?

- Rosado
- Morado
- Azul
- Verde
- Amarillo
- Blanco
- Otro color ¿Cuál?_____

9. ¿Qué diseños en la tela escoge al comprar vestidos para niñas?

- De un solo tono
- Lo que este en tendencia en el momento
- Le es indiferente

10. ¿Al comprar un vestido de niña qué es lo más importante para usted?

- Marca
- Moda
- Diseño
- Precio
- Otro ¿Cuál?_____

11. ¿Cuándo compra vestidos permite que la niña tome la decisión final al momento de comprarlo?

- Si
- No

12. ¿Cuánto dinero invertiría por la compra de un vestido para niña, que pueda utilizar de manera cotidiana y que sea doble faz?

- Entre 20.000 y 50.000
- Entre 50.001 y 80.000
- Entre 80.001 y 100.000
- Más de 100.000

Anexos B. Formulario del RUES


**FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO
EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES
HOJA 1**

Obligación a diligenciar o letra impresa los datos. No se admiten tachaduras ni enmendaduras. En los términos del artículo 146 del Decreto 819 de 2011 y 33 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada. En los términos del artículo 36 del Código de Comercio, la Cámara de Comercio podrá solicitar información adicional. Autorizo el 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.		Para uso exclusivo de la Cámara de Comercio Código Cámara y Fecha Radicación	
INFORMACIÓN DEL REGISTRO			
REGISTRO MERCANTIL / REGISTRACIÓN DE BIENES DE BIENES Y ASES (SOCIEDAD CIVIL) MATRÍCULA / INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="checkbox"/> TRASLADO DE DOMICILIO <input type="checkbox"/> AJUSTE DE INFORMACIÓN FINANCIERA <input type="checkbox"/>		REGISTRO EMPRESARIAL SIN ASESNO DE LUJOS / ECONOMÍA SOLIDARIA / PERSONAS CIUDADANAS / ONG 3 EXTRANJERAS INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="checkbox"/> TRASLADO DE DOMICILIO <input type="checkbox"/> AJUSTE DE INFORMACIÓN FINANCIERA <input type="checkbox"/>	
REGISTRO ÚNICO DE PROPOSITOS INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/> ACTUALIZACIÓN <input type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="checkbox"/> CANCELACIÓN <input type="checkbox"/> ACTUALIZACIÓN POR TRASLADO DE DOMICILIO, INDIQUE LA CÁMARA DE COMERCIO ANTERIOR <input type="checkbox"/> No. INSCRIPCIÓN <input type="text"/>		No. INSCRIPCIÓN <input type="text"/>	
1. No. MATRÍCULA / INSCRIPCIÓN <input type="text"/> AÑO QUE RENUEVA <input type="text"/> TIPO GENERAL DE ORGANIZACIÓN (Revisar las instrucciones del formulario RUES) <input type="checkbox"/> TIPO ESPECÍFICO DE ORGANIZACIÓN (Revisar las instrucciones del formulario RUES) <input type="checkbox"/> CONDICIÓN SOCIEDAD EDC (Marque si sí o si la persona jurídica cumple esta condición) <input type="checkbox"/>		No. INSCRIPCIÓN <input type="text"/> AÑO QUE RENUEVA <input type="text"/>	
IDENTIFICACIÓN			
Persona Jurídica RAZÓN SOCIAL Personas Naturales PRIMER APELLIDO <input type="text"/> SEGUNDO APELLIDO <input type="text"/> PRIMER NOMBRE <input type="text"/> SEGUNDO NOMBRE <input type="text"/> GÉNERO <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>		CÉDULA No. IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA EN EL PAÍS DE ORIGEN <input type="text"/> PAÍS ORIGIN <input type="text"/> No. IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA SOCIEDAD O P. NATURAL DEL EXTRANJERO CON SU TRIBUTACIÓN PREVISIONAL <input type="text"/>	
