

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
CONFECCIÓN DE CHAQUETAS Y BLUSAS PARA DAMA, SIGUIENDO LOS  
PRINCIPIOS DE LA MODA ÉTICA, EN BOGOTÁ

ANDREA ALEJANDRA GARZÓN MEDINA

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA  
FACULTAD DE INGENIERÍAS  
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL  
BOGOTÁ D.C.  
2016

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
CONFECCIÓN DE CHAQUETAS Y BLUSAS PARA DAMA, SIGUIENDO LOS  
PRINCIPIOS DE LA MODA ÉTICA, EN BOGOTÁ

ANDREA ALEJANDRA GARZÓN MEDINA

Proyecto Integral de grado para optar al título de:  
INGENIERO INDUSTRIAL

Orientador:  
ALDO ULISSE DOLMEN PUPPATO  
Ingeniero Industrial

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA  
FACULTAD DE INGENIERÍAS  
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL  
BOGOTÁ D.C.  
2016

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

---

ING. ALDO DOLMEN PUPPATO

---

ADM. VÍCTOR JOSÉ RODRÍGUEZ R.

---

ECN. LUIS GONZÁLEZ RESTREPO

Bogotá D.C., Agosto de 2016

## **DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD DE AMÉRICA**

Presidente de la Universidad y Rector del Claustro

**Dr. Jaime Posada Díaz**

Vicerrector de Desarrollo y Recursos Humanos

**Dr. Luis Jaime Posada García-Peña**

Vicerrectoría Académica y de Posgrados

**Ing. Ana Josefa Herrera Vargas**

Secretario General

**Dr. Juan Carlos Posada García-Peña**

Decano General de la Facultad de Ingenierías

**Ing. Julio César Fuentes Arismendi**

Director del Programa de Ingeniería Industrial

**Ing. Jorge Gutiérrez Cancino**

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

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por permitirme alcanzar este logro, al culminar mi proceso de formación como Ingeniera Industrial, y a mi familia por brindarme su apoyo y motivarme durante el proceso.

Agradezco también al Ingeniero Aldo Dolmen, quien siempre estuvo en disposición de orientar mi proceso en el desarrollo de mi trabajo de grado con la mejor disposición, y a todos los docentes que hicieron parte de mi proceso de formación como profesional.

## CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	24
1. DIAGNÓSTICO	26
1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR MANUFACTURERO Y DE LAS CONFECCIONES DE PRENDAS DE VESTIR A NIVEL NACIONAL	26
1.1.1 Producción real de la industria manufacturera en Colombia	29
1.1.2 Empleo generado por la industria manufacturera	30
1.1.3 Factores que afectan el crecimiento de la industria manufacturera	33
1.1.4 Producto Interno Bruto PIB, a nivel nacional	38
1.1.5 Exportaciones efectuadas por la industria manufacturera	40
1.1.6 Importaciones del sector industrial de la manufactura	44
1.2 DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO SOCIO ECONÓMICO DE BOGOTÁ	45
1.2.1 IPC Índices de Precios al Consumidor en la ciudad de Bogotá	47
1.2.2 Producción en la ciudad de Bogotá	49
1.2.3 Ámbito laboral en Bogotá	50
1.2.4 Exportaciones efectuadas desde la ciudad de Bogotá	51
1.2.5 Importaciones efectuadas hacia la ciudad de Bogotá	54
1.3 DESCRIPCIÓN INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN	56
1.3.1 IPC del grupo de gasto correspondiente a Vestuario y confección	56
1.3.2 PIB de las confecciones y textiles	57
1.3.3 Exportaciones de prendas de vestir	58
1.3.4 Importaciones de prendas de vestir	59
1.4 ETAPA DE PLANEACIÓN DE INFORMACIÓN	60
1.4.1 Matriz de evaluación del factor externo MEFE	60
1.4.2 Matriz de evaluación del factor interno MEFI	61
1.5 ETAPA DE AJUSTE	62
1.5.1 MATRIZ DOFA	62
1.5.2 Estrategias formuladas a partir de la Matriz DOFA	64
1.6 ANÁLISIS PESTAL	64
1.6.1 Factor político	64
1.6.2 Factor económico	65
1.6.3 Factor social	66
1.6.4 Factor tecnológico	66
1.6.5 Factor ambiental	67
1.6.6 Factor legal	68
2. ESTUDIO DE MERCADOS	69
2.1 ESTADO ACTUAL DEL NEGOCIO	69
2.1.1 Caracterización del sector	69
2.1.2 PESTAL barreras de entrada	76
2.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	78

2.2.1 Segmentación geográfica	78
2.2.2 Segmentación demográfica	79
2.2.3 Segmentación psicográfica	81
2.2.4 Segmentación conductual	81
2.3 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	82
2.3.1 Análisis de resultados	85
2.3.2 Matriz de perfil competitivo	94
2.3.3 Pronóstico de la demanda	95
2.3.4 Pronóstico de la oferta	98
2.4 PLAN DE MERCADEO O MARKETING MIX	100
2.4.1 Estrategia de precio	100
2.4.2 Estrategia de plaza	100
2.4.3 Estrategia de producto	100
2.4.4 Promoción	106
2.4.5 Costos	109
3. ESTUDIO TÉCNICO	110
3.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	110
3.1.1 Fichas técnicas	110
3.1.2 Evaluación de proveedores	113
3.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	116
3.2.1 Diagrama de flujo	117
3.2.2 Toma de tiempos	120
3.2.3 Diagrama de operación	121
3.2.4 Diagrama de procesos	124
3.3 ESTUDIO DE TIEMPOS Y CAPACIDADES	128
3.3.1 Estudio de tiempos	128
3.3.2 Capacidad de producción	131
3.3.3 Planeación de producción	136
3.3.4 Requerimientos de material	137
3.4 LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA	139
3.4.1 Macro localización	139
3.4.2 Micro localización	140
3.5 TECNOLOGÍA Y MAQUINARIA	148
3.6 SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	154
3.6.1 Seguridad industrial	154
3.6.2 Salud en el trabajo	159
3.7 COSTOS ASOCIADOS AL ESTUDIO TÉCNICO	160
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	162
4.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	162
4.1.1 Misión	162
4.1.2 Visión	163
4.1.3 Valores	163
4.1.4 Objetivos y metas	164



4.1.5 Estrategias	165
4.1.6 Políticas organizacionales	165
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	166
4.2.1 Organigrama	167
4.2.2 Manual de funciones	167
4.2.3 Proceso de vinculación	167
4.3 ADMINISTRACIÓN DE SALARIOS	169
4.3.1 Método de asignación salarial por puntos	169
4.3.2 Nómina	173
5. ESTUDIO LEGAL	177
5.1 ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN	177
5.1.1 Razón social	177
5.1.2 Objeto social	178
5.1.3 Uso del suelo	178
5.2 TRÁMITES DE LEGALIZACIÓN	179
5.2.1 RUE	179
5.2.2 RUT	179
5.2.3 NIT	179
5.2.4 Resolución facturación	179
5.2.5 RIT	179
5.2.6 Formulario adicional de registro con otras entidades	179
5.2.7 Matricula mercantil	180
5.3 ASPECTOS TRIBUTARIOS	180
5.3.1 Impuesto sobre la renta	180
5.3.2 Impuesto sobre las ventas	180
5.3.3 Impuesto de Industria y comercio	180
5.3.4 Retención en la fuente, IVA e ICA	181
5.4 OBLIGACIONES LABORALES DEL EMPLEADOR	181
5.4.1 Código sustantivo del trabajo (CST)	181
5.4.2 Pagos laborales	183
5.5 ASPECTOS LEGALES Y JURÍDICOS	184
5.5.1 Legislación medio ambiental	184
5.5.2 Normatividad aplicable en la ciudad de Bogotá	185
5.5.3 Constitución política de Colombia	187
5.5.4 Ministerio de Industria y Comercio	188
5.5.5 Requisitos para la apertura y funcionamiento de la empresa	188
5.6 COSTOS DE CONSTITUCIÓN	188
6. ESTUDIO AMBIENTAL	189
6.1 GESTIÓN AMBIENTAL	189
6.1.1 Desarrollo sostenible	189
6.1.2 Uso ecológico de los recursos	190
6.1.3 Técnicas de reciclaje	190
6.2 ANÁLISIS AMBIENTAL DE LA LOCALIDAD DE ENGATIVÁ	191

6.2.1 Estructura Ecológica Principal	191
6.2.2 Arbolado urbano	192
6.2.3 Calidad del aire	193
6.3 DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA AMBIENTAL DEL SECTOR	194
6.4 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	194
6.5 IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS AMBIENTALES	195
6.6 IDENTIFICACIÓN IMPACTOS AMBIENTALES	196
6.7 PLAN DE MEJORAMIENTO	197
7. ESTUDIO FINANCIERO	198
7.1 INDICADOR ECONÓMICO	198
7.2 INVERSIÓN INICIAL	198
7.2.1 Activos fijos	199
7.2.2 Capital de trabajo	199
7.2.3 Cargos diferidos	199
7.3 AMORTIZACIONES	200
7.4 DEPRECIACIONES	202
7.5 COSTOS DE PRODUCCIÓN	203
7.5.1 Materia prima	203
7.5.2 Mano de obra directa	205
7.5.3 Costos indirectos de fabricación	206
7.6 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	207
7.7 GASTOS DE VENTAS	210
7.8 COSTO UNITARIO	211
7.9 PRECIO DE VENTA	212
7.10 ESTADO DE RESULTADOS	213
7.11 FLUJO DE CAJA	213
7.12 INDICADORES FINANCIEROS	214
7.12.1 TIO	214
7.12.2 VPN	215
7.12.3 TIR	216
8. CONCLUSIONES	217
9. RECOMENDACIONES	218
BIBLIOGRAFÍA	219
ANEXOS	225

## LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Comportamiento de la industria manufacturera	27
Tabla 2. Resumen del comportamiento de las principales variables	28
Tabla 3. Variación anual y contribución de la producción real.	29
Tabla 4. Variación anual y contribución del personal ocupado (2015/2014)	31
Tabla 5. Contribución del personal ocupado por la industria	31
Tabla 6. Variación anual del personal ocupado por la industria	32
Tabla 7. Factores que afectaron el crecimiento de la industria	34
Tabla 8. Incrementos de las tasas de cambio	35
Tabla 9. Tendencia de las principales problemáticas	37
Tabla 10. Participación porcentual del PIB industrial II trimestre de 2015	38
Tabla 11. El PIB trimestral a precios constantes de 2005	39
Tabla 12. Principales grupos de productos a noviembre de 2015	40
Tabla 13. Variación anual y valor mensual de exportación	41
Tabla 14. Exportaciones de la industria manufacturera	43
Tabla 15. Importaciones por grupos de productos a noviembre de 2015	45
Tabla 16. Histórico del número de empresas en Bogotá hasta el año 2015	45
Tabla 17. Porcentaje de empresas en Bogotá	46
Tabla 18. Índices de precios al consumidor Bogotá	47
Tabla 19. IPC Colombia Vestuario variacion anual 2015 respecto al 2014	48
Tabla 20. Porcentaje de contribución a la producción por región en 2014	49
Tabla 21. Estadísticas del mercado laboral Bogotá Colombia 2014	50
Tabla 22. Porcentaje de exportaciones en Colombia	51
Tabla 23. Volumen de las exportaciones de la región	52
Tabla 24. Participación en las exportaciones por tipo de industria	53
Tabla 25. Importaciones de Bogotá según actividad económica	55
Tabla 26. IPC Vestuario y confección	56
Tabla 27. Variaciones porcentuales a 2015	57
Tabla 28. Producto interno bruto Trimestral	58
Tabla 29. Exportaciones a diciembre de 2015 respecto a 2014	59
Tabla 30. Importaciones	59
Tabla 31. Matriz de evaluación del factor externo MEFE	61
Tabla 32. Matriz de evaluación del factor interno MEFI	62
Tabla 33. Distribución geográfica de la industria textil-confecciones	70
Tabla 34. Participación sobre los ingresos operacionales	71
Tabla 35. Concentración de la industria textil por grupo de localidades 2005	72
Tabla 36. Variación anual de las ventas reales de subsectores	75
Tabla 37. Cantidad de personas en cada localidad a 2011	79
Tabla 38. Número de mujeres entre los 15 y 24 años de edad	80
Tabla 39. ¿Conoce las ecofibras?	85
Tabla 40. ¿Qué tipo de ecofibras conoce?	86
Tabla 41. ¿Qué estilo prefiere en prendas como blusas y chaquetas?	86

Tabla 42. ¿Qué tipo de tela prefiere para prendas como blusas y chaquetas?	87
Tabla 43. ¿Cuáles de las siguientes marcas tienen mayor posicionamiento en el mercado?	88
Tabla 44. ¿Con que frecuencia compra blusas?	89
Tabla 45. ¿Con que frecuencia compra chaquetas?	89
Tabla 46. ¿Dónde acostumbra a comprar blusas y chaquetas?	90
Tabla 47. ¿Qué talla utiliza usted?	91
Tabla 48. ¿En qué rango de edad se encuentra ubicada usted?	92
Tabla 49. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una blusa?	92
Tabla 50. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una chaqueta?	93
Tabla 51. ¿Cuál es su motivo de compra más frecuente?	94
Tabla 52. Matriz de perfil competitivo	95
Tabla 53. Cálculo de la demanda en unidades anuales (Blusas)	96
Tabla 54. Pronóstico de demanda para blusas	96
Tabla 55. Cálculo de la demanda en unidades anuales (Chaquetas)	97
Tabla 56. Pronóstico de demanda para chaquetas	97
Tabla 57. Oferta a precios de comprador	98
Tabla 58. Pronóstico de la oferta	99
Tabla 59. Costos asociados al plan de promoción	109
Tabla 60. Matriz absoluta, calificación de proveedores	116
Tabla 61. Matriz relativa, calificación de proveedores	116
Tabla 62. Suplementos tenidos en cuenta en el proceso de confección de blusas y chaquetas para dama	129
Tabla 63. Tiempo básico y estándar por actividad, producción de blusas (min)	130
Tabla 64. Tiempo básico y estándar por actividad, producción de blusas (min)	131
Tabla 65. Tiempo disponible para producción año 2017	132
Tabla 66. Demanda de blusas y chaquetas a 2017	132
Tabla 67. Tiempo requerido por máquina para elaborar una blusa	133
Tabla 68. Tiempo requerido por máquina para elaborar una chaqueta	133
Tabla 69. Numero de máquinas requeridas 2017	134
Tabla 70. Tiempo neto disponible 2017	135
Tabla 71. Estaciones de trabajo	135
Tabla 72. Capacidad de producción años 2017-2021	135
Tabla 73. Requerimiento de maquinaria años 2017 a 2021	136
Tabla 74. Requerimientos de mano de obra	136
Tabla 75. Capacidad instalada	136
Tabla 76. Capacidad disponible	136
Tabla 77. Plan de producción blusas 2017	137
Tabla 78. Plan de producción chaquetas 2017	137
Tabla 79. Requerimientos de material para el 2017 (Blusa)	138
Tabla 80. Consumo anual de materiales (Blusa)	138
Tabla 81. Requerimientos de material para el 2017 (Chaqueta)	139
Tabla 82. Consumo anual de insumos (Chaqueta)	139
Tabla 83. Calificación de localidades	142
Tabla 84. Costos asociados al estudio técnico	160

Tabla 85. Costo anual de materia prima (2017)	161
Tabla 86. Ponderación de factores	171
Tabla 87. Asignación de puntos por grados a cada factor	172
Tabla 88. Asignación de puntajes por cargos	172
Tabla 89. Asignación sueldos	173
Tabla 90. Cálculo de prestaciones sociales por cargo (COP)	175
Tabla 91. Cálculo de Seguridad social por cargo (COP)	175
Tabla 92. Cálculo de parafiscales (COP)	176
Tabla 93. Costo anual total por cargo (COP)	176
Tabla 94. Deducciones del salario por cargo (COP)	176
Tabla 95. Gasto en nómina (COP)	176
Tabla 96. Costos asociados a la formalización de una empresa	188
Tabla 97. IPC anual	198
Tabla 98. Consolidado inversión inicial (COP)	199
Tabla 99. Activos fijos (COP)	199
Tabla 100. Capital de trabajo (COP)	199
Tabla 101. Capital de trabajo (COP)	200
Tabla 102. Amortización primer año de financiación (COP)	201
Tabla 103. Consolidado intereses y abono a capital (COP)	201
Tabla 104. Vida útil	202
Tabla 105. Depreciación anual (COP)	202
Tabla 106. Costos de producción (COP)	203
Tabla 107. Variación de precios materia prima (COP)	203
Tabla 108. Requerimientos de materia prima (unidades)	204
Tabla 109. Costo de materia prima blusas (COP)	204
Tabla 110. Requerimientos de materia prima (unidades)	204
Tabla 111. Costo de materia prima chaquetas (COP)	204
Tabla 112. Costos de personal (COP)	205
Tabla 113. Costos indirectos de fabricación (COP)	206
Tabla 114. Gastos de personal administrativo 2016 (COP)	207
Tabla 115. Costos en personal administrativo 2017 (COP)	208
Tabla 116. Costos en personal administrativo 2018 (COP)	208
Tabla 117. Costos en personal administrativo 2019 (COP)	209
Tabla 118. Costos en personal administrativo 2020 (COP)	209
Tabla 119. Costos en personal administrativo 2021 (COP)	210
Tabla 120. Otros gastos de administración (COP)	210
Tabla 121. Total gastos administrativos (COP)	210
Tabla 122. Gastos de personal de ventas (COP)	211
Tabla 123. Otros gastos en ventas (COP)	211
Tabla 124. Gastos en ventas (COP)	211
Tabla 125. Costo unitario de producción blusas (COP)	212
Tabla 126. Costo unitario de producción chaquetas (COP)	212
Tabla 127. Precio de ventas blusas (COP)	212
Tabla 128. Precio de venta chaquetas (COP)	212
Tabla 129. Estados financieros (COP)	213

Tabla 130. Flujo de caja (COP)  
Tabla 131. DTF mensual

213  
215

## LISTA DE DIAGRAMAS

	<b>pág.</b>
Diagrama 1. Flujo del proceso de producción de blusas para dama	119
Diagrama 2. Flujo del proceso de producción de chaquetas para dama	120
Diagrama 3. Diagrama de operación producción de blusas	122
Diagrama 4. Diagrama de operación producción de chaquetas	123
Diagrama 5. Diagrama de procesos, confección de una blusa (Tejido Crochét)	124
Diagrama 6. Diagrama de procesos de la confección de una chaqueta (Hindú)	126
Diagrama 7. Requerimientos de material para elaborar una blusa	138
Diagrama 8. Requerimientos de material para elaborar una chaqueta	138
Diagrama 9. Organigrama de la empresa All Noir	167

## LISTA DE IMÁGENES

	pág.
Imagen 1. Mapa de Bogotá, dividido por localidades	78
Imagen 2. Diseño de la chaqueta	101
Imagen 3. Muestra de la técnica mola	101
Imagen 4. Diseño de la blusa	102
Imagen 5. Consulta de homonimia	103
Imagen 6. Logo de la empresa	104
Imagen 7. Logo del producto	104
Imagen 8. Marquilla modo de uso	105
Imagen 9. Marquilla colgante	105
Imagen 10. Empaque en bodega	106
Imagen 11. Empaque final	106
Imagen 12. Página web	107
Imagen 13. Productos en la Página web	107
Imagen 14. Perfil en Instagram	108
Imagen 15. Volante	108
Imagen 16. Suplementos de trabajo	129
Imagen 17. Mapa de la localidad de Engativá según planeamiento zonal	143
Imagen 18. Postura apropiada	160
Imagen 19. Verificación de homonimia	177
Imagen 20. Consulta uso del suelo	178
Imagen 21. Tres pilares del desarrollo sostenible	190
Imagen 22. Estructura ecológica principal de Engativá	191



## LISTA DE PLANOS

	<b>pág.</b>
Plano 1. Distribución en planta	145
Plano 2. Layout blusas	146
Plano 3. Layout chaquetas	147

## LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Matriz DOFA	63
Cuadro 2. Diseño de encuesta	84
Cuadro 3. Ficha técnica de la chaqueta para dama	111
Cuadro 4. Ficha técnica de la blusa	112
Cuadro 5. Datos de la empresa Textilía S.A.S.	113
Cuadro 6. Datos empresa Textiles Capital Ltda.	114
Cuadro 7. Datos Lafayette	114
Cuadro 8. Datos Intextil S.A.	114
Cuadro 9. Criterios de calificación	115
Cuadro 10. Simbología utilizada en el diagrama de flujo	118
Cuadro 11. Formato de toma de tiempos	121
Cuadro 12. Simbología, diagrama de procesos	124
Cuadro 13. Información Bogotá	139
Cuadro 14. Características de la propiedad	143
Cuadro 15. Muebles y equipos de oficina	148
Cuadro 16. Elementos de oficina	150
Cuadro 17. Maquinaria	151
Cuadro 18. Herramientas	152
Cuadro 19. Materia prima	153
Cuadro 20. Insumos	153
Cuadro 21. Tabla de peligros	154
Cuadro 22. Riesgos presentes en la industria de la confección	156
Cuadro 23. Elementos de protección personal	157
Cuadro 24. Tipos de señalización	157
Cuadro 25. Elementos de seguridad en el trabajo	158
Cuadro 26. Señalización plan de evacuación	158
Cuadro 27. Posibles afecciones asociadas a la confección	159
Cuadro 28. Dimensiones de un puesto de trabajo ergonómico	159
Cuadro 29. Objetivos y metas	165
Cuadro 30. Definición de factores	170
Cuadro 31. Grados por factor	171
Cuadro 32. Puntos y factores a asignar	172
Cuadro 33. Legislación Laboral	183
Cuadro 34. Identificación de aspectos ambientales	195
Cuadro 35. Impactos ambientales	196
Cuadro 36. Plan de acción ambiental	197