NET <input type="checkbox"/> DIV <input type="checkbox"/>		TIPO <input type="checkbox"/> CC <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/>	
2. IDENTIFICACIÓN No. <input type="text"/>		FECHA DE EMISIÓN <input type="text"/> LUGAR DE EMISIÓN <input type="text"/>	
No. IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA EN EL PAÍS DE ORIGEN <input type="text"/>		PAÍS ORIGIN <input type="text"/>	
No. IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA SOCIEDAD O P. NATURAL DEL EXTRANJERO CON SU TRIBUTACIÓN PREVISIONAL <input type="text"/>		No. IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA SOCIEDAD O P. NATURAL DEL EXTRANJERO CON SU TRIBUTACIÓN PREVISIONAL <input type="text"/>	
UBICACIÓN Y DATOS GENERALES			
INFORMACIÓN GENERAL			
DIRECCIÓN DE DOMICILIO PRINCIPAL <input type="text"/>		ZONA: URBANA <input type="checkbox"/> RURAL <input type="checkbox"/> CÓDIGO POSTAL <input type="text"/>	
UBICACIÓN: LOCAL <input type="checkbox"/> OFICINA <input type="checkbox"/> LOCAL Y OFICINA <input type="checkbox"/> FABRICA <input type="checkbox"/> VIVIENDA <input type="checkbox"/> FINCA <input type="checkbox"/>		MUNICIPIO <input type="text"/> DEPARTAMENTO <input type="text"/> LOCALIDAD - BARRIO - VEREDA - CORREGIMIENTO <input type="text"/> PAÍS <input type="text"/>	
TELÉFONO 1 (Igual al reportado en el formulario del Registro Único Tributario CON cédula 44) <input type="text"/>		TELÉFONO 2 <input type="text"/> TELÉFONO 3 <input type="text"/>	
CORREO ELECTRÓNICO (Obligatorio) <input type="text"/>			
INFORMACIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL Y ADMINISTRATIVA			
DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL <input type="text"/>		ZONA: URBANA <input type="checkbox"/> RURAL <input type="checkbox"/> CÓDIGO POSTAL <input type="text"/>	
MUNICIPIO <input type="text"/> DEPARTAMENTO <input type="text"/> LOCALIDAD - BARRIO - VEREDA - CORREGIMIENTO <input type="text"/> PAÍS <input type="text"/>		TELÉFONO 1 <input type="text"/> TELÉFONO 2 <input type="text"/> TELÉFONO 3 <input type="text"/>	
CORREO ELECTRÓNICO (Obligatorio) <input type="text"/>			
LA SEDE ADMINISTRATIVA ES: PROPIA <input type="checkbox"/> ARRENDADO <input 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 type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
ACTIVIDADES ECONÓMICAS			
Indique una clasificación principal y máximo tres clasificaciones secundarias, basadas del sistema de clasificación industrial internacional uniforme (CIIU). INDIQUE EL CÓDIGO SHD SUDO SI SU ACTIVIDAD ECONÓMICA LA DESARROLLA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ, D.C.			
ACTIVIDAD PRINCIPAL CIIU 1 CLASE <input type="text"/> SHD <input type="checkbox"/>		ACTIVIDAD SECUNDARIA CIIU 2 CLASE <input type="text"/> SHD <input type="checkbox"/>	
FECHA DE INICIO ACTIVIDAD PRINCIPAL <input type="text"/>		FECHA DE INICIO ACTIVIDAD SECUNDARIA <input type="text"/>	
DESCRIBA DE MANERA BREVE O RESUMIDA SU ACTIVIDAD ECONÓMICA - PARA PERSONAS NATURALES (Máximo 1.000 caracteres) <input type="text"/>		IMPORTADOR <input type="checkbox"/> EXPORTADOR <input type="checkbox"/> USUARIO ADUANERO <input type="checkbox"/>	
INDIQUE A CONTINUACIÓN EL CÓDIGO CIIU POR EL CUAL PERCIBIÓ MAYORES INGRESOS POR ACTIVIDAD ORDINARIA EN EL PERIODO <input type="text"/>		CLASE <input type="text"/> SHD <input type="checkbox"/>	



**FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO
EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES
HOJA 2**

<p><small>Diligencie a máquina o letra impresa los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras. En los términos del artículo 196 del Decreto 019 de 2013 y 33 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada. En los términos del artículo 36 del Código de Comercio, la Cámara de Comercio podrá auditar información adicional. Autorizo al 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.</small></p>		<p><small>Para uso exclusivo de la Cámara de Comercio Código Único y Fecha Radicación</small></p>	
INFORMACIÓN FINANCIERA			
<p><small>En los términos de la Ley, debe tomarse del Balance de apertura o de los Estados Financieros con corte a 31 de diciembre del año anterior. Expresar las cifras en pesos colombianos. Datos sin decimales.</small></p>			
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA		ESTADO DE RESULTADOS	
Activo Corriente \$ _____	Activo No corriente \$ _____	Ingresos Actividad Ordinaria \$ _____	Otros Ingresos \$ _____
Activo Total \$ _____	Activo No Corriente \$ _____	Costos de Ventas \$ _____	Gastos operacionales \$ _____
	Patrimonio Neto \$ _____	Otros Gastos \$ _____	Gastos por Impuestos \$ _____
	Patrimonio + Patrimonio \$ _____	Utilidad / Pérdida Operacional \$ _____	Resultado del Período \$ _____
	Balance Social (*) \$ _____		
	(*) Solamente si es Entidad sin Anímo de Lucro		
<p>(Revisar las Instrucciones del formulario RUES) GRUPO NIF <input type="checkbox"/></p>			
<p>COMPOSICIÓN DEL CAPITAL EN CASO DE PERSONAS JURÍDICAS</p> <p>1. NACIONAL 1.1. PÚBLICO _____ % 1.2. PRIVADO _____ %</p> <p>2. EXTRANJERO 2.1. PÚBLICO _____ % 2.2. PRIVADO _____ %</p> <p>INDIQUE EL PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN EL CAPITAL SOCIAL _____ %</p>			
SI ES UNA EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO			
APORTES LABORALES \$ _____ %	APORTES ACTIVOS \$ _____ %	APORTES LABORALES ADICIONALES \$ _____ %	APORTES EN DINERO \$ _____ %
TOTAL APORTES \$ _____ %			
REFERENCIAS - ENTIDADES DE CRÉDITO		REFERENCIAS COMERCIALES	
1. NOMBRE _____	TELÉFONO _____	1. NOMBRE _____	TELÉFONO _____
2. NOMBRE _____	TELÉFONO _____	2. NOMBRE _____	TELÉFONO _____
ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA			
CÓDIGO DEL ESTADO DE LA PERSONA JURÍDICA <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> OTRO (¿CUAL?) _____		NÚMERO DE EMPLEADOS (Obligatorio personas naturales y jurídicas) <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
NÚMERO TOTAL DE MUJERES QUE OCUPAN CARGOS DIRECTIVOS (Obligatorio únicamente para personas jurídicas) <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		NÚMERO DE EMPLEADOS MUJERES (Obligatorio personas naturales y jurídicas) <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
TIENE ESTABLECIMIENTOS, AGENCIAS O SUCURSALES: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> CUÁNTOS _____		TIENE LA ENTIDAD IMPLEMENTADO UN PROCESO DE INNOVACIÓN SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
EMPRESA FAMILIAR (Informar solo para fines estadísticos) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		PORCENTAJE DE EMPLEADOS TEMPORALES (%) _____	
DETALLE DE LOS BIENES RAÍCES QUE POSEA (En cumplimiento del artículo 32 del Código de Comercio)			
MATRÍCULA INMOBILIARIA _____	DIRECCIÓN _____	MATRÍCULA INMOBILIARIA _____	DIRECCIÓN _____
BARRIO _____	MUNICIPIO _____	BARRIO _____	MUNICIPIO _____
DEPARTAMENTO _____	PAÍS _____	DEPARTAMENTO _____	PAÍS _____
LEY 1780 DE 2016			
DECLARO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE CUMPO CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LA LEY 1780 DE 2016 PARA ACCEDER A LOS BENEFICIOS DEL ARTÍCULO 3.		SOLO EN CASO DE UNA RENOVACIÓN Y HABIÉNDOSE ACOGIDO A LOS BENEFICIOS DE LA LEY 1780 DE 2016 AL MOMENTO DE LA MATRÍCULA.	
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		MANIFIESTO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE MANTENGO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL ARTÍCULO 2.2.2.41.5.2 DEL DECRETO 1074 DE 2015, REGLAMENTARIO DE LA LEY 1780 DE 2016.	
		CUMPLIDO <input type="checkbox"/> NO CUMPLIDO <input type="checkbox"/>	
PROTECCIÓN SOCIAL			
¿ES APORTANTE AL SISTEMA DE SEGURIDAD Y PROTECCIÓN SOCIAL? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			
TIPO DE APORTANTE: (Marque con una X la casilla que corresponde)	APORTANTE CON 200 O MAS COTIZANTES <input type="checkbox"/>	CUENTA CON MENOS 200 DE COTIZANTES <input type="checkbox"/>	APORTANTE BENEFICIARIO DEL ARTÍCULO 5 DE LA LEY 1429 DE 2010 <input type="checkbox"/>
	APORTANTE INDEPENDIENTE <input type="checkbox"/>		
<p>El suscrito declara bajo la gravedad del juramento que la información reportada en este formulario y la documentación anexa al mismo, es confiable, veraz, completa, exacta.</p> <p>Nombre de la Persona Natural o Representante Legal de la Persona Jurídica _____ FIRMA _____</p> <p>Documento de Identificación No. _____ CC <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> PAS <input type="checkbox"/></p> <p>Cualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley (artículo 30 del Código de Comercio y normas concordantes y complementarias)</p>			<p>Espacio para uso exclusivo de la Cámara de Comercio</p> <p>Firma y Sello de la Cámara de Comercio</p>