## LISTA DE ECUACIONES

	<b>pág.</b>
Ecuación 1. Muestreo aleatorio simple	83
Ecuación 2. Tamaño de la muestra ajustada	83
Ecuación 3. Demanda a satisfacer	132
Ecuación 4. Máquinas necesarias	133
Ecuación 5. Operarios requeridos	134
Ecuación 6. Capacidad instalada	135
Ecuación 7. Capacidad disponible	135
Ecuación 8. Función de nivel salarial	173
Ecuación 9. Tasa nominal mensual	200
Ecuación 10. Cuota fija	201
Ecuación 11. Precio de venta	212
Ecuación 12. Valor presente neto	215
Ecuación 13. TIR	216

## LISTA DE GRÁFICOS

	pág.
Gráfico 1. Comportamiento de la industria manufacturera; (2014 / 2015)	27
Gráfico 2. Resumen del comportamiento de las principales variables	28
Gráfico 3. Variación anual y contribución de la producción real, según actividad manufacturera	30
Gráfico 4. Variación anual del personal ocupado por la industria 2015/2014	31
Gráfico 5. Contribución del personal ocupado por la industria	32
Gráfico 6. Variación anual del personal ocupado por la industria manufacturera, según tipo de contrato y área funcional	33
Gráfico 7. Factores que afectaron el crecimiento de la industria manufacturera ANDI (Septiembre de 2015)	34
Gráfico 8. Incrementos de las tasas de cambio de algunos países frente al dólar americano año corrido a noviembre de 2015	36
Gráfico 9. Tendencia de las principales problemáticas	37
Gráfico 10. Participación porcentual por sectores del PIB industrial II trimestre de 2015	39
Gráfico 11. El PIB trimestral a precios constantes de 2005 por ramas de actividad económica - Miles de Millones de pesos	40
Gráfico 12. Variación de las exportaciones (noviembre 2009 – 2015)	42
Gráfico 13. Exportaciones según grupo de producto	44
Gráfico 14. Histórico del número de empresas en Bogotá hasta el año 2015	46
Gráfico 15. Porcentaje de empresas en Bogotá según su tamaño 2015	46
Gráfico 16. Índice de precios al consumidor (IPC) BOGOTÁ	48
Gráfico 17. IPC Colombia Vestuario variación anual 2015 respecto al 2014	49
Gráfico 18. Porcentaje de contribución a la producción por región	50
Gráfico 19. Porcentaje de exportaciones en Colombia por departamento	52
Gráfico 20. Volumen de las exportaciones de la región Bogotá-Cundinamarca y tasas de crecimiento.	53
Gráfico 21. Participación en las exportaciones por tipo de industria	54
Gráfico 22. Importaciones de Bogotá según actividad económica	55
Gráfico 23. IPC Vestuario y confección	56
Gráfico 24. Variación del PIB por trimestre 2015	57
Gráfico 25. Producto interno bruto Trimestral a precios constantes de 2005 por ramas de actividad económica (Miles de millones de pesos)	58
Gráfico 26. Exportaciones a diciembre de 2015 respecto a 2014	59
Gráfico 27. Importaciones	60
Gráfico 28. Distribución geográfica del sector de confecciones en Colombia, 2011	70
Gráfico 29. Participación sobre los ingresos operacionales	71
Gráfico 30. Concentración de la industria textil, por grupo de localidades 2005	73
Gráfico 31. Variación anual de las ventas reales de subsectores de la confección respecto al total de la industria	75

Gráfico 32. Número de personas por localidad de estratos 4, 5 y 6	80
Gráfico 33. Número de mujeres entre los 15 y 44 años por localidad	81
Gráfico 34. ¿Conoce las ecofibras o telas ecológicas?	85
Gráfico 35. ¿Qué tipo de ecofibras conoce?	86
Gráfico 36. ¿Qué estilo prefiere en prendas como blusas y chaquetas?	87
Gráfico 37. ¿Qué tipo de tela prefiere para prendas como blusas y chaquetas?	87
Gráfico 38. ¿Cuáles de las siguientes marcas tienen mayor posicionamiento en el mercado?	88
Gráfico 39. ¿Con que frecuencia compra blusas?	89
Gráfico 40. ¿Con que frecuencia compra chaquetas?	90
Gráfico 41. ¿Dónde acostumbra a comprar blusas y chaquetas?	90
Gráfico 42. ¿Qué talla utiliza usted?	91
Gráfico 43. ¿En qué rango de edad se encuentra ubicada usted?	92
Gráfico 44. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una blusa?	93
Gráfico 45. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una chaqueta?	93
Gráfico 46. ¿Cuál es su motivo de compra más frecuente?	94
Gráfico 47. Matriz de perfil competitivo	95
Gráfico 48. Unidades demandadas por año (blusas)	97
Gráfico 49. Unidades demandadas por año (chaquetas)	98
Gráfico 50. Oferta a precios de comprador	99
Gráfico 51. Sueldos	173
Gráfico 52. Número de árboles por hectárea en el área urbana	192
Gráfico 53. Nivel promedio de PM10	193
Gráfico 54. Flujo de caja	214

## LISTA DE ANEXOS

	<b>pág.</b>
Anexo A. Encuestas	226
Anexo B. Cotizaciones de elementos publicitarios	229
Anexo C. Estudio de tiempos	232
Anexo D. Cotizaciones muebles y equipos de oficina	236
Anexo E. Cotizaciones de elementos de oficina	243
Anexo F. Cotizaciones de maquinaria	250
Anexo G. Cotizaciones de herramientas	252
Anexo H. Cotizaciones de materia prima e insumos	256
Anexo I. Cotizaciones de elementos de seguridad en el trabajo	260
Anexo J. Manuales de funciones	263
Anexo K. Formulario de Registro Unico Empresarial y Social	271
Anexo L. Minuta de constitución	276
Anexo M. Formulario de Registro Unico Tributario	281
Anexo N. Solicitud de facturación	288
Anexo O. Formulario Adicional de Registro con Otras Entidades	291
Anexo P. Cotización Cámara de Comercio	295
Anexo Q. Tablas de amortización	297

## RESUMEN

El Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección de chaquetas y blusas para dama, siguiendo los principios de la moda ética, en Bogotá, se desarrolló iniciando con el diagnóstico del sector; en este diagnóstico se identifican los factores más relevantes en la industria manufacturera y en especial en la industria de la confección. En segunda instancia se realizó el estudio de mercado, que permite identificar el mercado objetivo del proyecto, para este caso lo constituyen las mujeres entre los 15 y 44 años de edad que viven en las localidades de Usaquén y Chapinero; de esta manera se establecieron estrategias idóneas para llegar a este mercado, en el desarrollo de este capítulo se identifican factores sumamente influyentes como lo son la oferta y la demanda, tomando como punto de partida dichos datos se da paso al estudio técnico, en donde se identificaron las capacidades de producción y los requerimientos no solo respecto a maquinaria y equipo sino también respecto a la mano de obra, llegando así a la consolidación de un plan de producción y de requerimiento de material; en el desarrollo de este estudio se identificó que la ubicación más apropiada se encuentra en Engativá.

Para darle continuidad al desarrollo del proyecto se realizó el estudio administrativo, el cual permitió establecer la estructura interna, necesaria para lograr un adecuado desempeño a nivel empresarial, en donde se tuvo en cuenta el capital humano como parte importante y la importancia de establecer un trato justo ya que es uno de los principios más relevantes de la moda ética. Respecto al ámbito legal, se establecieron las implicaciones legales del proyecto respecto a la constitución de la empresa y respecto a la normatividad que cobija el desarrollo de las actividades propias del proyecto, se desarrolló un estudio de los factores medio ambientales y recursos en los que incide el proyecto, determinando un plan de acción encaminado a mitigar los posibles impactos negativos que pueda ocasionar en su entorno. Finalmente se desarrolla el estudio financiero en donde se identificó, un VPN correspondiente a \$41.350.456, usando una TIO del 26%, y una TIR de 40%, demostrando la factibilidad y rentabilidad del proyecto.

## INTRODUCCIÓN

En Bogotá existen varias oportunidades de inversión que impulsan la creación de nuevas empresas, ya que es una ciudad que se caracteriza por contar con fortaleza económica, recurso humano capacitado, un excelente ambiente de negocios y sobre todo cuenta con una ubicación estratégica. Bajo estas condiciones, surge la idea de desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección de blusas y chaquetas para dama. Con la finalidad de desarrollar dicho estudio de factibilidad, se utilizaron herramientas de ingeniería, partiendo del reconocimiento del comportamiento actual de las variables más influyentes en el sector de la confección, a través de la realización del diagnóstico.

El proyecto se enfoca en desarrollar productos de diseño exclusivo, rescatando algunas de las técnicas artesanales autóctonas del país, utilizando materiales de alta calidad que le brinden un mayor tiempo de vida útil a las prendas, contrarrestando así el enfoque de la moda rápida.

Una vez se tienen claras las condiciones del entorno, tras el desarrollo del diagnóstico, se procede a realizar el estudio de mercados, que tiene como finalidad identificar los aspectos más relevantes en el mercado, como la oferta, la demanda e incluso el reconocimiento del mercado objetivo al que se dirigirá el producto, y el desarrollo de las estrategias comerciales pertinentes. Partiendo de la información establecida en el estudio de mercados en donde se establecen las necesidades del cliente, se desarrollan los programas de producción, se identifican los métodos de trabajo y se establecen las capacidades y requerimientos de maquinaria y personal, todo esto por medio del estudio técnico; de esta manera se hace posible la realización del estudio administrativo que permite establecer los aspectos más relevantes a nivel interno como la estructura organizacional y las políticas de la organización.

Una parte bastante importante en el desarrollo del proyecto está en la identificación del marco legal en el que se desenvuelve el mismo, dicho marco se identifica tras el desarrollo del estudio legal, en donde se reconocen principalmente las normas vigentes aplicables al sector de la confección y los requisitos para legalizar una empresa en Colombia. Otro de los puntos relevantes lo constituye la identificación de los factores e impactos ambientales asociados al proyecto, buscando garantizar las buenas prácticas en la empresa; esta identificación se logra con el desarrollo del estudio ambiental.

Por último se desarrolla el estudio financiero que tiene como fin la identificación de la factibilidad y rentabilidad del proyecto, por medio de la utilización de herramientas financieras como el VPN y la TIR.



Los antecedentes en la ciudad de Bogotá respecto a proyectos de este tipo, se evidencian en el concepto de moda desarrollado por la diseñadora Amelia Toro, que desde sus inicios ha incluido practicas socialmente responsables, además de innovar en técnicas de reciclaje y materiales orgánicos, que permiten preservar los recursos naturales; Uno de los principios más fuertes impulsados por esta diseñadora es el de la recuperación de técnicas ancestrales, debido a que en cada una de sus colecciones incluye técnicas artesanales autóctonas nacionales, otro de los principios de la moda ética que aplica es la atención a la calidad de vida de artesanos y comunidades, debido a que brinda apoyo a la población vulnerable constituida por madres cabeza de familia a través de vinculaciones y contratos directos que les permite crecer y desarrollar un proyecto de vida.

Este proyecto tiene como objetivo general la realización de un estudio de factibilidad, para la creación de una empresa de confección de chaquetas y blusas para dama, siguiendo los principios de la moda ética, en la ciudad de Bogotá; dicho objetivo se alcanzará con el cumplimiento de siete objetivos específicos en donde el primero consiste en hacer el Diagnóstico del sector confección, para determinar el estado actual del mismo; en segundo lugar está la realización del Estudio de Mercado, para conocer los factores tanto de la oferta como de la demanda a través de la realización de una encuesta; el tercer objetivo es hacer el Estudio Técnico, para estipular los requerimientos del proyecto tales como la capacidad, la localización, los métodos de trabajo, entre otros; en cuarta instancia esta la realización del Estudio Administrativo, para establecer la estructura organizacional y los planes de trabajo más idóneos para el proyecto; en quinto lugar se encuentra la elaboración del Estudio Legal, para conocer la normatividad en la cual se enmarca el proyecto; el sexto objetivo se trata de efectuar el Estudio Ambiental, para determinar los impactos medio ambientales y las acciones necesarias para mitigar y controlar dichos impactos; y por último en séptima instancia se encuentra el objetivo de hacer el Estudio Financiero, para determinar la factibilidad y rentabilidad del proyecto.

## **1. DIAGNÓSTICO**

En este capítulo se desarrolla el diagnóstico del sector de confecciones en Bogotá, por medio de la recopilación y análisis de datos, tomados de algunas fuentes como el Ministerio de Industria y Comercio, el DANE, PROCOLOMBIA, INDEXMODA, La Cámara de Comercio de Bogotá, La revista DINERO, El diario PORTAFOLIO, El Banco de la Republica, la Superintendencia de Sociedades, El Espectador, El Ministerio de Trabajo y otras entidades que proporcionan información confiable. Todo esto con la finalidad de conocer la realidad de dicho sector, e identificar las debilidades y fortalezas a las que puede enfrentarse una nueva compañía en el mercado.

La industria manufacturera, es la clasificación industrial que hace referencia al grupo de actividades relacionadas con la transformación de materias primas, en productos ya sea semiterminados o terminados. Dentro de esta clasificación, a su vez, se encuentra la industria de la confección, que es la encargada de obtener prendas de vestir a partir de la transformación de materias primas textiles.

### **1.1. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR MANUFACTURERO Y DE LAS CONFECCIONES DE PRENDAS DE VESTIR A NIVEL NACIONAL**

El comportamiento de la industria experimenta cambios relacionados con la dinámica de la oferta y demanda, no solo a nivel interno sino también externo, por esta razón es necesario conocer algunos datos alusivos a estas características que inciden en el desarrollo de la industria y sus tendencias.

El boletín técnico presentado por el DANE respecto a la Encuesta Mensual Manufacturera (EMM), efectuada en el mes de noviembre de 2015, permite conocer el comportamiento de las variables más influyentes en el mercado, como la producción real, las ventas reales y el personal ocupado en el sector manufacturero, como se muestra en la Tabla 1., y en el Gráfico 1.

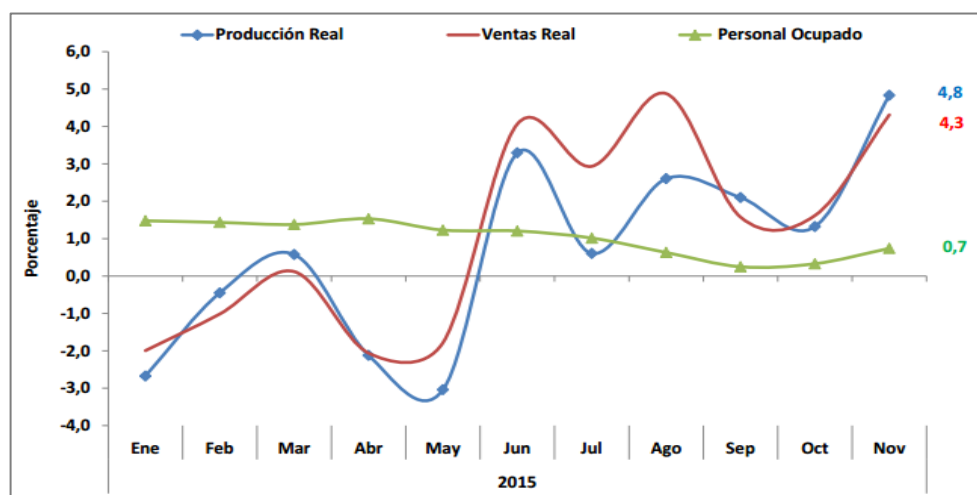
La producción real en la industria manufacturera suele variar de forma simultánea a las ventas reales, debido a que esta industria maneja los niveles de producción teniendo en cuenta pronósticos de ventas basados, la mayoría de veces, en datos históricos, lo que por lo general hace que el nivel de ventas este muy cercano al de producción. Este comportamiento es favorable debido a que, en pocas palabras, se está vendiendo lo que se produce, recuperando la inversión y recibiendo las utilidades pertinentes.

Tabla 1. Comportamiento de la industria manufacturera

Mes	Producción real	Ventas reales	Personal ocupado
Enero	-2,6%	-2,0%	1,5%
Febrero	-0,5%	-1,0%	1,4%
Marzo	0,7%	0,1%	1,3%
Abril	-2,2%	-2,0%	1,5%
Mayo	-3,1%	-2,1%	1,2%
Junio	3,3%	4,1%	1,1%
Julio	0,7%	2,9%	1,0%
Agosto	2,8%	4,9%	0,8%
Septiembre	2,1%	1,5%	0,2%
Octubre	1,3%	1,6%	0,3%
Noviembre	4,8%	4,3%	0,7%

Fuente: DANE. “Encuesta Mensual Manufacturera”. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/construccion-en-industria/industria/muestra-mensual-manufacturera-mmm> [Consultado el 02/02/2016].

Gráfico 1. Comportamiento de la industria manufacturera; (2014 / 2015)



Fuente: DANE. “Encuesta Mensual Manufacturera”. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/construccion-en-industria/industria/muestra-mensual-manufacturera-mmm> [Consultado el 02/02/2016].

La industria manufacturera suele estar sujeta a variaciones relacionadas con la época, ya que en meses como junio y agosto, las ventas reales tienden a incrementarse en una proporción mucho mayor al incremento presentado por parte de la producción real, mientras que en meses previos a la temporada de fin de año como octubre y noviembre tanto las ventas reales como la producción real

experimentan variaciones crecientes de manera simultánea y en grandes proporciones.

El personal ocupado en la industria manufacturera a lo largo del año varía de manera creciente en pequeñas proporciones, ni siquiera en los meses de mayor demanda y producción experimenta incrementos considerables, lo que puede explicarse desde la tendencia de esta industria por mantener la cantidad de colaboradores constantes y en caso de necesitar elevar el nivel de producción aumentar las horas de trabajo o incrementar la carga laboral.

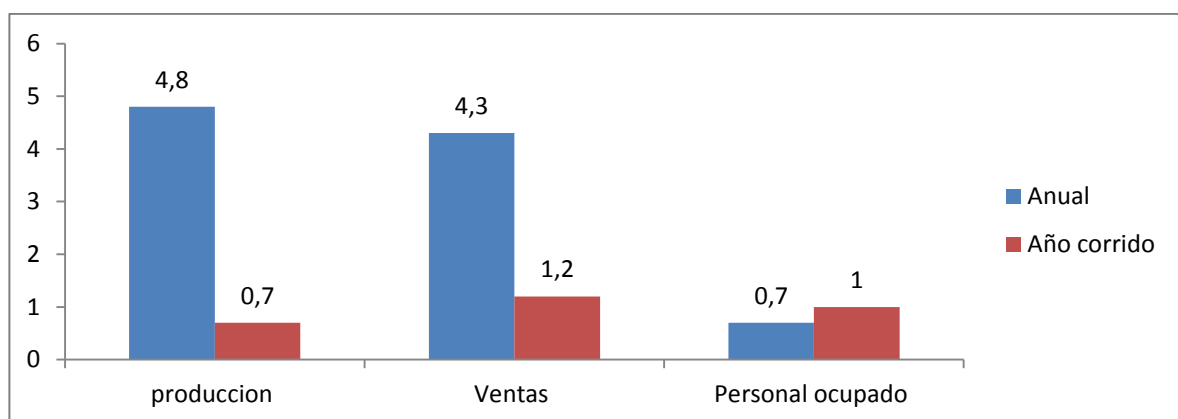
En la Tabla 2., se resume el comportamiento de las principales variables (producción, ventas y personal ocupado) mostrando la variación porcentual de un año al otro respecto al mes de noviembre, y respecto al acumulado de enero a noviembre de 2015; dicho comportamiento se ilustra en el Gráfico 2.

Tabla 2. Resumen del comportamiento de las principales variables (Variación Porcentual)

Indicador	Anual Nov 15 / Nov 14	Año corrido Ene-Nov 15 / Ene-Nov 14
Producción	4,8	0,7
Ventas	4,3	1,2
Personal ocupado	0,7	1,0

Fuente: DANE. “Encuesta Mensual Manufacturera”. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/construccion-enindustria/industria/muestra-mensual-manufacturera-mmm> [Consultado el 02/02/2016].

Gráfico 2. Resumen del comportamiento de las principales variables



Fuente: DANE. “Encuesta Mensual Manufacturera”. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/construccion-enindustria/industria/muestra-mensual-manufacturera-mmm> [Consultado el: 02/02/2016].

A noviembre de 2015 se presentaron variaciones muy similares tanto para la producción como para las ventas, debido a la estacionalidad en el comportamiento del mercado y especialmente al cambio registrado en la época de fin de año, alcanzando valores de 4,8% y 4,3% respectivamente, por el contrario el personal ocupado presentó un incremento de 0,7% porcentaje bastante bajo si se contrasta con el volumen de producción real.

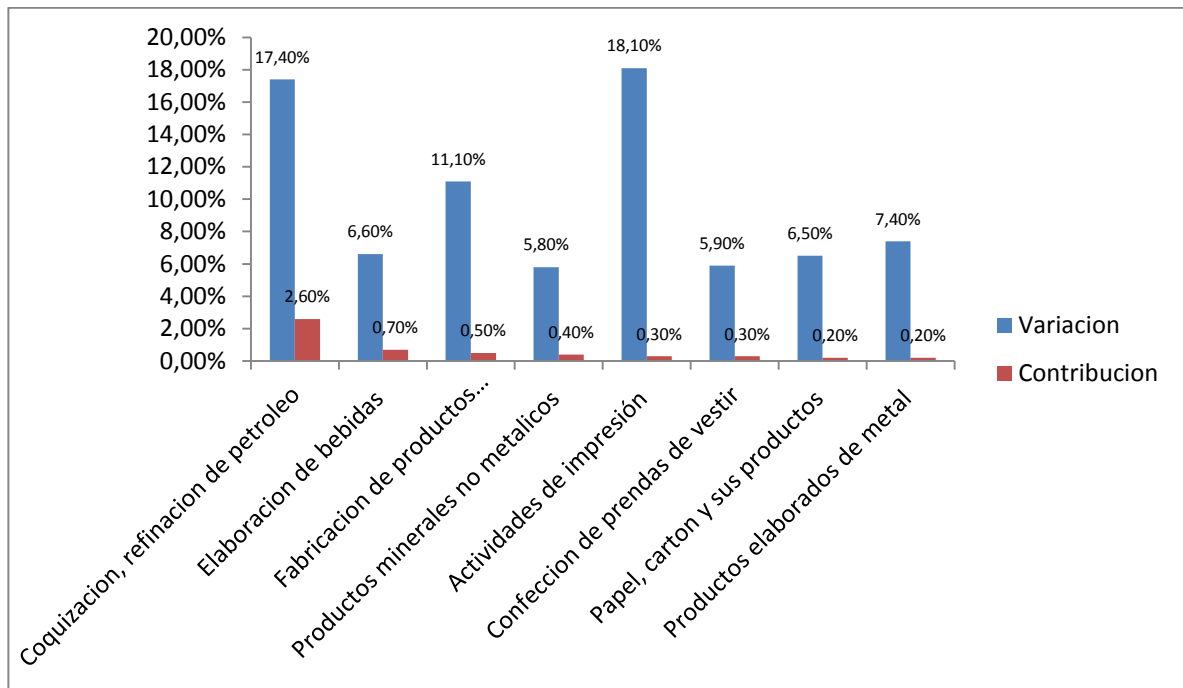
**1.1.1 Producción real de la industria manufacturera en Colombia.** Con la finalidad de identificar el comportamiento de la producción anual por parte de la industria manufacturera, se utilizaron datos proporcionados por el DANE en la Encuesta Mensual Manufacturera. La muestra escogida para dicha encuesta representa 39 actividades relacionadas con la industria manufacturera. En la Tabla 3., y en el Gráfico 3., se muestran tan solo algunas de las mas relevantes, en donde es posible identificar las de mayor variación, que para este caso son las actividades de impresión con 18,1%; la coquización, refinación de petróleo, y mezcla de combustibles con una variación de 17,4% le sigue la fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales con un 11,1%. Las clases de mayor contribución al sector manufacturero fueron la coquización, refinación de petróleo y mezcla de combustibles, la elaboración de bebidas y la fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales que aportaron 2,6; 0,7 y 0,5 puntos porcentuales respectivamente.

Tabla 3. Variación anual y contribución de la producción real, según actividad manufacturera.

Descripción	Variación	Contribución
Coquización, refinación de petróleo	17,4%	2,6%
Elaboración de bebidas	6,6%	0,7%
Fabricación de productos farmacéuticos	11,1%	0,5%
Productos minerales no metálicos	5,8%	0,4%
Actividades de impresión	18,1%	0,3%
Confección de prendas de vestir	5,9%	0,3%
Papel, cartón y sus productos	6,5%	0,2%
Productos elaborados de metal	7,4%	0,2%

Fuente: DANE “Encuesta Mensual Manufacturera”. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/construccion-en-industria/industria/muestra-mensual-manufacturera-mmm> [Consultado el 02/02/2016].

Gráfico 3. Variación anual y contribución de la producción real, según actividad manufacturera



Fuente: DANE. “Encuesta Mensual Manufacturera”. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/construccion-en-industria/industria/muestra-mensual-manufacturera-mmm> [Consultado el: 02/02/2016].

El sector de confección se encuentra en un rango de crecimiento medio con respecto a los más altos de la industria manufacturera, y su contribución es relativamente significativa, respecto al comportamiento en general de la industria manufacturera, ya que un total de 26 actividades industriales presentaron variaciones crecientes sumando el 6,5% de la variación total, y las 13 restantes presentaron tendencias decrecientes que contrarrestaron en un 1,7% la variación total.

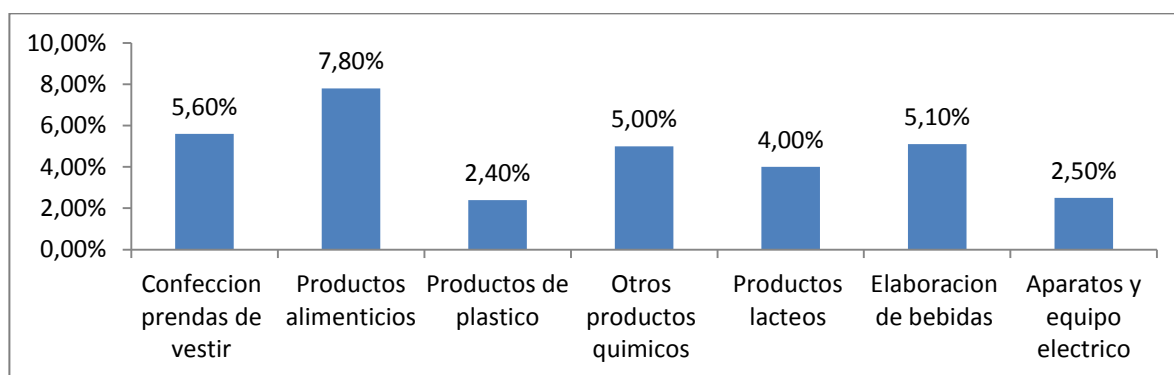
**1.1.2 Empleo generado por la industria manufacturera.** El empleo generado por la industria manufacturera, se incrementó en los últimos meses en una baja proporción como se especifica, en la Tabla 4., y en el Gráfico 4., representa el aporte al empleo por parte de la industria especificando cada una de las clases industriales incluidas por el DANE en la encuesta mensual de manufactura.

Tabla 4. Variación anual y contribución del personal ocupado (2015/2014)

Descripción	Variación	Contribución
Confección de prendas de vestir	5,6%	0,6%
Elaboración de otros productos alimenticios	7,8%	0,2%
Fabricación de productos de plástico	2,4%	0,2%
Fabricación de otros productos químicos	5,0%	0,1%
Elaboración de productos lácteos	4,0%	0,1%
Elaboración de bebidas	5,1%	0,1%
Fabricación de aparatos y equipo eléctrico	2,5%	0,1%

Fuente: DANE. “Encuesta Mensual Manufacturera”. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/construccion-en-industria/industria/muestra-mensual-manufacturera-mmm> [Consultado el: 02/02/2016].

Gráfico 4. Variación anual del personal ocupado por la industria 2015/2014



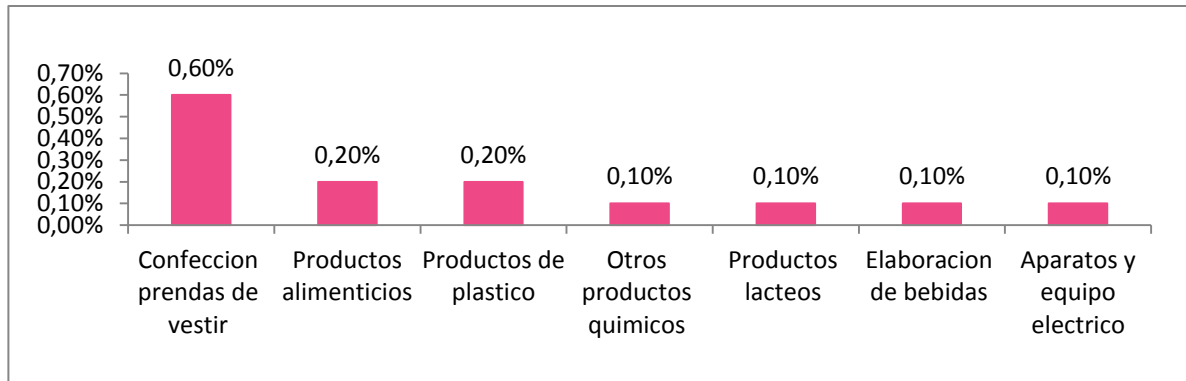
Fuente: DANE. “Encuesta Mensual Manufacturera”. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/construccion-en-industria/industria/muestra-mensual-manufacturera-mmm> [Consultado el 02/02/2016].

Tabla 5. Contribución del personal ocupado por la industria

Actividad	Porcentaje de contribución
Confección de prendas de vestir	0,6%
Productos alimenticios	0,2%
Productos de plástico	0,2%
Otros productos químicos	0,1%
Productos lácteos	0,1%
Elaboración de bebidas	0,1%
Aparatos y equipo eléctrico	0,1%

Fuente: DANE. “Encuesta Mensual Manufacturera”. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/construccion-en-industria/industria/muestra-mensual-manufacturera-mmm> [Consultado el 02/02/2016].

Gráfico 5. Contribución del personal ocupado por la industria



Fuente: DANE. “Encuesta Mensual Manufacturera”. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/construccion-en-industria/industria/muestra-mensual-manufacturera-mmm> [Consultado el 02/02/2016].

La variación total de la industria manufacturera en relación al empleo para noviembre de 2015 respecto al mismo mes de 2014 fue de 0,7%; de esta variación la industria de la confección fue la que contribuyó en mayor proporción, con un valor porcentual de 0,6 además de que su incremento fue uno de los mas altos, como se muestra en la Tabla 5., y en el Gráfico 5., para descartar el hecho de que sea un comportamiento aparente y la mayoría de los empleos registrados sean temporales es necesario conocer la relación porcentual por cada tipo de contratación en las diferentes áreas de desempeño con las que cuenta esta industria.

El empleo dentro de la industria manufacturera se clasifica en tres grandes grupos, el personal ocupado, los administrativos y los vinculados con el área de producción, en la Tabla 6., se evidencia que porcentaje de variación por cada uno y el tipo de vinculación.

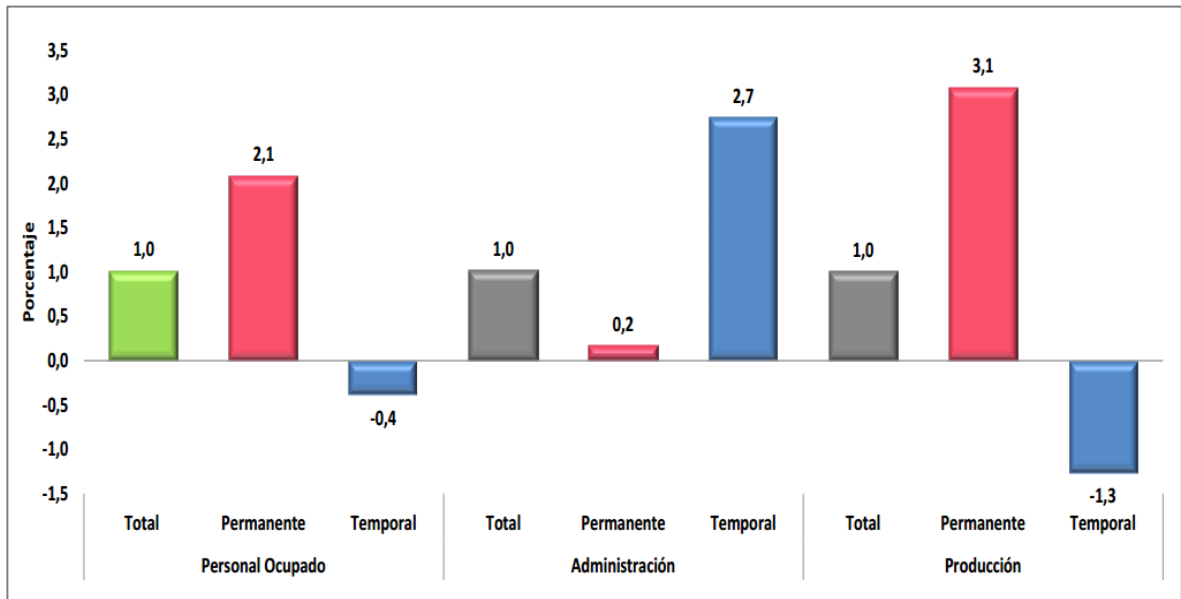
Tabla 6. Variación anual del personal ocupado por la industria manufacturera. Año corrido a Noviembre 2015/2014

Tipo de contrato	Personal ocupado	Administración	Producción
Permanente	2,1	0,2	3,1
Temporal	-0,4	2,7	-1,3

Fuente: DANE. “Encuesta Mensual Manufacturera”. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/construccion-en-industria/industria/muestra-mensual-manufacturera-mmm> [Consultado el 02/02/2016].



Gráfico 6. Variación anual del personal ocupado por la industria manufacturera, según tipo de contrato y área funcional. Año corrido a Noviembre 2015/2014



Fuente: DANE. “Encuesta Mensual Manufacturera”. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/construccion-en-industria/industria/muestra-mensual-manufacturera-mmm> [Consultado el 02/02/2016].

El área de producción experimentó una mayor variación por parte de la contratación a término indefinido, con respecto a las otras áreas, es decir en términos de estabilidad laboral esta sería el área que brinda un mayor beneficio, en el caso del personal ocupado la mayor variación se dio también por parte de la contratación a término indefinido en menor proporción alcanzando un valor de 2,1%; tanto en el área de personal ocupado como producción la vinculación laboral a término fijo decreció mientras que en el área administrativa experimentó un aumento de 2,7%, ver Gráfico 6.

Se evidencia que en la industria hay mayores posibilidades de vincularse laboralmente a empleos entre la parte operativa y las áreas productivas, si se está en busca de una vinculación estable, debido a que el área administrativa suele ser estática en este tipo de contrato y por el contrario presenta un mayor volumen de contrataciones de tipo temporal.

**1.1.3 Factores que afectan el crecimiento de la industria manufacturera.** El informe elaborado en el mes de octubre de 2015 por el ministerio de industria y comercio, reveló información sobre los factores que impactan de manera negativa a la industria manufacturera, sus implicaciones y causas. Una de las principales problemáticas es el tipo de cambio, le sigue la demanda, las materias primas, la

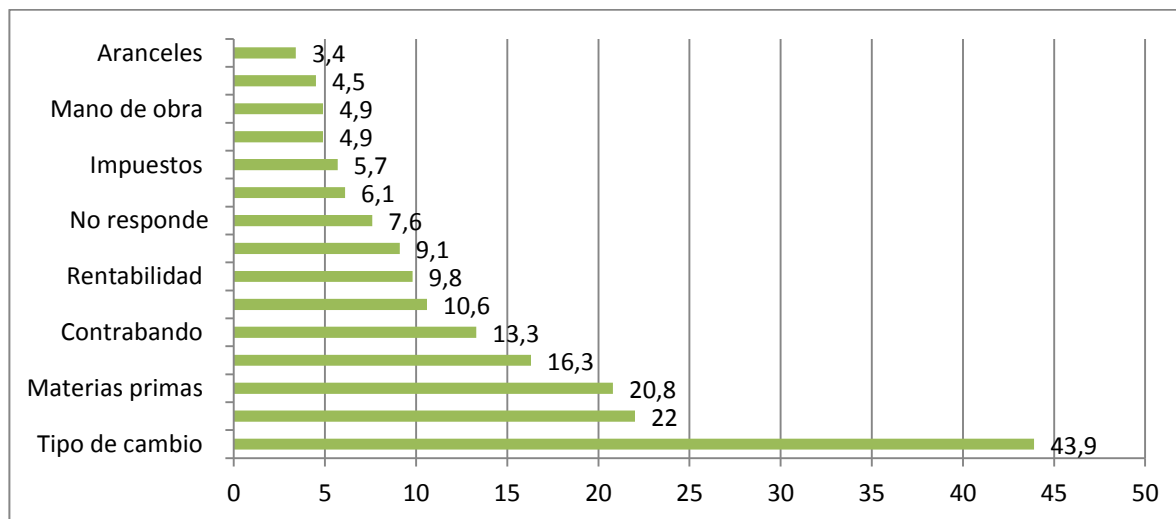
competencia, el contrabando y otros que como se muestra en la Tabla 7., y en el Gráfico 7., representan para la mayoría de las compañías una barrera de crecimiento.

Tabla 7. Factores que afectaron el crecimiento de la industria

Factor	Porcentaje
Tipo de cambio	43,9
Demanda	22
Materias primas	20,8
Competencia	16,3
Contrabando	13,3
Otros	10,6
Rentabilidad	9,8
Transporte terrestre	9,1
No responde	7,6
Suministro (energía, gas)	6,1
Impuestos	5,7
Factores climáticos	4,9
Mano de obra	4,9
Competitividad	4,5
Aranceles	3,4

Fuente: MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO. “Informe de Industria”. [En línea]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=47>[Consultado el 02/02/2016].

Gráfico 7. Factores que afectaron el crecimiento de la industria manufacturera ANDI (Septiembre de 2015)



Fuente: MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO. “Informe de Industria”. [En línea]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=47> [Consultado el 02/02/2016].

El tipo de cambio “a partir de los meses de octubre, noviembre y diciembre del 2015 el peso colombiano empezó a devaluarse frente al dólar. El mes de octubre cerró con una tasa de cambio promedio de 2.937,85 pesos por dólar”<sup>1</sup>

Este fenómeno se explica debido a la caída en el precio del petróleo, el déficit de la balanza comercial en Colombia y la migración de los flujos económicos hacia la economía norte americana, debido a la recuperación que ha experimentado en los últimos meses. Aunque lo esperado tras la devaluación fuese un estímulo en las exportaciones, esto se vió disminuido porque la devaluación de otras monedas frente al dólar ver Tabla 8., y Gráfico 8., ha elevado el valor de las importaciones desde otros países, por ello en general la demanda mundial fue afectada.

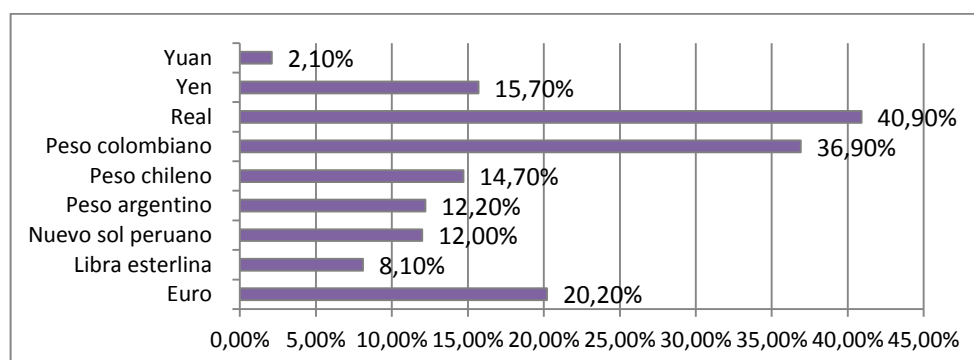
Tabla 8. Incrementos de las tasas de cambio de algunos países frente al dólar americano año corrido a noviembre de 2015

Moneda	Incremento
Euro	20,20%
Libra esterlina	8,10%
Nuevo sol peruano	12,00%
Peso argentino	12,20%
Peso chileno	14,70%
Peso colombiano	36,90%
Real	40,90%
Yen	15,70%
Yuan	2,10%

Fuente: MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO. “Informe de Industria”. [En línea]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/publicacion>. [Consultado el: 02/02/2016].

<sup>1</sup> MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO. “Informe de Industria”. [En línea]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=47> [Consultado el 02/02/2016].

Gráfico 8. Incrementos de las tasas de cambio de algunos países frente al dólar americano año corrido a noviembre de 2015



Fuente: MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO. “Informe de Industria”. [En línea]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/publicacion>. [Consultado el 02/02/2016].

Colombia y Brasil son unos de los países que presentaron un mayor incremento respecto a la Tasa de Cambio en lo corrido del año a noviembre de 2015 alcanzando una variación de 36,9% y 40,9% respectivamente. Otro factor que afectó la industria manufacturera fue la falta de demanda, ya que tanto la demanda interna como la externa (exportaciones), decrecieron desde finales de 2014 hasta noviembre de 2015.

La demanda externa experimentó una disminución e impactó de manera negativa los diferentes sectores de la economía colombiana. Esta caída se dio debido a que “en general el mundo está comprando menos; de enero a octubre de 2015 las importaciones mundiales han disminuido el 13,1% frente al mismo periodo de 2014 según la OMC.”<sup>2</sup>, y situaciones como la inestabilidad en la demanda venezolana y las restricciones de entrada al mercado ecuatoriano reforzaron tal disminución.

La disminución en la demanda interna puede catalogarse como un efecto secundario de la devaluación, debido a que el incremento en el precio de algunos insumos importados la maquinaria y los bienes de capital para la producción nacional, hicieron que los productos terminados incrementaran su costo impactando así negativamente la demanda.

Además de esto la competencia externa (importaciones de producto terminado) a bajo costo, ha cobrado importancia en los últimos dos años, ya que en la encuesta efectuada en septiembre de 2015, el 20,8% de los empresarios encuestados mencionaron este factor como uno de los que más afecta el desarrollo de la

<sup>2</sup> MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO. “Informe de Industria mes Octubre”. [En línea]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=47> [Consultado el 04/02/2016].

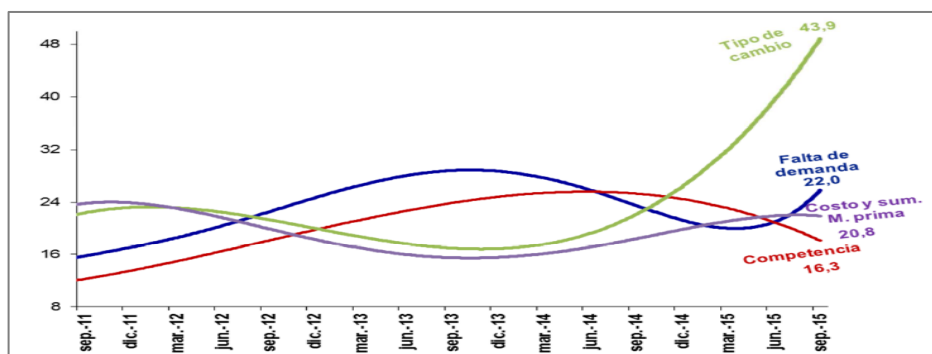
industria, por la debilidad en los métodos de regulación de entrada de dicha mercancía al país.