Nota: Tomado de Camara de comercio de Bogotá - CCB. (octubre de 2020). *Tramites y consultas.* Obtenido de Formulario de registro empresarial y social - RUES: <https://www.ccb.org.co/Tramites-y-Consultas/Mas-informacion/Formulario-del-Registro-Unico-Empresarial-y-Social-RUES>

Anexos C. Certificado de ingresos y retenciones año 2019

DIAN		Certificado de Ingresos y Retenciones por Rentas de Trabajo y de Pensiones Año gravable 2019				220	
Antes de diligenciar este formulario lea cuidadosamente las instrucciones					4. Número de formulario		
5. Número de Identificación Tributaria (NIT)		6. DV.	7. Primer apellido	8. Segundo apellido	9. Primer nombre	10. Otros nombres	
11. Razón social							
12. Tipo de documento	13. Número de identificación		14. Apellidos y nombres				
30. DE: AAAA MM CC		31. A: AAAA MM CC	32. Fecha de expedición AAAA MM CC	33. Lugar donde se practicó la retención	34. Cod. Dpto.	35. Cod. Ciudad/Municipio	
36. Número de agencias, sucursales, filiales o subsidiarias de la empresa retenedora cuyos montos de retención se consolidan							
Concepto de los Ingresos							Valor
Pagos por salarios o emolumentos eclesiásticos							37
Pagos por honorarios							38
Pagos por servicios							39
Pagos por comisiones							40
Pagos por prestaciones sociales							41
Pagos por viáticos							42
Pagos por gastos de representación							43
Pagos por compensaciones por el trabajo asociado cooperativo							44
Otros pagos							45
Cesantías e intereses de cesantías efectivamente pagadas, consignadas o reconocidas en el período							46
Pensiones de jubilación, vejez o invalidez							47
Total de Ingresos brutos (Suma 37 a 47)							48
Concepto de los aportes							Valor
Aportes obligatorios por salud							49
Aportes obligatorios a fondos de pensiones y solidaridad pensional y Aportes voluntarios al - RAIS							50
Aportes voluntarios a fondos de pensiones							51
Aportes a cuentas AFC.							52
Valor de la retención en la fuente por rentas de trabajo y pensiones							53
Nombre del pagador o agente retenedor							
Datos a cargo del trabajador o pensionado							
Concepto de otros ingresos					Valor recibido	Valor retenido	
Arrendamientos					54	61	
Honorarios, comisiones y servicios					55	62	
Intereses y rendimientos financieros					56	63	
Enajenación de activos fijos					57	64	
Loterías, rifas, apuestas y similares					58	65	
Otros					59	66	
Totales: (Valor recibido: Suma 54 a 59), (Valor retenido: Suma 61 a 66)					60	67	
Total retenciones año gravable 2019 (Suma 53 + 67)						68	
Item	69. Identificación de los bienes y derechos poseídos						70. Valor Patrimonial
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
Deudas vigentes a 31 de Diciembre de 2019							
71							
Identificación de la persona dependiente de acuerdo al parágrafo 2 del artículo 387 del Estatuto Tributario							
72. C.C. o NIT		73. Apellidos y Nombres				74. Parentesco	
Certificado que durante el año gravable de 2019: 1. Mi patrimonio bruto no excedió de 4.500 UVT (\$14.215.000). 2. Mis ingresos brutos fueron inferiores a 1.400 UVT (\$47.375.000). 3. No fui responsable del impuesto sobre las ventas ni del impuesto nacional al consumo. 4. Mis compras mediante tarjeta de crédito no excedieron la suma de 1.400 UVT (\$47.375.000). 5. Con el total de mi compra y consumo no agasaron la suma de 1.400 UVT (\$47.375.000). 6. Que el valor total de mis consignaciones bancarias, depósitos o inversiones financieras no excedieron los 1.400 UVT (\$47.375.000). Por lo tanto, manifiesto que no estoy obligado a presentar declaración de renta y complementaria por el año gravable 2019.						Firma del Trabajador o Pensionado	

NOTA: este certificado sustituye para todos los efectos legales la declaración de Renta y Complementario para el trabajador o pensionado que lo firme. Para aquellos trabajadores independientes inscritos en el Régimen Simple de Tributación la declaración de renta y complementario es reemplazada por la declaración anual consolidada del Régimen Simple de Tributación (SIMPLE).

Nota: Tomado de Dirección de impuesto y adunas nacionales - DIAN. (marzo de 2020).
Atención *ciudadano.* **Formulario**
 220: https://www.dian.gov.co/atencionciudadano/formulariosinstructivos/Formularios/2020/Formulario_220_2020.pdf