Tabla 9. Tendencia de las principales problemáticas identificadas por los industriales

Mes	Tipo de cambio	Falta de demanda	Costo y suministro de MP	Competencia
Septiembre 2011	22	16	24	12
Diciembre 2011	23	18	24,2	14
Marzo 2012	23,9	19	23,9	15
Junio 2012	22,8	20	21,8	16,2
Septiembre 2012	20,7	23	19,7	17,2
Diciembre 2012	18,6	24,1	16,9	20,2
Marzo 2013	18,3	27	17,4	22
Junio 2013	17,9	28	16,3	23,8
Septiembre 2013	17,5	29	15,9	24
Diciembre 2013	17,4	29	15,9	24,3
Marzo 2014	18	28	16,1	24,4
Junio 2014	20,3	27	17	24,4
Septiembre 2014	22,4	24	18,5	23,9
Diciembre 2014	25,8	19	19,2	24,2
Marzo 2015	31	17	19,5	23,2
Junio 2015	39,7	18	20,5	18
Septiembre 2015	43,9	22	20,8	22,0

Fuente: MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO. “Informe de Industria mes de Octubre”. [En línea]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=15695>. [Consultado el 02/02/2016].

Gráfico 9. Tendencia de las principales problemáticas



Fuentes: MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO. “Informe de Industria mes de Octubre”. [En línea]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id> [Consultado el 02/02/2016].

Muchas de las problemáticas enunciadas anteriormente se relacionan entre sí, la falta de demanda suele ser inversamente proporcional al costo de los insumos y

materia prima, debido a que si el costo de estos últimos sube, la demanda baja por que las personas pierden poder adquisitivo; mientras que el tipo de cambio guarda una relación estrecha con el costo de los insumos y materia prima, esto refleja que la mayoría de los materiales implicados en la industria, son importados y por ello el tipo de cambio incide directamente en el incremento de su precio como se evidencia en la Tabla 9., y en el Gráfico 9.

**1.1.4 Producto Interno Bruto PIB, a nivel nacional.** Uno de los indicadores que refleja el estado actual de la economía del país, es el Producto Interno Bruto (PIB), que se obtiene del total de bienes y servicios producidos en el país, durante un periodo de tiempo determinado. Incluyendo la producción generada por nacionales y extranjeros residentes en el país, y excluyendo la producción de nacionales en el exterior<sup>3</sup>. Durante el segundo trimestre de 2015 el PIB presentó una variación creciente de 3,0% respecto al mismo periodo de 2014<sup>4</sup>; los sectores industriales que presentaron una mayor participación porcentual en el PIB de dicho trimestre fueron las sustancias y productos químicos, la refinación del petróleo, los minerales no metálicos y las prendas de vestir con participaciones de 13.2%, 11%, 8.7% y 7,1% respectivamente, ver Tabla 10., y Gráfico 10.

Tabla 10. Participación porcentual del PIB industrial II trimestre de 2015

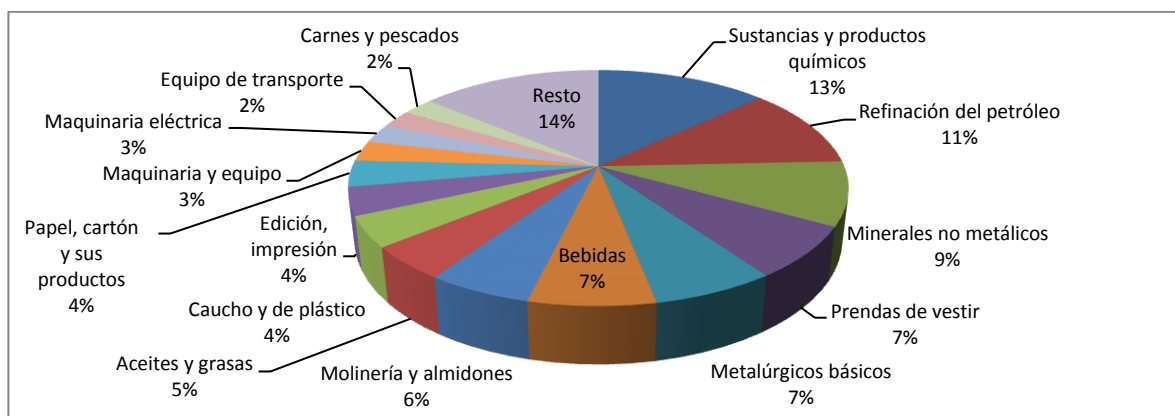
Sector industrial	Participación porcentual
Sustancias y productos químicos	13,2%
Refinación del petróleo	11,0%
Minerales no metálicos	8,7%
Prendas de vestir	7,1%
Metalúrgicos básicos	6,7%
Bebidas	6,9%
Molinería y almidones	5,7%
Aceites y grasas	4,6%
Caucho y de plástico	4,2%
Edición, impresión	3,8%
Papel, cartón y sus productos	3,6%
Maquinaria y equipo	2,8%
Maquinaria eléctrica	2,6%
Equipo de transporte	2,4%
Carnes y pescados	2,4%
Resto	13,9%

Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. “PIB por ramas de actividad económica”. [En línea]. Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/pib> [Consultado el 07/02/2016].

<sup>3</sup> BANCO DE LA REPÚBLICA. “PIB”. [En línea]. Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/qu-producto-interno-bruto-pib> [Consultado el 05/02/2016].

<sup>4</sup> PORTAFOLIO. “Economía colombiana creció 3,0% en el segundo trimestre”. [En línea]. Disponible en: <http://www.portafolio.co/economia/pib-colombia-2015-segundo-trimestre-dane> [Consultado el 05/02/2016].

Gráfico 10. Participación porcentual por sectores del PIB industrial II trimestre de 2015



Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. “PIB por ramas de actividad económica”. [En línea]. Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/pib> [Consultado el 07/02/2016].

El PIB trimestral a precios constantes de 2014 y 2015 para la fabricación de tejidos artículos de punto y ganchillo y prendas de vestir, se contrastan a continuación en la Tabla 11., y en el Gráfico 11. El PIB para el primer trimestre de los dos periodos referidos anteriormente, alcanzó valores de 1.051 y 1.000 miles de millones en 2014 y 2015 respectivamente, esta variación decreciente corresponde al 4.8%, en el segundo trimestre se presentó una menor variación igualmente decreciente correspondiente al 0.58%, por el contrario en el tercer trimestre del mismo año se presentó una variación creciente correspondiente a 2.88%.

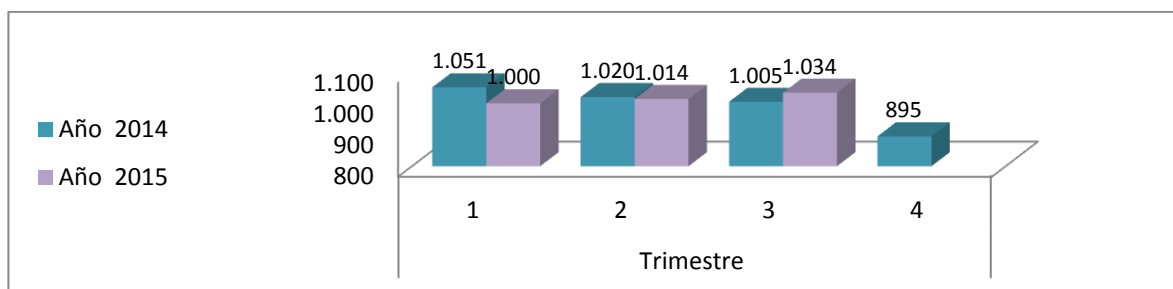
El PIB refleja el nivel de producción en Colombia, en el 2014 este nivel fue mayor en el primer trimestre del año y fue decreciendo trimestre a trimestre, mientras que para 2015 el comportamiento fue inverso, demostrado por el crecimiento dado en el tercer trimestre.

Tabla 11. El PIB trimestral a precios constantes de 2005 (Miles de Millones de pesos)

Trimestre	Miles de millones de pesos	
	2014	2015
1	1051	1000
2	1020	1014
3	1005	1034
4	895	-

Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. “PIB por ramas de actividad económica”. [En línea]. Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/pib> [Consultado el 07/02/2016].

Gráfico 11. El PIB trimestral a precios constantes de 2005 por ramas de actividad económica - Miles de Millones de pesos



Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. “PIB por ramas de actividad económica”. [En línea]. Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/pib> [Consultado el 07/02/2016].

El nivel de producción en esta industria no presenta tendencias constantes en cuanto a la producción, debido a que la demanda varía en grandes proporciones dependiendo de la época del año que se esté analizando, debido a las preferencias de los clientes y sus necesidades cambiantes.

**1.1.5 Exportaciones efectuadas por la industria manufacturera.** El sector manufacturero también sufre un porcentaje de la demanda a nivel internacional, las exportaciones en noviembre del 2015 respecto al año anterior experimentaron una variación decreciente de 37,7%, debido a que en general todos los sectores presentaron variaciones decrecientes, los sectores que más aportaron a esta disminución son los combustibles e industrias extractivas con una variación de 49.8% lo que contribuyó a la variación en 30,42%, la industria manufacturera y los agropecuarios, alimentos y bebidas contribuyeron apenas con 3.97% y 3.33% respectivamente, ver Tabla 12., el efecto más representativo se dio debido a los combustibles lo que se explica desde todo el fenómeno socioeconómico desencadenado por la crisis del petróleo.

Tabla 12. Principales grupos de productos a noviembre de 2015

Principales grupos de productos	Noviembre 2015		
	Millones US\$	Variación %	Contribución a la variación
Agropecuarios, alimentos y bebidas	511,4	-19,8	-3,33
Combustibles e industrias extractivas	1.163,6	-49,8	-30,42
Manufacturas	621,4	-19,5	-3,97
Otros sectores	67,7	-32,6	-0,86
<b>Total</b>	<b>2.364,09</b>	<b>-37,7</b>	<b>-</b>

Fuente: CÁMARA Y COMERCIO. “Observatorio Económico”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota-y-Region/Desarrollo-Economico/Observatorio-Economico> [Consultado el 06/02/2016]



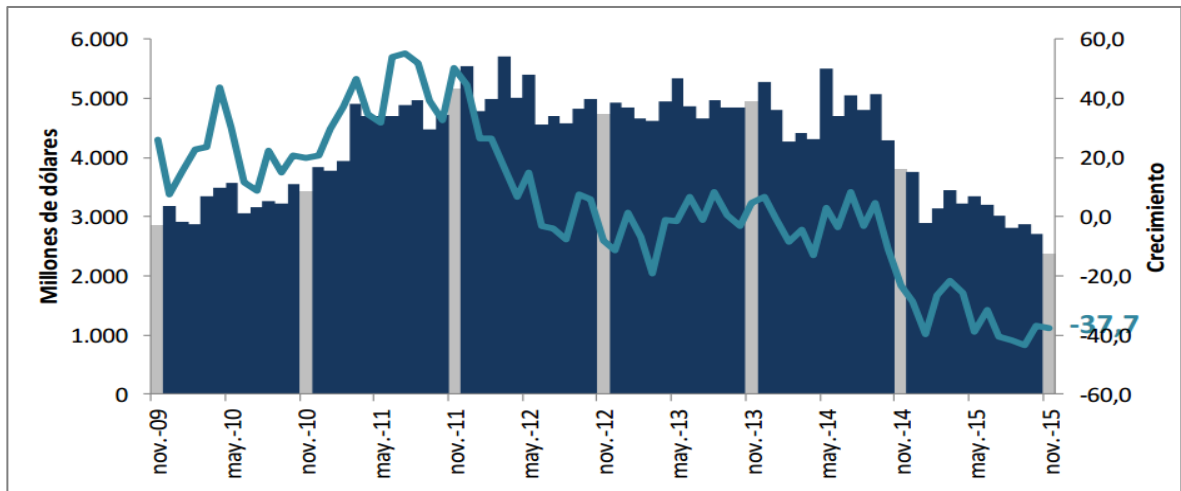
En el mes de noviembre se registró la mayor variación con tendencias decrecientes respecto a las registradas desde el año 2009, ver Tabla 13., y Gráfico 12. Las exportaciones experimentaron una variación creciente en el 2011 en donde alcanzó valores muy cercanos a los 6.000 millones de dólares, desde ese momento su comportamiento ha sido decreciente respecto a la variación anual, el valor mensual por otro lado tendió a mantenerse en valores entre los 4.000 y los 5.000 millones de dólares.

Tabla 13. Variación anual y valor mensual de exportación

Año	Mes	Dólares	Año	Mes	Dólares
2010	Enero	2.950	2011	Enero	3.800
	Febrero	2.920		Febrero	4.000
	Marzo	3.300		Marzo	5.000
	Abril	3.500		Abril	4.700
	Mayo	3.600		Mayo	4.800
	Junio	3.000		Junio	4.900
	Julio	3.100		Julio	4.990
	Agosto	3.200		Agosto	5.000
	Septiembre	3.150		Septiembre	4.500
	Octubre	3.600		Octubre	4.600
	Noviembre	3.500		Noviembre	5.100
	Diciembre	3.900		Diciembre	5.500
2012	Enero	4.900	2013	Enero	4.800
	Febrero	5.000		Febrero	4.550
	Marzo	5.700		Marzo	4.500
	Abril	5.000		Abril	5.000
	Mayo	5.400		Mayo	5.200
	Junio	4.500		Junio	4.800
	Julio	4.650		Julio	4.600
	Agosto	4.500		Agosto	5.000
	Septiembre	4.900		Septiembre	4.800
	Octubre	5.000		Octubre	4.800
	Noviembre	4.800		Noviembre	5.000
	Diciembre	5.000		Diciembre	5.200
2014	Enero	4.800	2015	Enero	2.900
	Febrero	4.200		Febrero	3.010
	Enero	4.300		Marzo	3.400
	Abril	4.250		Abril	3.100
	Mayo	5.500		Mayo	3.200
	Junio	4.550		Junio	3.080
	Julio	5.000		Julio	3.000
	Agosto	4.800		Agosto	2.700
	Septiembre	5.000		Septiembre	2.800
	Octubre	4.200		Octubre	2.700
	Noviembre	3.800		Noviembre	2.300
	Diciembre	3.790		Diciembre	-

Fuente: CÁMARA Y COMERCIO. "Observatorio Económico". [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota-y-Region/Desarrollo> [Consultado el 06/02/2016].

Gráfico 12. Variación de las exportaciones (noviembre 2009 – 2015)



Fuente: MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. “estudios económicos, informe de exportaciones”. [En línea]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=15815> [consultado 06/02/2016].

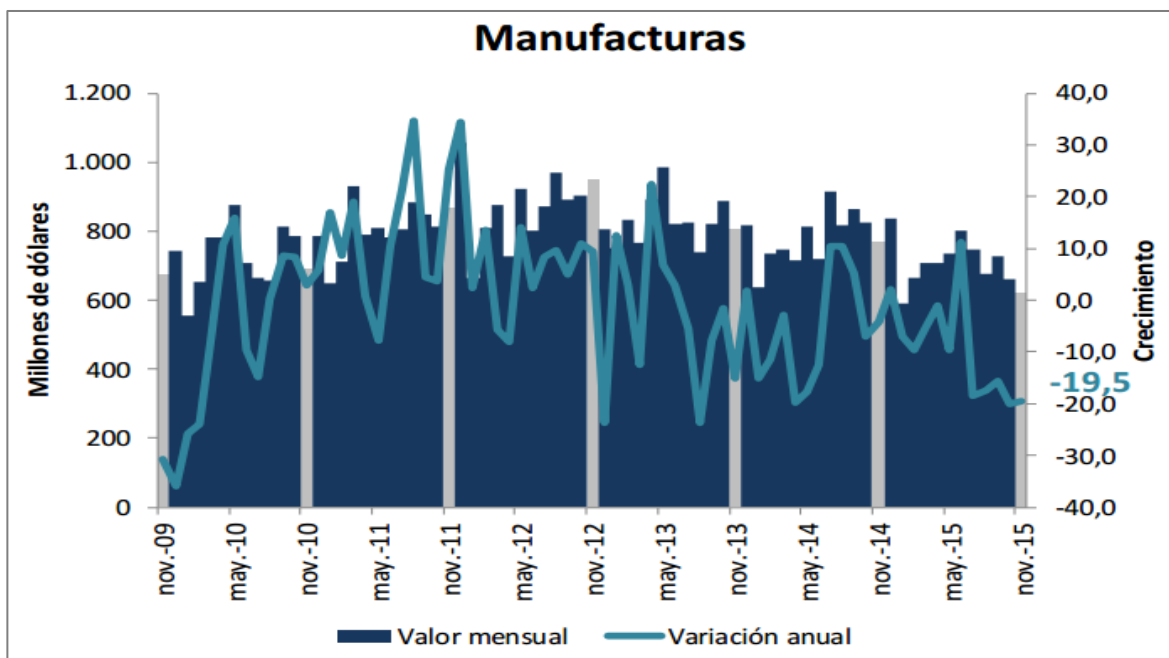
El sector manufacturero respecto a las exportaciones presentó altas variaciones durante el periodo comprendido entre noviembre de 2009 y 2015, los picos más altos registrados se dieron en los meses de agosto y diciembre de 2011, alcanzando aproximadamente valores entre los 800 y los 1.000 millones de dólares, a noviembre de 2015 se presentó una variación decreciente que correspondió a 19.5%, esto se dio debido a la disminución en el valor mensual que aunque decayó fue con una diferencia pequeña respecto a noviembre del año anterior. Aunque la manufactura presenta variaciones crecientes y decrecientes a lo largo del periodo de estudio ver Tabla 14., y Gráfico 13.

Tabla 14. Exportaciones de la industria manufacturera

Año	Mes	Millones de dólares	Año	Mes	Millones de dólares
2010	Enero	530	2011	Enero	680
	Febrero	690		Febrero	700
	Marzo	790		Marzo	900
	Abril	800		Abril	780
	Mayo	880		Mayo	880
	Junio	720		Junio	780
	Julio	710		Julio	880
	Agosto	650		Agosto	890
	Septiembre	800		Septiembre	850
	Octubre	790		Octubre	800
	Noviembre	700		Noviembre	830
	Diciembre	790		Diciembre	1010
2012	Enero	640	2013	Enero	760
	Febrero	700		Febrero	810
	Marzo	790		Marzo	770
	Abril	890		Abril	820
	Mayo	700		Mayo	970
	Junio	890		Junio	800
	Julio	790		Julio	805
	Agosto	850		Agosto	700
	Septiembre	920		Septiembre	790
	Octubre	880		Octubre	820
	Noviembre	900		Noviembre	800
	Diciembre	790		Diciembre	807
2014	Enero	620	2015	Enero	600
	Febrero	730		Febrero	660
	Marzo	750		Marzo	700
	Abril	700		Abril	700
	Mayo	800		Mayo	720
	Junio	700		Junio	800
	Julio	900		Julio	860
	Agosto	800		Agosto	680
	Septiembre	850		Septiembre	710
	Octubre	800		Octubre	680
	Noviembre	780		Noviembre	610
	Diciembre	810		Diciembre	-

Fuente: MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. “estudios económicos, informe de exportaciones”. [En línea]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=15815> [Consultado 06/02/2016].

Gráfico 13. Exportaciones según grupo de producto



Fuente: MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. “estudios económicos, informe de exportaciones”. [En línea]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=15815> [Consultado 06/02/2016].

Aunque se esperaba que la devaluación del peso respecto al dólar, incentivara las exportaciones, las variaciones registradas hacia final de año, (época en la que justamente la devaluación llegó a alcanzar altos niveles), muestran lo contrario. Esto se debe a que no solo el peso experimentó una fuerte devaluación, sino en general varias monedas a nivel mundial como se ve en las problemáticas experimentadas por la industria, referente a tipo de cambio descrita anteriormente, y esto hace que importar desde los otros países sea bastante costoso.

**1.1.6 Importaciones del sector industrial de la manufactura.** “En el mes de noviembre de 2015, las importaciones (US\$ 4.243 millones) disminuyeron en -20,8%, con respecto al mismo mes de 2014”<sup>5</sup>. Esto se presentó debido a la disminución en las compras del sector manufacturero, que decayó en una proporción de 22,8%, además de la disminución en las importaciones de combustibles y productos de industrias extractivas que experimentó una variación decreciente de 24,6% ver Tabla 15.

<sup>5</sup> Fuente: MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. “Información de importaciones a Noviembre de 2015”. [En línea]. Disponible en: [lineahttp://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=15833](http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=15833) [Consultado el 07/02/2016].

Tabla 15. Importaciones por grupos de productos a noviembre de 2015

Principales grupos de productos	Noviembre 2015		
	Millones	Variación	Contribución a la variación
Agropecuarios, alimentos y bebidas.	475,3	5,4%	0,5%
Combustibles e industrias extractivas	481,8	-24,6%	-2,9%
Manufacturas	3281,2	-22,8%	-18,1%
Otros sectores	13,8	4,7%	-65,9%

Fuente: MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. “Información de importaciones a Noviembre de 2015”. [En línea]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=158> [Consultado el 07/02/2016].

## 1.2 DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO SOCIO ECONÓMICO DE BOGOTÁ

Desde el año 2010 el número de empresas en Bogotá ha venido incrementándose año tras año en el 2015 llegó a alcanzar las 621.839 empresas legalmente constituidas, como se evidencia en la Tabla 16., y en el Gráfico 14.

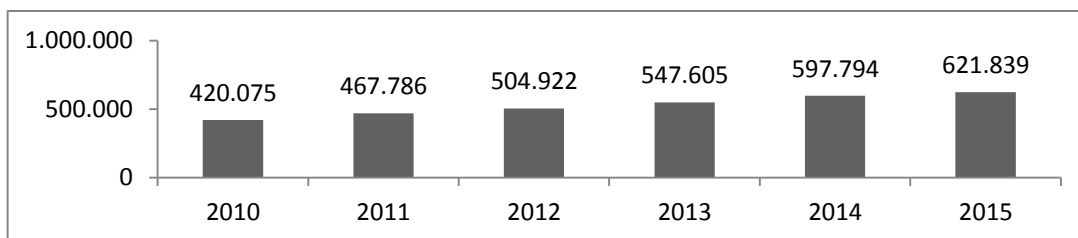
Tabla 16. Histórico del número de empresas en Bogotá hasta el año 2015

Año	Número de empresas
2010	420.015
2011	467.786
2012	504.922
2013	547.605
2014	597.794
2015	621.839

Fuente: CÁMARA Y COMERCIO. “Observatorio Económico”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota-y-Region/Desarrollo-Economico/Observatorio-Economico> [Consultado el 06/02/2016].

El crecimiento de la industria nacional ha empezado a consolidarse debido a que actualmente existen diversos programas de apoyo a los emprendedores por parte no solo del gobierno sino también de entidades educativas y fondos de investigación, que le apuntan al crecimiento y desarrollo del país, Bogotá resulta ser una de las regiones de mayor atractivo a la hora de pensar en desarrollo económico e industrial, debido a que más que ser la capital del país concentra la mayor cantidad de empresas y su ubicación central facilita las actividades comerciales con el resto del país.

Gráfico 14. Histórico del número de empresas en Bogotá hasta el año 2015



Fuente: CÁMARA Y COMERCIO. “Observatorio Económico”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota-y-Region/Desarrollo-Economico/Observatorio>. [Consultado el 06/02/2016].

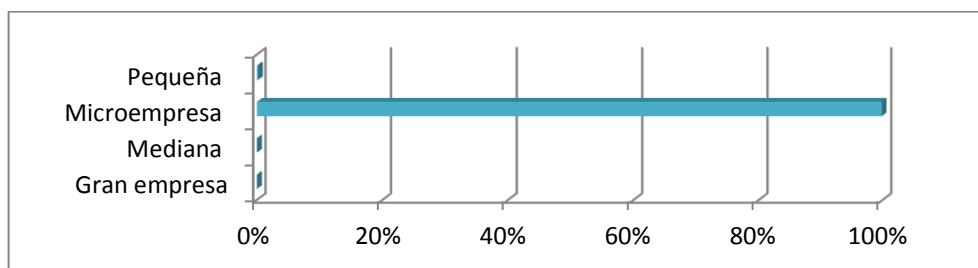
En Bogotá se registra un crecimiento en el número de empresas manufactureras desde hace seis años en donde en 2015 se presentó un crecimiento de 4% respecto al año anterior, dentro de las 621.839 empresas registradas el 99,82% son microempresas, el 0,17% son pequeñas empresas y apenas el 0,01% son medianas empresas, ver Tabla 17., y Gráfico 15.

Tabla 17. Porcentaje de empresas en Bogotá

Tamaño de empresa	Porcentaje
Gran empresa	0%
Mediana	0,01%
Micro empresa	99,82%
Pequeña	0,17%

Fuente: CÁMARA Y COMERCIO. “Observatorio Económico”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota-y-Region/Desarrollo-Economico/Observatorio-Economico> [Consultado el 06/02/2016].

Gráfico 15. Porcentaje de empresas en Bogotá según su tamaño 2015



Fuente: CÁMARA Y COMERCIO. “Observatorio Económico”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota-y-Region/Desarrollo-Economico/Observatorio-Economico> [Consultado el 06/02/2016].

Respecto al crecimiento empresarial, Bogotá es una ciudad con un buen panorama además de que el impulso a las microempresas es evidente los factores socio económicos de la ciudad favorecen el crecimiento de la industria.

**1.2.1 IPC Índices de Precios al Consumidor en la ciudad de Bogotá.** Uno de los indicadores que reflejan el estado económico de la ciudad es el IPC (índice de precios al consumidor), que es el encargado de medir la evolución del costo promedio de ciertos bienes, que hacen parte de la “Canasta familiar”, abarcando los bienes y servicios de consumo frecuente en un hogar Colombiano.

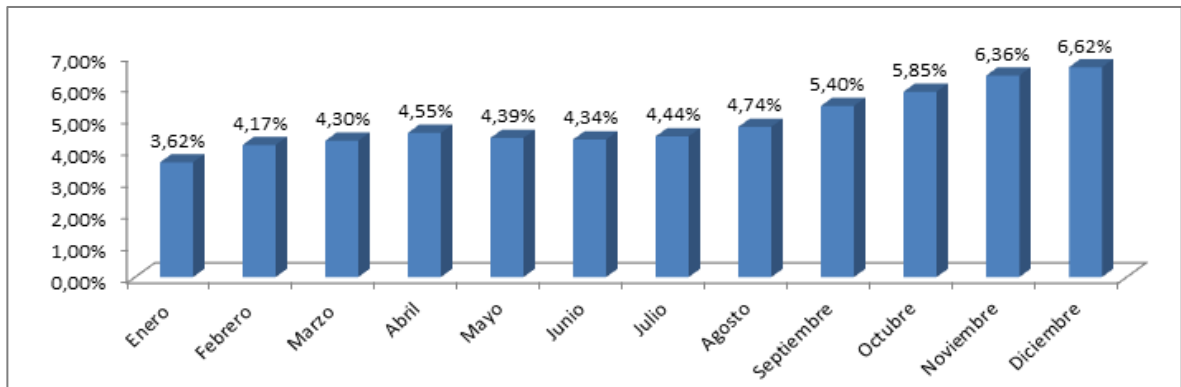
El IPC en Bogotá presentó una variación relativamente estable entre Enero y Julio de 2015, y en el periodo comprendido entre Agosto y Diciembre del mismo año el IPC experimentó variaciones crecientes mes tras mes hasta alcanzar un valor de 6,62% en el mes de Diciembre, la variación más alta registrada durante el año, ver Tabla 18., y Gráfico 16.

Tabla 18. Índices de precios al consumidor Bogotá

Mes	Porcentaje
Enero	3,62%
Febrero	4,17%
Marzo	4,30%
Abril	4,55%
Mayo	4,39%
Junio	4,34%
Julio	4,44%
Agosto	4,74%
Septiembre	5,40%
Octubre	5,85%
Noviembre	6,36%
Diciembre	6,62%

Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. “IPC Por grupo de gasto”. [En línea]. Disponible en: [http://www.banrep.gov.co/es/seriesestadisticas/see\\_precios\\_ipc.htm](http://www.banrep.gov.co/es/seriesestadisticas/see_precios_ipc.htm) [Consultado 06/02/2016].

Gráfico 16. Índice de precios al consumidor (IPC) BOGOTÁ



Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. “IPC Por grupo de gasto”. [En línea]. Disponible en: [http://www.banrep.gov.co/es/series-estadisticas/see\\_precios\\_ipc.htm](http://www.banrep.gov.co/es/series-estadisticas/see_precios_ipc.htm) [Consultado 06/02/2016].

En cuanto al IPC teniendo en cuenta únicamente prendas de vestir se registró una tendencia muy similar a la del mercado en general, como se describió anteriormente presentó una mayor variación en los meses comprendidos entre agosto y diciembre siendo este último el de mayor variación en el año con un valor de 2,99%, como se muestra a continuación en la Tabla 19., y en el Gráfico 17.

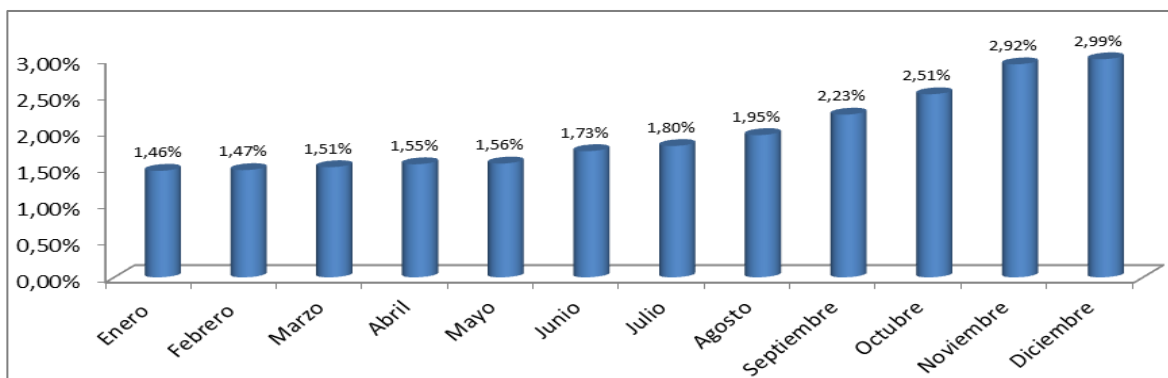
Tabla 19. IPC Colombia Vestuario variacion anual 2015 respecto al 2014

Mes	Porcentaje
Enero	1,46
Febrero	1,47
Marzo	1,51
Abril	1,55
Mayo	1,56
Junio	1,73
Julio	1,80
Agosto	1,95
Septiembre	2,23
Octubre	2,51
Noviembre	2,92
Diciembre	2,99

Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. “IPC Por grupo de gasto”. [En línea]. Disponible en: [http://www.banrep.gov.co/es/series-estadisticas/see\\_precios\\_ipc.htm](http://www.banrep.gov.co/es/series-estadisticas/see_precios_ipc.htm) [Consultado 06/02/2016].



Gráfico 17. IPC Colombia Vestuario variación anual 2015 respecto al 2014



Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. “IPC Por grupo de gasto”. [En línea]. Disponible en: [http://www.banrep.gov.co/es/series-estadisticas/see\\_precios\\_ipc.htm](http://www.banrep.gov.co/es/series-estadisticas/see_precios_ipc.htm) [Consultado 06/02/2016].

La variación creciente presentada en los últimos meses es uno de los efectos secundarios de la devaluación del peso frente al dólar, debido a que el vestuario importado elevó su costo y esto se transmitió directamente al gasto asociado a ello, asumido por los consumidores, esto explica esta tendencia que va en aumento desde el mes de junio aproximadamente.

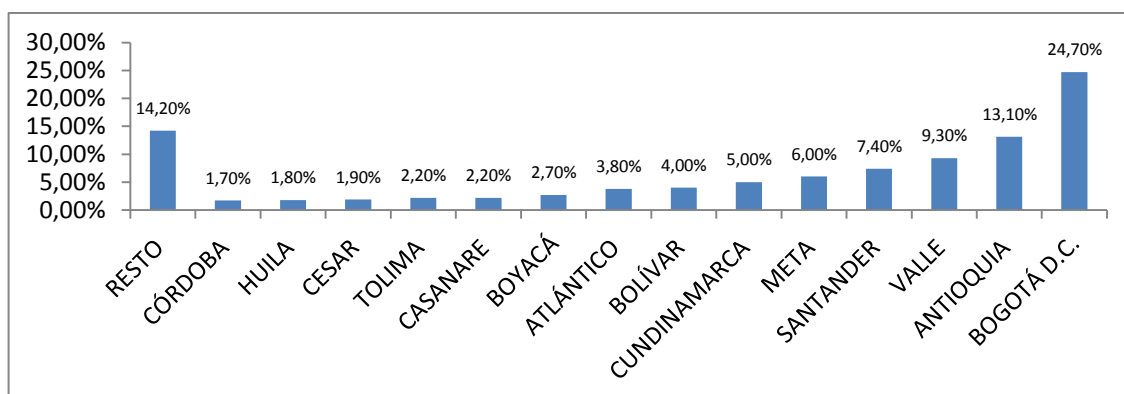
**1.2.2 Producción en la ciudad de Bogotá.** Bogotá se cataloga como uno de los motores de crecimiento del país, debido a que contribuye en un 24,7% a la producción nacional, convirtiéndola en la región que más aporta, incluso respecto a Antioquia y el Valle, como se evidencia en la Tabla 20., y en el Gráfico 18.

Tabla 20. Porcentaje de contribución a la producción por región en 2014

Región	Porcentaje
Bogotá	24,7
Antioquia	13,1
Valle	9,3
Santander	7,4
Meta	6,0
Bolívar	4,0
Atlántico	3,8
Boyacá	2,7
Casanare	2,2
Tolima	2,2
Cesar	1,9

Fuente: CÁMARA Y COMERCIO. “Observatorio Económico”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota> Consultado el 06/02/2016].

Gráfico 18. Porcentaje de contribución a la producción por región



Fuente: CÁMARA Y COMERCIO. “Observatorio Económico”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota-y-Region/Desarrollo-Economico/Observatorio-Economico> [Consultado el 06/02/2016].

“Esto evidencia la fortaleza de la economía de Bogotá y de la Región por su importancia en la actividad productiva, el mercado laboral, la actividad empresarial y el comercio exterior”<sup>6</sup>.

**1.2.3 Ámbito laboral en Bogotá.** Respecto al trabajo Bogotá es la región que más genera empleo, en 2014 se registraron 112.000 nuevos empleos (uno cada cuatro empleos nuevos del país), presentó una tasa de ocupación de 66,2% esta tasa fue la más alta en Colombia, la tasa de desempleo se redujo en un 8,7% ubicándose como la cuarta ciudad con menor tasa de desempleo, ver Tabla 21.

Tabla 21. Estadísticas del mercado laboral Bogotá Colombia 2014

Concepto	Porcentaje
Población en edad de trabajar	81,5
Tasa global de participación	72,5
Tasa de ocupación	66,2
Tasa de desocupación	8,7
Tasa de subempleo	31,8

Fuente: CÁMARA Y COMERCIO. “Observatorio Económico”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota-y-Region/Desarrollo-Economico/Observatorio-Economico> [Consultado el 06/02/2016].

<sup>6</sup> CAMARA DE COMERCIO. “Observatorio de la región Bogotá – Cundinamarca Dinámica de la economía y el comercio exterior de la región 2014”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-CCB/2015/Marzo/Observatorio-de-la-Region-Bogota-Cundinamarca-nro.-24> [Consultado el: 10/02/2016].

La relación de los asalariados respecto al total de personal ocupado, refleja la calidad y estabilidad que aporta el trabajo en la ciudad de Bogotá, en 2014 se registró que 57 puestos de trabajo de cada 100 contaban con condiciones de calidad.

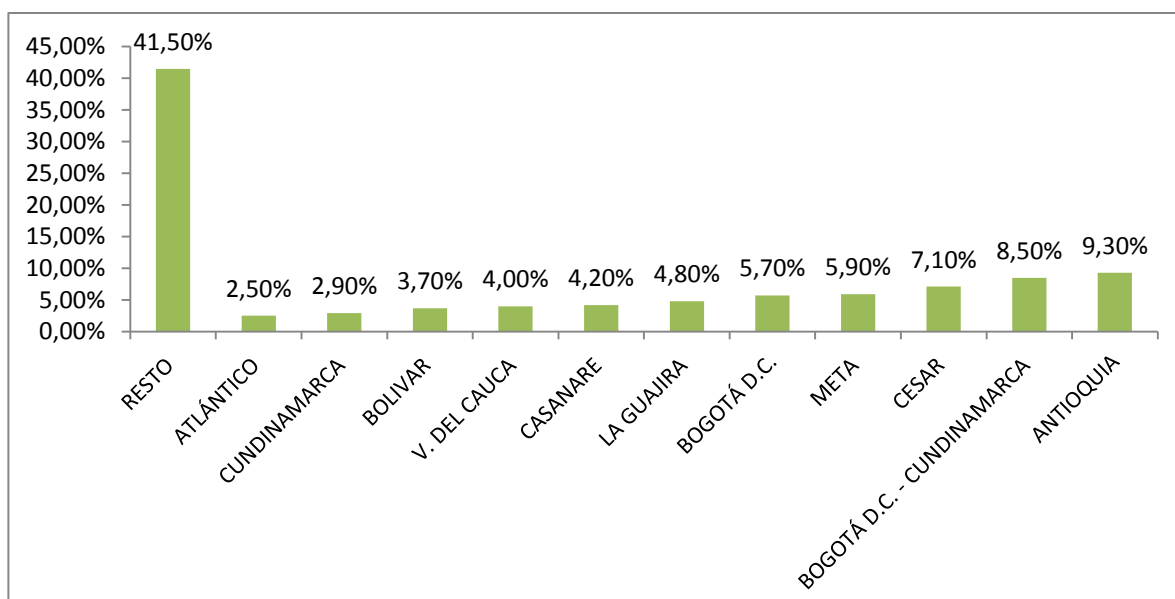
**1.2.4 Exportaciones efectuadas desde la ciudad de Bogotá.** Bogotá es una de las regiones que más contribuye a las exportaciones a nivel nacional con un 8,5% aproximadamente esta cifra fue registrada en 2014, esto la convierte en la segunda región que más exporta en el país, debido a que la región que más exporta es Antioquia, con un 9,39% como se evidencia en la Tabla 22., y en el Gráfico 19.

Tabla 22. Porcentaje de exportaciones en Colombia según departamento de origen

Departamento de origen	Porcentaje
Antioquia	9,3%
Bogota-Cundinamarca	8,5%
Cesar	7,1%
Meta	5,9%
Bogota D.C.	5,7%
La guajira	4,8%
Casanare	4,2%
Valle del cauca	4,0%
Bolívar	3,7%
Cundinamarca	2,9%
Atlántico	2,5%
El resto del país	41,5%

Fuente: CÁMARA Y COMERCIO. “Observatorio Económico”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota-y-Region/Desarrollo-Economico/Observatorio-Economico> [Consultado el 06/02/2016].

Gráfico 19. Porcentaje de exportaciones en Colombia por departamento



Fuente: CÁMARA Y COMERCIO. “Observatorio Económico”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota-y-Region/Desarrollo-Economico> [Consultado el 06/02/2016].

Las exportaciones en Bogotá disminuyeron, siguiendo la tendencia que se ha venido presentando desde 2012; en 2014 disminuyó en una proporción de 7,5% respecto a 2013, como se ve en la Tabla 23., y en el Gráfico 20.

Tabla 23. Volumen de las exportaciones de la región

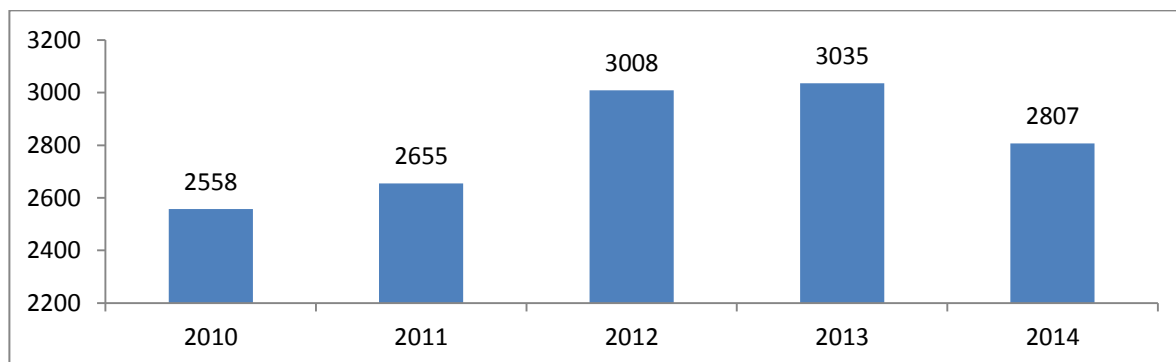
Año	Volumen	Variación
2010	2.558	-0,8%
2011	2.655	3,8%
2012	3.088	13,3%
2013	3.035	0,9%
2014	2.807	-7,5%

Fuente: CÁMARA Y COMERCIO. “Observatorio Económico”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota-y-Region/Desarrollo-Economico/Observatorio-Economico> [Consultado el 06/02/2016].

La mayoría de las exportaciones de la región fueron bienes de consumo con una participación de 49% del total de exportaciones; teniendo en cuenta el tipo de industria la que mayor participación en las exportaciones presentó, fue la producción especializada de flores con un 23,9% junto con la fabricación de sustancias y productos químicos con una participación de 16,5%, fueron las que presentaron participaciones más significativas, el sector textil que abarca las

confecciones representó un 4,3% de las exportaciones efectuadas desde la ciudad de Bogotá, como se muestra en la Tabla 24., y en el Gráfico 21.

Gráfico 20. Volumen de las exportaciones de la región Bogotá-Cundinamarca.



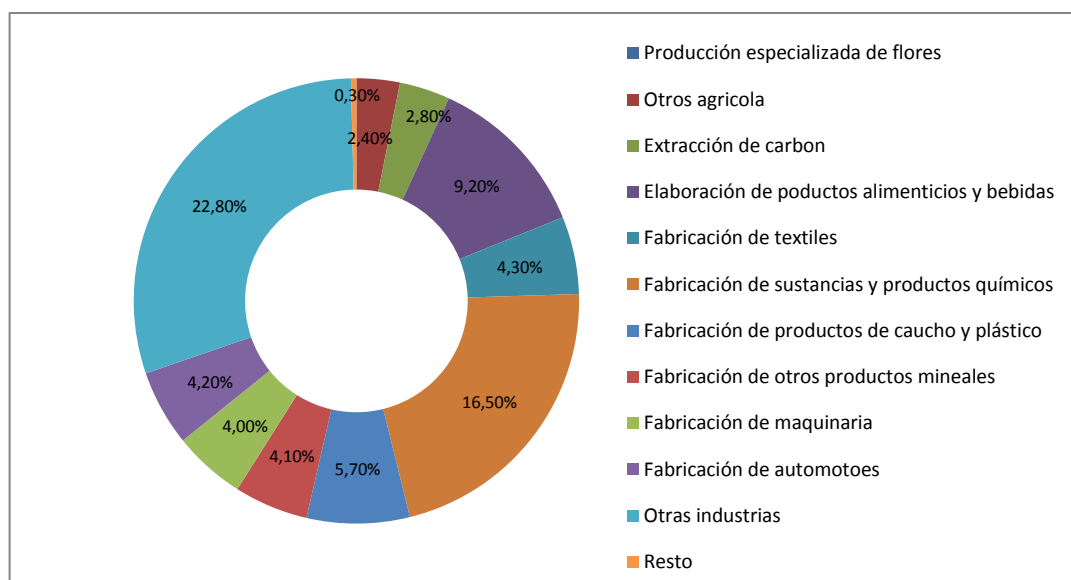
Fuente: CÁMARA Y COMERCIO. “Observatorio Económico”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota-y-Region/Desarrollo-Economico/Observatorio-Economico> [Consultado el 06/02/2016].

Tabla 24. Participación en las exportaciones por tipo de industria

Tipo de industria	Porcentaje
Producción especializada de flores	23,9%
Otros agrícola	2,4%
Extracción de carbón	2,8%
Productos alimenticios y bebida	9,2%
Fabricación de textiles	4,3%
Sustancias y productos químicos	16,5%
Productos de caucho y plástico	5,7%
Otros productos minerales	4,1%
Maquinaria	4,0%
Automotores	4,2%
Otras industrias	22,8%
Resto	0,3%

Fuente: CÁMARA Y COMERCIO. “Observatorio Económico”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota-y-Region/Desarrollo-Economico/Observatorio-Economico> [Consultado el 06/02/2016]

Gráfico 21. Participación en las exportaciones por tipo de industria



Fuente: CÁMARA Y COMERCIO. “Observatorio Económico”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota-y-Region/Desarrollo-Economico/Observatorio-Economico> [Consultado el 06/02/2016].

En general aunque las exportaciones descendieron en los últimos meses, Bogotá es una de las regiones que más aportaron al comercio en el exterior y es un escenario propicio para buscar nuevos mercados.

Bogotá es catalogado como el principal puerto de ingresos de las importaciones por el observatorio de Bogotá disponible en la página de la Cámara de Comercio, y las cifras lo demuestran, a 2014 el 59,6% de las importaciones realizadas en Colombia ingresaron por esta región.

**1.2.5 Importaciones efectuadas hacia la ciudad de Bogotá.** Bogotá posee una ubicación central y estratégica que propicia la actividad comercial en todas las direcciones del país, y por ello focaliza al mercado exterior.

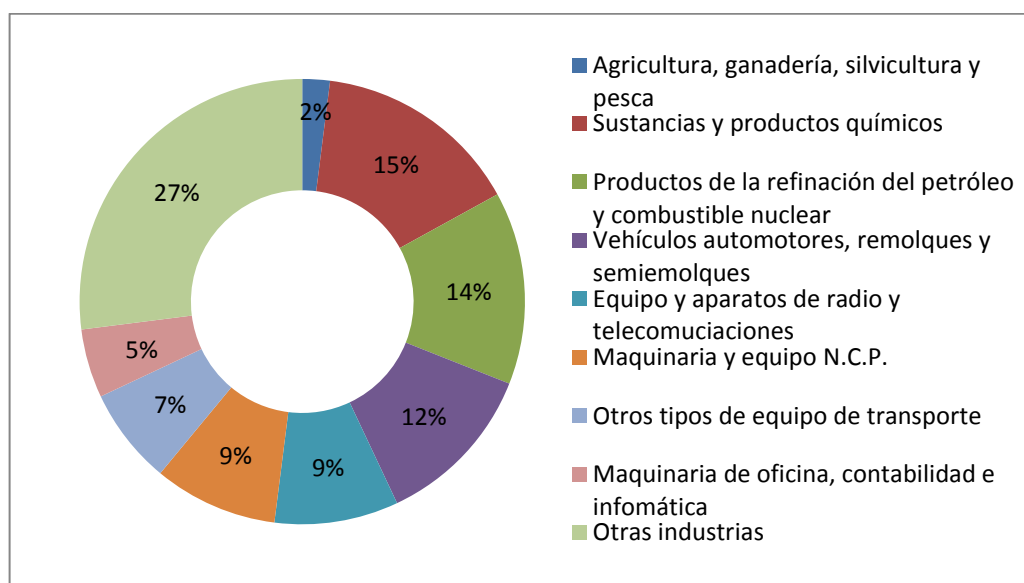
Bogotá tiene el mayor número de importaciones respecto a otros departamentos, en 2014 se importaron 38.277 millones de dólares, de estas importaciones las actividades que tuvieron una mayor participación fueron las sustancias y productos químicos, los productos de la refinación del petróleo y combustibles, y los vehículos, con participaciones de 15%, 14% y 12% respectivamente, ver Tabla 25., y Gráfico 22.

Tabla 25. Importaciones de Bogotá según actividad económica

Actividad económica	Porcentaje de participación
Agricultura, ganadería silvicultura y pesca	2%
Sustancias y productos químicos	15%
Productos de la refinación del petróleo	14%
Vehículos automotores	12%
Equipo y aparatos de radio y telecomunicación	9%
Maquinaria y equipo	9%
Otros tipos de equipo de transporte	7%
Maquinaria de oficina, contabilidad e informática	5%
Otras industrias	27%

Fuente: CÁMARA Y COMERCIO. “Observatorio Económico”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota-y-Region/Desarrollo-Economico/Observatorio-Economico> [Consultado el 06/02/2016].

Gráfico 22. Importaciones de Bogotá según actividad económica



Fuente: CÁMARA Y COMERCIO. “Observatorio Económico”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota-y-Region/Desarrollo-Economico/Observatorio-Economico> [Consultado el 06/02/2016].

### 1.3 DESCRIPCIÓN INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN

El Vestuario y la confección como anteriormente se describió es la industria encargada de transformar materias primas textiles en productos terminados (prendas de vestir), este tipo de productos son importantes ya que hacen parte de las necesidades básicas en una sociedad, y por ello se encuentra dentro de una de las clases de gastos que son tenidas en cuenta en el cálculo del IPC. A continuación se describen algunos puntos claves en el desarrollo de la industria con la finalidad de conocer su estado actual y algunas de sus tendencias.

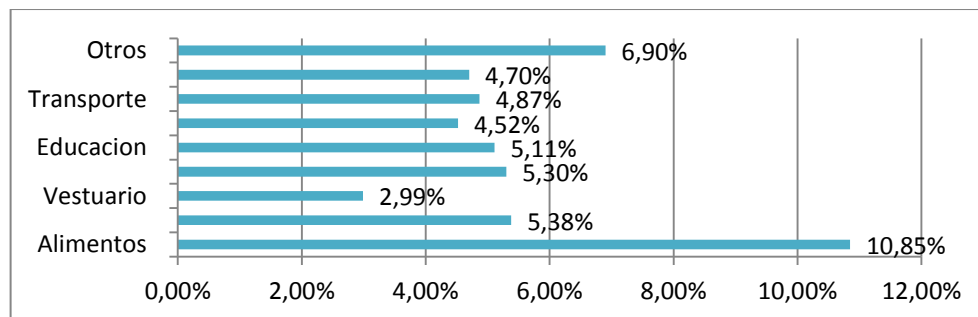
**1.3.1 IPC del grupo de gasto correspondiente a Vestuario y confección.** El índice de precios al consumidor respecto al vestuario y confección específicamente muestra un porcentaje de los más bajos respecto a las demás clases de gastos registradas, como se muestra en la Tabla 26., y en el Gráfico 23.

Tabla 26. IPC Vestuario y confección

Clase de gasto	Porcentaje
Alimentos	10,85%
Vivienda	5,38%
Vestuario	2,99%
Salud	5,30%
Educación	5,11%
Diversión	4,52%
Transporte	4,87%
Comunicaciones	4,70%
Otros	6,90%

Fuente: CÁMARA Y COMERCIO. “Observatorio Económico”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccb.org.co/Investigaciones-Bogota-y-Region/Desarrollo-Economico> [Consultado el 06/02/2016].

Gráfico 23. IPC Vestuario y confección



Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. “Series estadísticas”. [En línea]. Disponible en: [http://www.banrep.gov.co/es/series-estadisticas/se\\_e\\_precios\\_ipc.htm](http://www.banrep.gov.co/es/series-estadisticas/se_e_precios_ipc.htm) [Consultado el 06/02/2016].



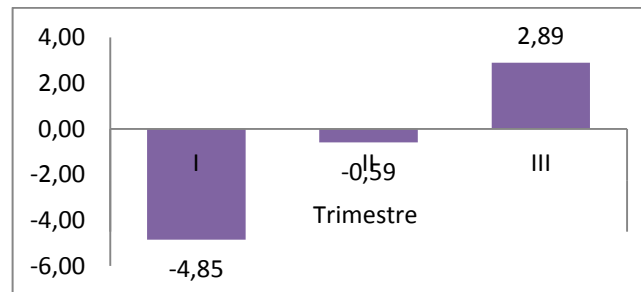
**1.3.2 PIB de las confecciones y textiles.** El Banco de la Republica presenta los datos en general y especificando por cada rama de actividad, los datos presentados a continuación hacen referencia al sector de la confección, prendas de vestir y productos tejidos, según la Tabla 27., y el Gráfico 24., el PIB presentó variaciones decrecientes en el primer semestre del año mientras que en el tercer trimestre se repuso con un incremento del 2,89%.

Tabla 27. Variaciones porcentuales a 2015

Trimestre		
I	II	III
-4,85	-0,59	2,89

Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. “Series estadísticas”. [En línea]. Disponible en: [http://www.banrep.gov.co/es/series-estadisticas/see\\_precios\\_ipc.htm](http://www.banrep.gov.co/es/series-estadisticas/see_precios_ipc.htm) [Consultado el 06/02/2016].

Gráfico 24. Variación del PIB por trimestre 2015



Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. “Series estadísticas”. [En línea]. Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/pib> [Consultado el 06/02/2016].

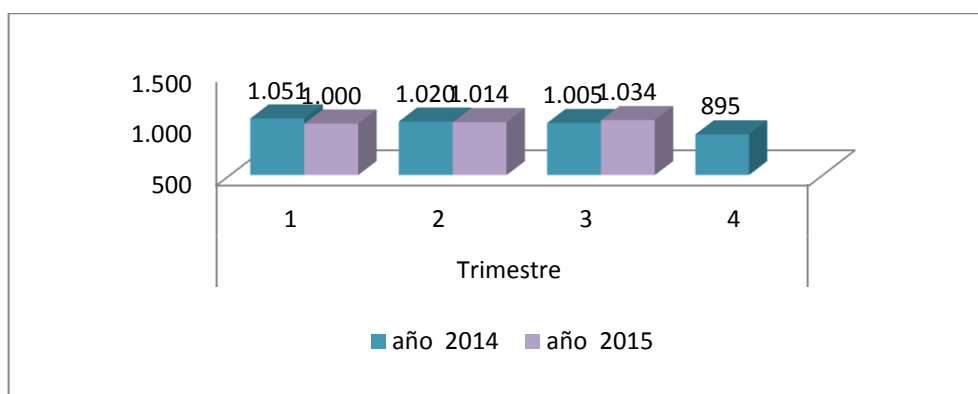
En la Tabla 28., y en el Gráfico 25, se identifica el comportamiento del PIB a precios constantes, en donde se evidencia la magnitud de las variaciones anteriormente nombradas en 2014 el primer trimestre fue el que registro un mayor volumen, mientras que para el 2015 se presentó una variación creciente teniendo el tercer trimestre como el de mayor registro.

Tabla 28. Producto interno bruto Trimestral a precios constantes de 2005 por ramas de actividad económica (Miles de millones de pesos)

Trimestre	Año	
	2014	2015
1	1.051	1.000
2	1.020	1.014
3	1.005	1.034
4	895	-

Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. “Series estadísticas”. [En línea]. Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/pib> [Consultado el 06/02/2016].

Gráfico 25. Producto interno bruto Trimestral a precios constantes de 2005 por ramas de actividad económica (Miles de millones de pesos)



Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. “Series estadísticas”. [En línea]. Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/pib> [Consultado el 06/02/2016].

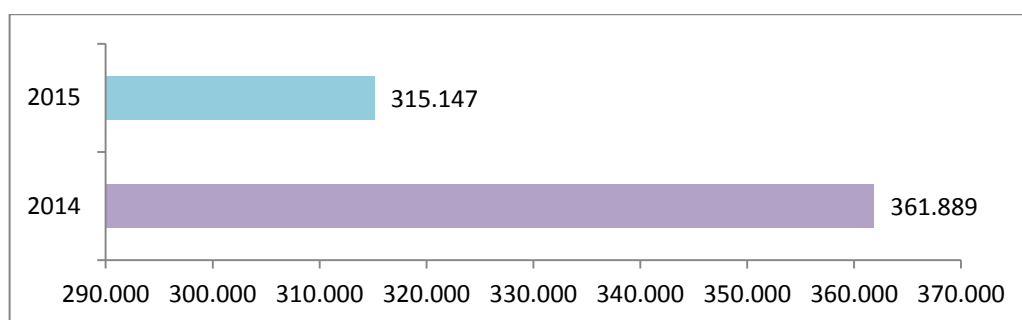
**1.3.3 Exportaciones de prendas de vestir.** Las exportaciones del sector registraron una disminución en 2015 respecto a 2014 de aproximadamente 12,9% esto se explica desde la tendencia de la demanda mundial a disminuir, a causa de la devaluación de algunas monedas respecto al dólar como se mencionó anteriormente, el comportamiento de las exportaciones se muestra a continuación en la Tabla 29., y en el Gráfico 26.

Tabla 29. Exportaciones a diciembre de 2015 respecto a 2014

Miles de dólares FOB	Enero - Diciembre	
	2014	2015
	361.889	315.147

Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. “Series estadísticas”. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/comercio-exterior/exportaciones>. [Consultado el 06/02/2016].

Gráfico 26. Exportaciones a diciembre de 2015 respecto a 2014



Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. “Series estadísticas”. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/comercio-exterior/exportaciones> [Consultado el 06/02/2016].

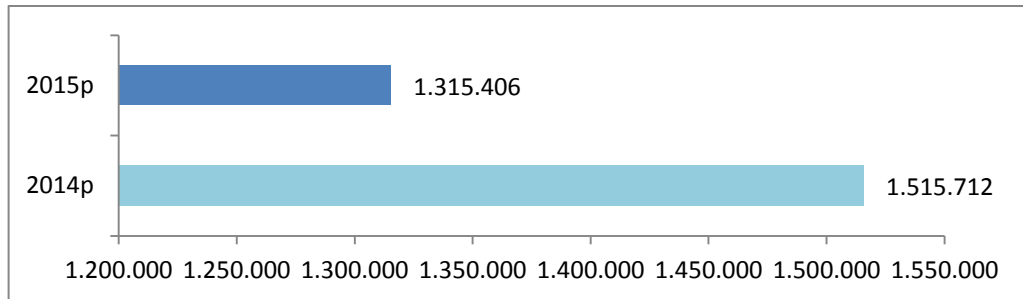
**1.3.4 Importaciones de prendas de vestir.** Las importaciones por su parte también registraron disminución por el efecto directo que trajo la devaluación del peso respecto al dólar, debido a que con la misma cantidad se adquiere menor cantidad de productos y la rentabilidad para quienes manejan importaciones disminuyó, como se muestra en la Tabla 30., y en el Gráfico 27.

Tabla 30. Importaciones

Descripción	Enero – noviembre Valor CIF US \$ (Miles)				
	2014	2015	Variación	Contribución al grupo	Contribución al total
Hilados, tejidos, artículos confeccionados de fibras textiles y productos conexos	1.515	1.315	-13,2	-0,5	-0,3

Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. “Series estadísticas”. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/comercio-exterior/importaciones> [Consultado el 06/02/2016].

Gráfico 27. Importaciones



Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. “Series estadísticas”. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/comercio-exterior/importaciones> [Consultado el 06/02/2016].

#### 1.4 ETAPA DE PLANEACIÓN DE INFORMACIÓN

Por medio de la elaboración de las matrices MEFE y MEFI, se consolida la información inicial necesaria para desarrollar la matriz DOFA, que se elabora en la etapa de ajuste y decisión.

**1.4.1 Matriz de evaluación del factor externo (MEFE).** En esta matriz se condensa la información pertinente respecto a los aspectos económicos, gubernamentales, sociales, tecnológicos, culturales, políticos, legales, demográficos, ambientales y competitivos más relevantes del entorno que pueden impactar de manera positiva o negativa el desarrollo del proyecto. Siguiendo la metodología de cinco pasos, propuesta por Fred David en el libro Concepto de Administración Estratégica, se obtuvo la matriz MEFE mostrada a continuación en la Tabla 31.

Tabla 31. Matriz de evaluación del factor externo MEFE

Factor externo clave	Ponderación	Calificación	Valor ponderado
<b>Oportunidades</b>			
Programa de transformación productiva que busca consolidar el sector de moda en el país.	5%	2	0.1
En la última década las ventas del sector han presentado tendencias crecientes con una tasa compuesta del 9.9%, según datos publicados por Pro Colombia.	11%	3	0.33
En Colombia existe un tejido empresarial sólido con cerca de 450 fabricantes de textiles y 10.000 unidades productivas.	8%	3	0.24
Más de 100 años de experiencia y una cadena productiva consolidada.	7%	3	0.21
Aporta el 14% de los empleos del sector industrial.	13%	4	0.52
Existen programas de apoyo como el clúster textil y confección.	6%	3	0.18
El Sena ofrece programas de capacitación especializada en el sector, basada en el impulso tecnológico y el desarrollo de nuevas técnicas que se ha dado a nivel mundial.	12%	4	0.48
<b>Amenazas</b>			
Las importaciones han aumentado a una tasa del 15% entre 2010 y 2014.	5%	2	0.1
Regulación legal insuficiente para combatir el dumping.	4%	2	0.08
La producción de prendas a gran escala en el mercado asiático.	6%	2	0.12
Devaluación del peso respecto al dólar e inflación.	5%	2	0.1
Mercado que presenta gran variación en sus tendencias.	4%	2	0.08
Este mercado cuenta con gran cantidad de empresas de trayectorias ya posicionadas.	5%	2	0.1
Entrada de productos de contrabando.	9%	1	0.09
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>2.73</b>

La empresa obtuvo una puntuación respecto a los factores externos de 2.73, siendo 4 la máxima puntuación posible, lo que permite evidenciar que aunque actualmente existen varias amenazas en el mercado, el país ha experimentado progresos a nivel industrial, brindando herramientas eficientes que le permiten a las empresas sobrevivir en dicho ámbito, aunque aún seguimos siendo poco productivos respecto a otros países.

**1.4.2 Matriz de evaluación del factor interno MEFI.** Es una herramienta que permite formular estrategias, debido a que por medio de su desarrollo se identifican tanto las fortalezas como debilidades más influyentes para el proyecto, la metodología de elaboración para esta matriz igual que la matriz de evaluación del factor externo, sigue cinco pasos establecidos en el libro titulado Concepto de

la Administración Estratégica, del autor Fred David, una vez se aplicaron los pasos respectivos, se obtuvo la matriz MEFI mostrada a continuación en la Tabla 32.

Tabla 32. Matriz de evaluación del factor interno MEFI

Factor Interno clave	Ponderación	Calificación	Valor ponderado
<b>Fortalezas</b>			
Fácil relacionamiento con proveedores.	9%	4	0.36
Materias primas accesibles.	13%	4	0.52
Emprendimiento en el diseño.	19%	3	0.57
Condiciones de estabilidad debido a sus buenas prácticas empresariales.	12%	3	0.36
<b>Debilidades</b>			
La empresa no cuenta con la facilidad de acceder a tecnología de punta en el área de producción que le brinde más competitividad.	20%	2	0.4
La moda ética no es un aspecto influyente en la decisión de compra del cliente.	12%	2	0.24
Falta de experiencia en el mercado.	7%	1	0.07
Recursos financieros necesarios para la adquisición del capital de trabajo y la puesta en marcha de la empresa.	8%	2	0.16
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>2.68</b>

El puntaje obtenido tras el desarrollo de la matriz MEFI se encuentra por encima del 2.5, lo cual indica que es una empresa que tiene gran posibilidad de establecer una estructura interna sólida que tenga la capacidad de responder a los cambios y adversidades del medio e incluso efectuar procesos de mejoramiento continuo que afiancen la relación con el cliente.

## 1.5 ETAPA DE AJUSTE

En esta etapa se pretenden determinar las estrategias partiendo de los factores identificados en el desarrollo de las matrices MEFE y MEFI presentadas anteriormente, por medio de las cuales se definirán las estrategias, que se reconocen como el ajuste de una empresa entre sus habilidades y recursos respecto a las oportunidades y amenazas presentes en el ambiente.

**1.5.1 MATRIZ DOFA.** La matriz DOFA permite consolidar a través de toda la información expuesta en los anteriores numerales las posibles Debilidades y Fortalezas a nivel interno además de las Oportunidades y Amenazas presentes en la industria de la confección que es el medio en el que se enmarca el proyecto y de esta manera tener un panorama claro, para formular estrategias efectivas y eficientes. A continuación en el Cuadro 1., se recopilan las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas asociadas al proyecto.

Cuadro 1. Matriz DOFA

	Fortalezas	Debilidades
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fácil relacionamiento con proveedores.</li> <li>2. Materias primas accesibles.</li> <li>3. Emprendimiento en el diseño.</li> <li>4. Condiciones de estabilidad debido a sus buenas prácticas empresariales.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa no cuenta con la facilidad de acceder a tecnología de punta en el área de producción que le brinde más competitividad.</li> <li>2. La moda ética no es un aspecto influyente en la decisión de compra del cliente.</li> <li>3. Falta de experiencia en el mercado.</li> </ol>
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Programa de transformación productiva que busca consolidar el sector de moda en el país.</li> <li>2. En la última década las ventas del sector han presentado tendencias crecientes.</li> <li>3. En Colombia existe un tejido empresarial sólido con cerca de 450 fabricantes de textiles y 10.000 unidades productivas.</li> <li>4. Más de 100 años de experiencia y una cadena productiva consolidada.</li> <li>5. Aporta el 14% de los empleos del sector industrial.</li> <li>6. Entidades de apoyo como el clúster textil y confección.</li> <li>7. El Sena ofrece programas de capacitación.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Instaurar en la empresa procesos de alta productividad del sector textil, reforzando las buenas prácticas empresariales. (F4, O1, O3)</li> <li>2. Desarrollar campañas publicitarias que generen desarrollo del mercado, aprovechando las tendencias crecientes del mismo. (O2, F3)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adquirir maquinaria de punta que brinden mayor competitividad por medio de programas de emprendimiento. (D1, O1, O6)</li> <li>2. Acceder a programas de capacitación que permitan establecer perspectivas realistas del mercado. (D3, O7)</li> </ol>
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las importaciones han aumentado a una tasa del 15% entre 2010 y 2014</li> <li>2. Regulación legal insuficiente para combatir el dumping.</li> <li>3. La producción de prendas a gran escala en el mercado asiático.</li> <li>4. Tipo de cambio.</li> <li>5. Mercado que presenta gran variación en sus tendencias.</li> <li>6. Este mercado cuenta con gran cantidad de empresas de trayectorias ya posicionadas.</li> <li>7. Entrada de productos de contrabando.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. (Integración hacia atrás), Establecer relaciones de mutuo beneficio con los proveedores para poder ofrecer productos a precios competitivos. (F1, F2, A6)</li> <li>2. (Desarrollo del producto). Crear prendas de alta calidad que superen a las prendas importadas (F3, F4, A2, A3, A7)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estudiar la posibilidad de exportar y llegar a generar desarrollo en el mercado. (D2, A2, A4)</li> <li>2. invertir en estudios de tendencias en el sector que permitan responder de manera oportuna a los cambios del mercado. (A5, A6, D3)</li> </ol>

**1.5.2 Estrategias formuladas a partir de la Matriz DOFA.** Las estrategias asociadas a las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades anteriormente identificadas en la Matriz DOFA, permiten enmarcar a la empresa en la situación actual y tener una perspectiva realista.

Teniendo en cuenta que uno de los puntos fuertes de la empresa es la diferenciación, debido a los materiales implicados en la confección, como las ecofibras y los tejidos orgánicos, se deben utilizar los medios masivos para generar conciencia en el comprador a cerca de la importancia de la responsabilidad social empresarial, no solo respecto al talento humano sino también a nivel ambiental, incrementando el buen criterio del comprador, esta estrategia no solo está formulada con la finalidad de aumentar la cantidad de clientes, sino también de disminuir el efecto de los productos que tienen precios muy bajos, pero que se fabricaron con muy baja calidad, con condiciones inadecuadas para el personal y que generaron grandes niveles de contaminación a lo largo del desarrollo en su cadena productiva; otra de las estrategias propuestas se enfoca en generar reconocimiento de marca a través de la participación en ferias de diseño independiente que se llevan a cabo en la ciudad de Bogotá, como Buro, las Puertas del Cielo, La Madame entre otras, debido a que como se muestra en la información recopilada anteriormente en Bogotá existe un ambiente propicio para esta industria, no solo por el nivel de consumo respecto a estos productos, sino también por el impulso que le brinda la ciudad a la producción local y a las nuevas empresas.

Partiendo de que una de las debilidades mencionadas es la falta de experiencia del emprendedor en el medio, y una de las amenazas asociadas son los constantes cambios en las tendencias del mercado, surge una estrategia enfocada en la adquisición de información y asesoría especializada que permite tomar decisiones y prever los cambios, para alcanzar y mantener una posición competitiva en el mercado, utilizando la oportunidad brindada por Procolombia e Inexmoda (Instituto para la Exportación y la Moda), institutos nacionales que impulsan la industria de la confección.

## **1.6 ANÁLISIS PESTAL**

Con la finalidad de puntualizar en los factores del entorno más influyentes en la industria, se estableció a continuación el análisis PESTAL, que permite evidenciar el estado actual de la industria en cuanto a los factores: político, económico, social, tecnológico, ambiental y legal.

**1.6.1 Factor político.** El gobierno colombiano en los últimos años ha impulsado el crecimiento de la industria nacional, y la creación de nuevas empresas a través de proyectos que permiten llevar a cabo ideas innovadoras que generan empleo, crecimiento y desarrollo.



El Ministerio de Comercio Industria y Turismo, con la finalidad de facilitar la operatividad comercial de los productos, tras mejorar el procedimiento de validación de la conformidad, expidió el Reglamento técnico sobre etiquetado de confecciones mediante la Resolución 1264 del 26 de junio de 2007 publicado el 27 de diciembre de 2007.

El Consejo Superior de Comercio Exterior aprobó la propuesta de nuevas negociaciones de Tratados de Libre Comercio, que tienen como finalidad ofrecer oportunidades de exportación, capacidad de inversión y algunas otras alternativas encaminadas a brindar oportunidades de negocio al mercado nacional, esta propuesta contempla procesos con 20 países, como Australia, Japón, Rusia, India, China, Costa Rica y otros.

Con la finalidad de regular las importaciones, y mitigar los grandes volúmenes de contrabando que se presentan en el país, fue expedido el decreto 601 del 2013, que exige la autorización de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, para las personas tanto naturales como jurídicas que pretendan importar productos textiles, sus manufacturas, calzado y sus partes.

Algunas de las gestiones políticas relacionadas con la industria de las confecciones son el fortalecimiento de Inexmoda, que es el Instituto para la Exportación y la Moda, encargado de la realización de estudios especializados en el sector y del impulso el medio a través de eventos como, Colombiatex de las Américas, Colombia Moda y la Semana de la Moda; la creación de programas gubernamentales en textiles y confección; la deducción de impuestos sobre innovación y la fuerza especial de lucha contra el contrabando.

**1.6.2 Factor económico.** Bogotá se encuentra en la séptima posición del escalafón elaborado por La consultora estadounidense AT Kearney Inc., de las ciudades emergentes con mejor panorama, este escalafón “mide la probabilidad de que las ciudades de los países de bajos y medianos ingresos mejoren su posición global en los próximos 10 a 20 años”<sup>7</sup>. Los principales indicadores tenidos en cuenta para realizar este escalafón son el capital humano, las actividades de negocios y la innovación.

Según el índice departamental de competitividad, que mide en una escala de 0 a 10, Bogotá se cataloga como la región más competitiva con un puntaje de 8,13. Los pilares fundamentales tenidos en cuenta por este índice son las condiciones básicas (instituciones, infraestructura, educación, salud y medio ambiente), la eficiencia (mercados y educación superior) y la sofisticación e innovación (indicadores empresariales y complejidad de la economía).

---

<sup>7</sup> PORTAFOLIO. “Destacan a Bogotá como la séptima urbe con más futuro”. [En línea]. Disponible en: <http://www.portafolio.co/economia/destacan-bogota-como-la-septima-urbe-mas-futuro> [Consultado el 06/02/2016].

Y por último cabe resaltar que “la economía Bogotana experimento una variación creciente de 3,5% en el tercer trimestre de 2015 respecto al mismo trimestre del año anterior según el boletín del Producto Interno Bruto de Bogotá, elaborado en conjunto entre el Observatorio de Desarrollo Económico de Bogotá, ODEB, y la Gerencia ANDI, a partir de las cifras que publicó el DANE; en el tercer trimestre de 2015”<sup>8</sup>.

**1.6.3 Factor social.** Bogotá cuenta con una gran cantidad de personal capacitado, que se desempeña en diversas áreas de la economía, cifras recientes publicadas por Procolombia, registraron que aproximadamente de los más de 112 mil graduados en educación superior un 26,6% son de postgrado, en Bogotá se concentra el 43% de PhD y el 32% de técnicos y tecnólogos que hay en Colombia, además de ello En Bogotá están ubicadas 5 de las 100 mejores universidades de América Latina según QS Intelligence Unit.<sup>9</sup>

**1.6.4 Factor tecnológico.** El gobierno y la cámara de comercio han elaborado planes de acción que permiten implementar tecnología de punta en las empresas, debido al aporte en la competitividad y eficiencia que la inversión a nivel tecnológico genera dentro de una empresa.

La cámara de comercio de Bogotá busca la implementación de la tecnología PAD SYSTEM desarrollada por la compañía PAD System Technologies Inc. Esta compañía es líder en soluciones integradas CAD/CAM para la gestión del diseño y desarrollo de productos, patronaje, escalado de tallas, Patronaje Sobre medidas, Simulación virtual de prendas en 3D y Generación automática e interactiva de Trazos o Marcadas para el Corte industrial.

Los beneficios que trae implementar este tipo de tecnología en una empresa, van desde el aumento del potencial creativo del diseño, hasta la disminución en tiempos y por supuesto en los costos asociados a la cadena productiva, y sin mencionar el hecho de que eleva significativamente la calidad del producto al estandarizar los cortes y optimizar los recursos.

Otro proyecto asociado a la tecnificación en la industria nacional es la implementación de la tecnología informática Product Partner, desarrollado por el centro de investigación y desarrollo tecnológico textil confección de Colombia, este modelo está enfocado en el desarrollo de capacidades gerenciales dentro de la empresa facilitando operaciones como la definición del perfil del consumidor, el pronóstico de ventas por líneas, la identificación de líneas de productos y

---

<sup>8</sup> SECRETARIA DE DESARROLLO ECONÓMICO. “Bogotá jalona la economía del país”. [En línea]. Disponible en: <http://www.desarrolloeconomico.gov.co/> [Consultado el 09/02/2016].

<sup>9</sup> PROCOLOMBIA. “oportunidades de inversión en Bogotá-Cundinamarca”. [En línea]. Disponible en: <http://www.inviertaencolombia.com.co/informacion-regional/bogota-dc.html> [Consultado el 09/02/2016].

estructurar un portafolio detallado e incluso orientar el desarrollo de nuevos productos teniendo en cuenta las necesidades del consumidor.<sup>10</sup>

**1.6.5 Factor ambiental.** Aunque actualmente la legislación Colombiana es muy laxa respecto a la regulación de las prácticas que impactan el ambiente existen algunas leyes que rigen el desarrollo de las empresas en general, las más relevantes se encuentran descritas a continuación.

“Marco Nacional

Ley 9 de 24 de enero de 1979 Por la cual se dictan medidas sanitarias. Dentro del título I de la ley se establecen los parámetros generales de protección al medio ambiente, en temas como residuos líquidos, residuos sólidos, disposición de excretas, emisiones atmosféricas y áreas de captación.

Decreto 1594 de 26 de junio de 1984, del Ministerio de Salud por el cual se reglamenta el uso del agua y el manejo de los residuos líquidos; para esto se deberá desarrollar un plan de ordenamiento del recurso por parte de las entidades encargadas del manejo y administración del agua (EMAR) o del Ministerio de Salud en donde aquéllas no existan.

Ley 373 de 1997: por la cual se establece el programa para uso eficiente y ahorro de agua.

Decreto 1594 de 1984: por el cual se reglamentan los usos del agua y el manejo de los residuos líquidos.

Resolución 1074 de 1997: por la cual el DAMA establece estándares ambientales en materia de vertimientos.

Resolución 339 de 1999: por la cual se implementa las unidades de contaminación hídrica UCH1 y UCH2, para el Distrito Capital.

Resolución 391 de 2001: establece normas técnicas y estándares ambientales para la prevención y control de la contaminación atmosférica y la protección de la calidad del aire en el parámetro urbano de la ciudad de Bogotá, D.C.

Resolución 8321 de 1983: por la cual se dictan normas sobre protección y conservación de la audición, de la salud y el bienestar de las personas, por causa de la producción y emisión de ruidos.

---

<sup>10</sup> CIDEXCO. “Artículos tipymes”. [En línea]. Disponible en: <http://www.textilconfeccion.com.co/html/articulos/tipymes.htm> [Consultado el 10/02/2016].

Decreto 2104 de 1983: residuos sólidos y normas sanitarias aplicables al almacenamiento, transporte, tratamiento y disposición sanitaria de los mismos.”<sup>11</sup>

**1.6.6 Factor legal.** El desarrollo de la empresa debe darse dentro de un marco normativo, que garantice las adecuadas prácticas en todo sentido, algunas las leyes a tener en cuenta hacen parte del código sustantivo de trabajo que establecen el mínimo de condiciones en las que se debe vincular a un colaborador con la empresa; “el decreto 2552 de 30/12/2016 Ministerio de trabajo, por el cual se fija el salario mínimo legal; el decreto 171 de 01/02/2016, por medio del cual se modifica el artículo 2.2.4.6.37 del Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1072 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo, sobre la transición para la implementación del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo –SGSST–; Ley 256 de 1996 (normas sobre competencia desleal); Ley 2553 de agosto de 1950 el decreto que formaliza el código sustantivo; Ley 1429 de 29 de diciembre 2010 formalización y generación de empleo de nuevas empresas; Resolución 1264 del 26 de junio de 2007 el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para etiquetado de confecciones.”<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> UNIDAD DE ASISTENCIA TECNICA AMBIENTAL PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA – ACERCAR INDUSTRIA. “Informe”. En línea]. Disponible en: <http://ambientebogota.gov.co/documents/24732/3988209/Gu%C3%ADa+ambiental+para+el+sector+textil.pdf> [Consultado el 10/02/2016].

<sup>12</sup> GERENCIE. “¿Cuál es la legislación que regula una relación laboral?”. En línea]. Disponible en: <http://www.gerencie.com/cual-es-la-legislacion-que-regula-una-relacion-laboral.html> [Consultado el 10/02/2016].

## 2. ESTUDIO DE MERCADOS

El estudio de mercados, tiene como fin determinar el mercado objetivo del proyecto, su ubicación las tendencias presentes en dicho mercado, y establecer las estrategias respecto al producto, la marca, la forma de hacer publicidad y la ubicación, ya que de la efectividad de dichas estrategias depende el éxito y el posicionamiento del proyecto, puesto que los factores analizados son fundamentales a la hora de establecer relaciones comerciales con el cliente.

### 2.1 ESTADO ACTUAL DEL NEGOCIO

El estado actual del negocio, permite contextualizar el proyecto, teniendo en cuenta aspectos como la caracterización del sector que se desarrolla a través del análisis de macro y micro variables, y la identificación de las barreras de entrada presentes en el mercado relacionadas con factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que inciden en el desarrollo de una nueva empresa en la industria de la confección.

**2.1.1 Caracterización del sector.** La caracterización del sector tiene en cuenta macro y micro variables como se mencionó anteriormente, estas variables permiten identificar las características más influyentes en la industria de las confecciones, como las regiones en donde se concentra su producción, y si su aporte es tenido en cuenta en el cálculo del IPC.

**2.1.1.1 Variables macro.** Estas variables son tomadas del macro entorno en el que se desarrolla la industria de la confección, en este caso se tiene en cuenta la participación de los productos asociados al proyecto en el IPC, las regiones de Colombia y las localidades de Bogotá en las que se concentra dicha industria, como se encuentra a continuación.

- **Pertenece al IPC.** El Índice de precios al consumidor, es un indicador que representa la variación experimentada por los precios de un grupo denominado “la canasta familiar” en ella se incluyen ocho grupos, 34 subgrupos, 79 clases y 176 gastos básicos, esta variación se calcula respecto a dos periodos de tiempo determinados. Dentro del grupo de bienes y servicios se incluyen los alimentos, la vivienda, el vestuario, la cultura diversión y esparcimiento, el transporte y comunicaciones, la salud, la educación, y otros gastos. Los productos como las blusas y chaquetas para dama se encuentran incluidas dentro del vestuario, por lo tanto los productos relacionados con el proyecto hacen parte del cálculo del IPC.
- **Regiones en Colombia que lo producen.** En Colombia las regiones que ofrecen una mayor cantidad de oportunidades para el sector de la confección, son Antioquia, Cundinamarca y algunas ciudades del eje cafetero como

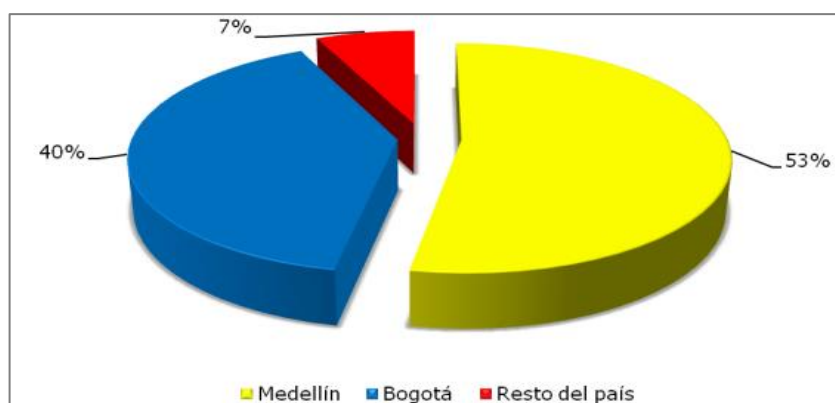
Quindío, Risaralda y Caldas. Medellín es una de las ciudades que concentra el mayor porcentaje de la industria nacional, a finales de 2011 registró una participación de 53%, mientras que Bogotá representó el 40%; el 7% restante está repartido en varias ciudades comerciales del país, como se muestra en la Tabla 33., y en el Gráfico 28.

Tabla 33. Distribución geográfica de la industria textil-confecciones en Colombia, 2011

Ciudad	Porcentaje
Medellín	53%
Bogotá	40%
Resto del país	7%

Fuente: LEGISCOMEX. “Estudio de mercado sector textil y confecciones”. [En línea]. Disponible en: <http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/documento-completo-estudio-de-mercado> [Consultado el 16/02/2016].

Gráfico 28. Distribución geográfica del sector de confecciones en Colombia, 2011



Fuente: LEGISCOMEX. “Estudio de mercado sector textil de confecciones”. [En línea]. Disponible en: <http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/documento-completo-estudio-de-mercado-sector-textil-confecciones-colombia-2012-actualizado-legiscomex.pdf> [Consultado el 16/02/2016].

En el mundo, en promedio se procesan alrededor de 56 millones de toneladas métricas de fibra, de las cuales aproximadamente 200.000 toneladas son procesadas por la industria textil - confecciones de Colombia, lo que equivale a un 0,35% aproximadamente sobre el total mundial.

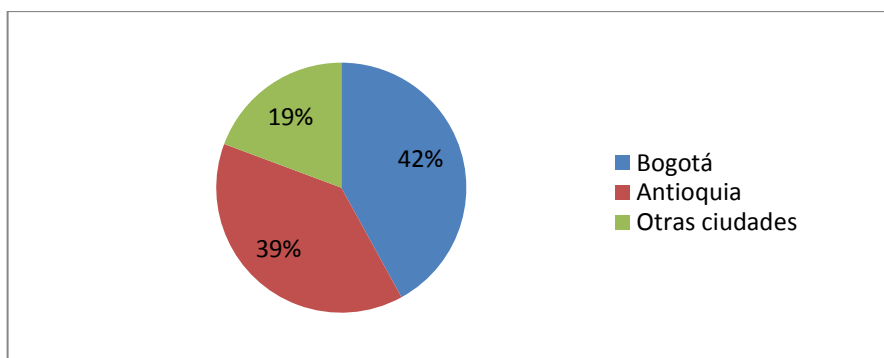
Según los datos publicados por la Cámara de Comercio en un boletín informativo el 23 de abril de 2015, como se muestra en la Tabla 34., y en el Gráfico 29., en Bogotá se concentra un 38% de los establecimientos del sector manufacturero del país, en donde se destacan actividades relacionadas con hilados de lana, fibras sintéticas y confección; por esta razón y por su trayectoria de más de 100 años en el sector, la ciudad se ha posicionado como epicentro del sector textil – confección en Colombia.

Tabla 34. Participación sobre los ingresos operacionales Sector a 2012

Ciudad	Ingresos operacionales
Bogotá	42%
Antioquia	38,68%

Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. “Cámara de Comercio de Bogotá le apuesta al sector de textil confección”. [En línea]. Disponible en: file:///C:/Users/felipe/Downloads/La%20C%C3%1mara%20de%20Comercio%20de%20Bogot%CA1%20le%20apuesta%20al%20sector%20de%20textil%20confecci%C3%B3n.pdf [Consultado el 16/02/2016].

Gráfico 29. Participación sobre los ingresos operacionales



Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. “Cámara de Comercio de Bogotá le apuesta al sector de textil confección”. [En línea]. Disponible en: file:///C:/Users/felipe/Downloads/La%20C%C3%A1mara%20de%20Comercio%20de%20Bogot%C3%A1%20le%20apuesta%20al%20sector%20de%20textil%20confecci%C3%B3n.pdf [Consultado el 16/02/2016].

Bogotá para el 2012 representó el 42% de los ingresos operacionales del sector, por otro lado Antioquia registró una participación de 38,68% en dichos ingresos

como se evidencia en la Tabla 34, en general cualquiera de estas dos regiones cuenta con un ambiente propicio para el desarrollo de nuevas empresas en la industria textil.

- **Localidades en Bogotá, en donde se concentra la industria textil y confecciones.** La información recopilada respecto a la tendencia de la industria textil en las distintas localidades de Bogotá, corresponde a los resultados contenidos en los reportes elaborados por la Cámara de Comercio en 2006; con la finalidad de identificar las localidades que tienen un mayor porcentaje de concentración de actividades manufactureras en el subsector de la confección se agruparon las localidades en 5, como se muestra en la Tabla 35, El grupo 1 está conformado por las localidades de Ciudad Bolívar, La Candelaria, Bosa y San Cristóbal; en el grupo 2 están Tunjuelito, Rafael Uribe Uribe, Teusaquillo y Fontibón; en el grupo 3 se encuentran Antonio Nariño, Chapinero, Usaquén y Barrios Unidos; en el grupo 4 se agrupan Suba, Los Mártires, Santafé y Kennedy y por último al grupo 5, lo integran las localidades de Engativá y Puente Aranda.

Tabla 35. Concentración de la industria textil por grupo de localidades 2005

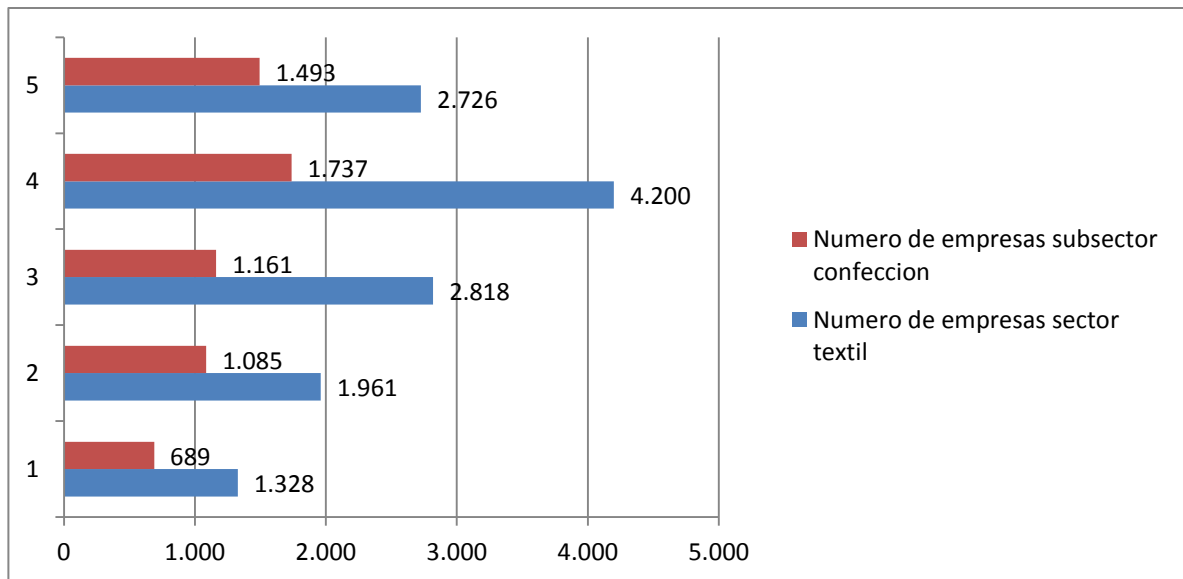
Grupo de localidades	Sector textil		Subsector confecciones	
	Número de empresas	Porcentaje de participación	Número de empresas	Porcentaje de participación
1	1.328	35%	689	52%
2	1.961	26%	1.085	55%
3	2.818	24%	1.161	41%
4	4.200	31%	1.737	64%
5	2.726	17%	1.493	55%

Fuente: UNIVERSIDAD DE LA SALLE. “evolución de la competitividad de las pymes del sector textil en Bogotá, para el subsector textil-confecciones, en el periodo 2000 - 2005”. [En línea]. Disponible en: <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/12086/T10.08%20A72e.pdf?sequence=1> [Consultado el 16/02/2016].

El grupo de localidades que concentra una mayor cantidad de empresas es el 4, que está conformado por las localidades de Suba, Los Mártires, Santafé y Kennedy, con 4.200 empresas relacionadas con el sector textil lo que equivale al 31% de las empresas existentes en estas localidades, y de esas 4.200 empresas que pertenecen al sector textil el 64% se relaciona directamente con el subsector de las confecciones, esto corresponde a unas 1.737 empresas en total, en segundo lugar se encuentran las localidades de Antonio Nariño, Chapinero, Usaquén y Barrios Unidos (grupo 3), con 2.818 empresas que representan el 24% del total de las empresas de la zona, de las 2.818 aproximadamente 1.161 están relacionadas directamente con el subsector de confecciones.



Gráfico 30. Concentración de la industria textil, por grupo de localidades 2005



Fuente: UNIVERSIDAD DE LA SALLE. “evolución de la competitividad de las pymes del sector textil en Bogotá, para el subsector textil-confecciones, en el periodo 2000 - 2005”. [En línea]. Disponible en: <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/12086/T10.08%20A72e.pdf?sequence=1> [Consultado el 16/02/2016].

En los diferentes grupos de localidades existe una cierta proporción entre el número de empresas vinculadas al sector textil y el número de empresas del subsector de la confección, como se observa en el Gráfico 30. En el grupo 5 el número de empresas relacionadas con la confección representa el 54,7% respecto al total de empresas presentes en dichas localidades, en el grupo 4 esta misma proporción equivale a 41,3%, en el grupo 3 equivale a 41,1%, en el grupo 2 representa un 55,3% y por último en el grupo 1 representa una proporción de 51,8%.

- **Variables micro.** Estas variables se relacionan con el micro entorno y generan impacto en el desarrollo de una empresa, las variables identificadas a continuación son en primera instancia, la materia prima y tecnología, presentes en la cadena productiva de la confección, además de ello se caracteriza la demanda y se tienen en cuenta los competidores directos e indirectos presentes en el mercado.
- **Identificación de la Materia prima y tecnología.** Las Materias primas que por lo general se incluyen en el proceso productivo de la confección, son telas en diferentes materiales y tejidos como: el Nylon, el Poliéster, Rayón, Viscosa y Acetato de Celulosa que son fibras sintéticas y artificiales; otros tejidos de origen natural como la lana y el algodón, estos últimos pueden ser crudos,

blaqueados, teñidos y estampados, y pueden encontrarse en tejidos planos y de punto.

Otros insumos presentes en el proceso productivo que pueden calificarse como accesorios textiles, son el hilo, cremalleras, tachos, botones, cierres marcuillas, etiquetas, encajes, espumas, aplicaciones, ojáleles, hebillas y broches que pueden ser elaborados en materiales plásticos, metálicos e incluso de madera en el caso de los botones y broches.

En la línea de producción de la industria de las confecciones, por lo general se incluye tecnología que permite ajustar las piezas y realizar cortes que minimicen los desperdicios de tela, esta tecnología se compone por un software de diseño asistido que trabaja en conjunto con máquinas de corte computarizadas; en el área de costura se cuenta con máquinas como la Máquina plana, la Máquina plana de dos agujas, las máquinas de doble arrastre, la máquina zigzag, la fileteadora (máquina overlok), la máquina de puntada invisible, la plancha industrial y la máquina de doblar.

- **Caracterización de la demanda.** La demanda en el sector textil y confecciones, experimentó un avance representativo, debido a que se implementaron restricciones respecto a las importaciones y la demanda de bienes por parte de las familias colombianas, presentó condiciones más estables y crecientes, el gasto en vestuario de dichas familias en 2014 fue de \$19,95 billones de pesos, parte de la industria observó un avance significativo en el índice de ventas. Específicamente, el sector textil mostró una contracción de 6% en noviembre de 2014, mientras que en el sector de las confecciones fue cercano al 1% para este mismo mes.<sup>13</sup>

Las restricciones respecto a las importaciones de productos confeccionados, generaron la disminución de la comercialización de productos traídos de otros países y de manera simultánea estimularon a la industria nacional, en especial a los pequeños talleres de confección.

Como se evidencia en la Tabla 36., y en el Gráfico 31., la demanda de los productos confeccionados, presenta una tendencia estacional, debido a que en los meses comprendidos entre noviembre y mayo se evidenció una variación creciente representativa, debido a que en la época de fin de año el nivel de ventas se incrementa en una alta proporción y en enero y los meses siguientes el mayor movimiento experimentado en este sector se da por las ofertas en las tiendas y por la temporada escolar.

---

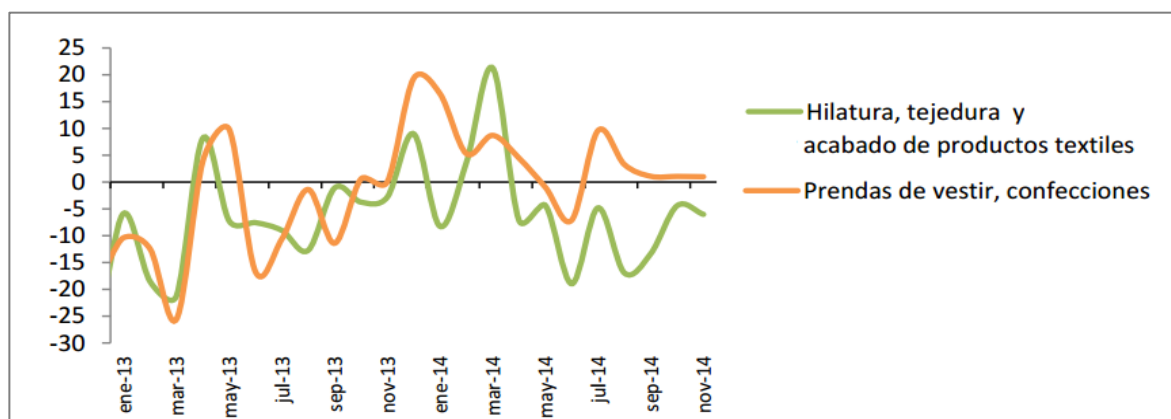
<sup>13</sup> Fuente: AKTIVA. “Estudios económicos”. [En línea]. Disponible en: [http://aktiva.com.co/app/webroot/blog/Estudios%20sectoriales/2015/Textil\\_confecciones\\_febrero\\_2015.pdf](http://aktiva.com.co/app/webroot/blog/Estudios%20sectoriales/2015/Textil_confecciones_febrero_2015.pdf) [Consultado el 27/02/2016].

Tabla 36. Variación anual de las ventas reales de subsectores de la confección respecto al total de la industria

Mes	Variación porcentual, Hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles.	Prendas de vestir, confecciones.
Enero 2013	-5%	-10%
Marzo 2013	-23%	-26%
Mayo 2013	-5%	10%
Julio 2013	-10%	-5%
Septiembre 2013	-3%	-7%
Noviembre 2013	0,2%	2%
Enero 2014	-8%	15%
Marzo 2014	15%	7%
Mayo 2014	-4%	-3%
Julio 2014	-5%	10%
Septiembre 2014	-10%	1%
Noviembre 2014	-6%	1%

Fuente: AKTIVA. “Estudios económicos”. [En línea]. Disponible en: [http://aktiva.com.co/app/webroot/blog/Estudios%20sectoriales/2015/Textil\\_confeciones\\_febrero\\_2015.pdf](http://aktiva.com.co/app/webroot/blog/Estudios%20sectoriales/2015/Textil_confeciones_febrero_2015.pdf) [Consultado el 27/02/2016].

Gráfico 31. Variación anual de las ventas reales de subsectores de la confección respecto al total de la industria



Fuente: AKTIVA. “Estudios económicos”. [En línea]. Disponible en: [http://aktiva.com.co/app/webroot/blog/Estudios%20sectoriales/2015/Textil\\_confeciones\\_febrero\\_2015.pdf](http://aktiva.com.co/app/webroot/blog/Estudios%20sectoriales/2015/Textil_confeciones_febrero_2015.pdf) [Consultado el 27/02/2016].

- **Identificación de competencia directa e indirecta.** La competencia directa se constituye por empresas que producen blusas y chaquetas, y que además de eso actualmente están implementando principios de la moda ética en sus procesos, principios como la recuperación de la cultura, a través de la inclusión de técnicas ancestrales en sus procesos, como es el caso de la diseñadora

colombiana Amelia Toro, y la utilización de fibras orgánicas como lo hace la marca Dvotio.

La competencia indirecta incluye las empresas que producen blusas y chaquetas para dama que son reconocidas en el mercado y que no aplican los principios de la moda ética, pero que si se enfocan en el diseño, y aunque no producen en Colombia el concepto de diseño y su reconocimiento hace que se consideren competencia indirecta; estas empresas son ZARA, Rapsodia, y Desigual.

**2.1.2 PESTAL barreras de entrada.** El PESTAL es un análisis que abarca seis factores principales que inciden en la realización de un proyecto, en este caso estos factores se enfocan en las barreras de entrada presentes en el mercado, es decir las limitaciones que están presentes en cada uno de los ámbitos relacionados para ingresar al mercado.

**2.1.2.1 Factor político.** A nivel político no se encuentran barreras de entrada; sino por el contrario se cuenta con varias oportunidades y apoyo por instituciones que en el país se encargan de promover la creación de nuevas empresas e impulsar el desarrollo a nivel industrial, como Indexmoda, el fondo emprender y el SENA. La Cámara de Comercio de Bogotá a su vez ha creado un portafolio con la finalidad de brindar apoyo a los emprendedores de este sector, en el último trimestre de 2014 se dió inicio al proceso de acompañamiento con emprendedores del sector, y a 2015 ajustó el portafolio de servicios de la mano con el Centro de Manufactura en Textiles y Cuero del SENA además de que tras el desarrollo de la gestión del emprendimiento, la cámara de comercio de Bogotá desarrolló el primer Startup Weekend Moda – Tech Bogotá, en donde se vincularon la moda y la tecnología.

**2.1.2.2 Factor económico.** La inversión inicial es alta puesto que la mayoría de la maquinaria debe ser adquirida, la cadena productiva de las confecciones requiere de tecnología específica casi en todos sus componentes, por lo cual se debe adquirir la tecnología idónea para que todo funcione de manera unificada y no se presenten cuellos de botella ni disminución en la calidad, a causa de una estación de trabajo acoplada inapropiadamente.

Otra de las barreras en cuanto al factor económico se da debido a los efectos negativos que trae consigo la devaluación del peso respecto al DÓLAR, esto ha generado un panorama hostil para la industria en cuanto al comercio exterior, muchas de las máquinas implicadas en el proceso de producción en el área de la confección son importadas y por esta razón el costo de adquisición y tan solo el costo de mantenimiento han experimentado variaciones crecientes en proporciones considerables.

Respecto al factor económico no solo se encuentran barreras sino también oportunidades, una de ellas se encuentra en la creación del fondo emprender por

parte del gobierno, con la finalidad de financiar iniciativas empresariales que provengan de emprendedores en formación o profesionales.

**2.1.2.3 Factor social.** La barrera que se encuentra en cuanto al factor social está asociada al desconocimiento de la moda ética, la aplicación de estos principios son un elemento diferenciador y clave para los productos implicados en el proyecto, y por ello el desconocimiento de dichos principios se considera una barrera, ya que dentro de los criterios de compra de los clientes no se percibe la implementación de la moda ética como algo relevante.

**2.1.2.4 Factor tecnológico.** La gran mayoría de las máquinas usadas en el sector de la confección son importadas y por esta razón existe una serie de complicaciones que se constituyen como barreras de entrada, una de estas barreras se da debido a que la maquinaria requiere de una minuciosa revisión antes de adquirirla ya que las decisiones inadecuadas respecto a su adquisición, al proceso de mantenimiento, acople y la adquisición de repuestos, pueden representar grandes gastos, e incluso pueden implicar la detención de la producción por periodos de tiempo inciertos. Además este tipo de maquinaria tiene una demanda considerable, no solo por parte de las grandes empresas productoras, sino también de pequeñas empresas, lo que ocasiona una gran cantidad de contrabando alrededor de este tipo de tecnología, y esto representa un riesgo para la empresa poniendo en peligro la calidad del producto.

**2.1.2.5 Factor ambiental.** Una de las barreras de entrada respecto al factor ambiental que se da en la industria de la confección, es el desconocimiento y el desinterés en la utilización de fibras ecológicas, y en la posibilidad de reciclar fibras textiles, para mitigar el impacto medio ambiental negativo que la industria genera a nivel mundial, adicional a ello en Colombia la normatividad que regula la explotación de los recursos naturales y preserva el medio ambiente es muy laxa, hasta hace algunos años surgieron regulaciones respecto al uso de los recursos de manera general para cualquier industria y algunas otras que están dirigidas al etiquetado de prendas, pero como tal no está instaurada una normatividad ambiental dirigida a temas puntuales de la industria de la confección como la producción con menor cantidad de residuos, los tejidos ecológicos las ecofibras y una serie de requerimientos que en otros países están empezando a cobrar fuerza.

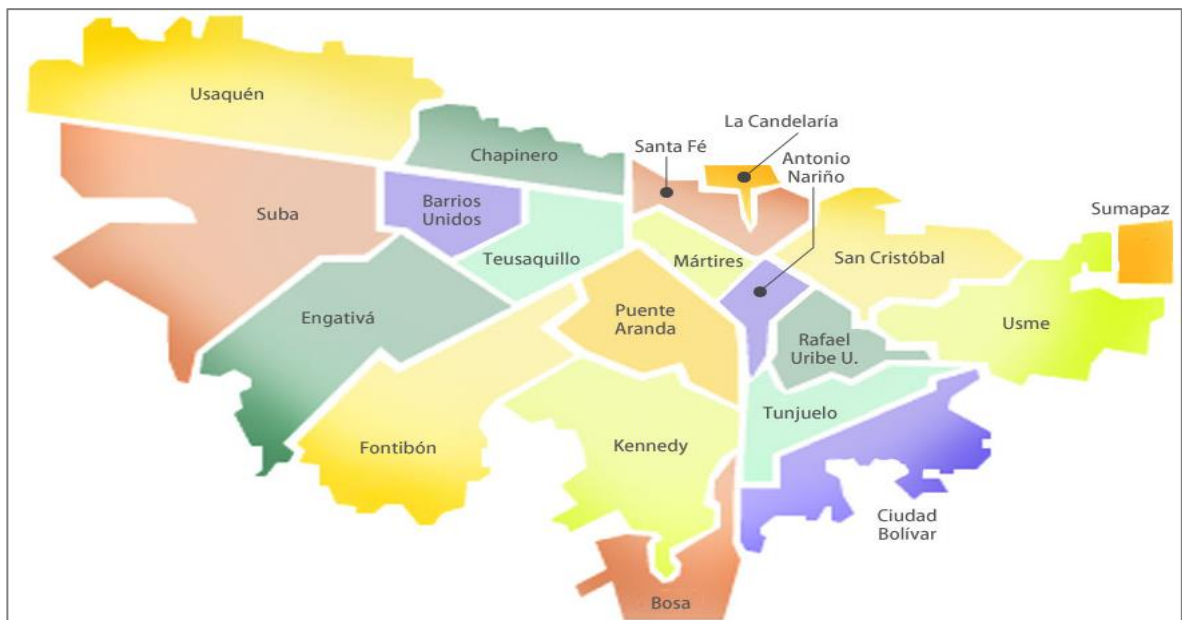
**2.1.2.6 Factor legal.** La constitución legal de una empresa es un procedimiento accesible para cualquiera que tenga una idea emprendedora y decida empezar a desarrollarla dentro del marco legal, la Cámara de Comercio de Bogotá por medio de su portal WEB, brinda información completa acerca de los pasos a seguir para llegar a constituir legalmente una empresa, en conclusión respecto al factor legal no se encuentran barreras de entrada.

## 2.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación de mercados, es el proceso que permite agrupar a los consumidores teniendo en cuenta características en común, que cumplan con los ideales y el enfoque determinado de un proyecto empresarial o una empresa ya constituida; un segmento de mercado está formado por un grupo identificable con deseos, necesidades, poder adquisitivo, actitudes de compra o hábitos similares a los que las características del producto o servicio podrían satisfacer. El principal objetivo de la segmentación de mercados es aumentar la precisión en la estrategia de mercadotecnia.<sup>14</sup> El tipo de segmentación utilizada es la segmentación de consumo debido a que el producto se va a distribuir directamente al consumidor final, esta segmentación se divide en 4, la segmentación geográfica, la demográfica, pictográfica y conductual, desarrolladas a continuación.

**2.2.1 Segmentación geográfica.** La zona que se describe en la segmentación geográfica es la ciudad de Bogotá, en donde actualmente se estima que hay un aproximado de 6.763 millones de habitantes distribuidos en las 20 localidades que se muestran en la Imagen 1.

Imagen 1. Mapa de Bogotá, dividido por localidades



Fuente: MAPAS INTERACTIVOS BOGOTÁ. “Mapa de Bogotá dividido por localidades”. [En línea]. Disponible en: <http://www.mapainteractivo.net/fotos/mapa-de-bogota.html> [Consultado el 22/02/2016].

<sup>14</sup> SEGMENTACION PSICOGRAFICA. “Informe”. En línea]. Disponible en: <http://segmento.itam.mx/Administrador/Uploader/material/Segmentacion%20Psicografica,%20Conociendo%20al%20Consumidor.PDF> [Consultado el 24/02/2016].

**2.2.2 Segmentación demográfica.** El cliente en el que se enfoca el proyecto son mujeres entre los 15 y 44 años de edad, de estrato 4, 5 o 6, que en promedio perciben ingresos mayores a 4 SMLV para el caso de las mujeres en edad de trabajar, y respecto a las menores de edad y estudiantes se tiene en cuenta el nivel de ingresos de su núcleo familiar; en general presentan un nivel de educación profesional, o se encuentran estudiando actualmente.

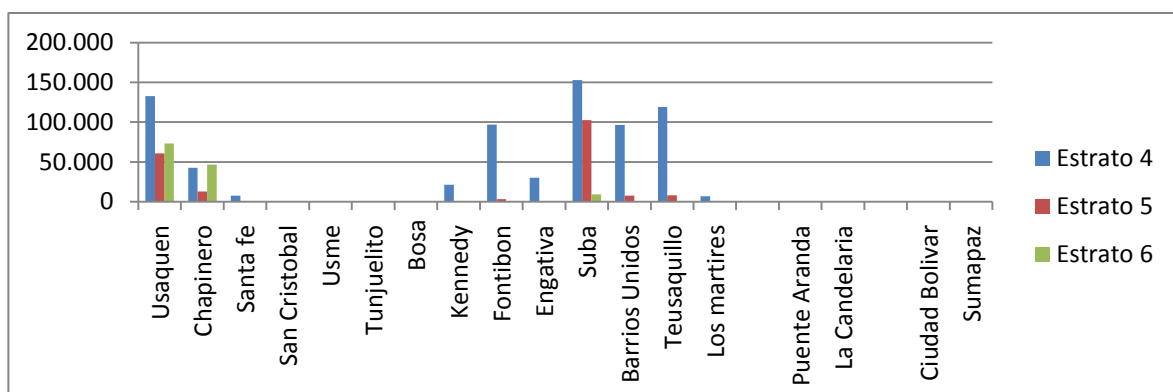
Según los datos publicados por la secretaria de planeación a 2011, las principales localidades en las que se encuentra el mayor número de personas clasificadas en los estratos 5 y 6 son Usaquén Chapinero y Suba, respecto al estrato 4 se concentra una mayor cantidad de personas en las localidades de Suba, Usaquén, Teusaquillo, Fontibón y Barrios Unidos como se muestra en la Tabla 37.

Tabla 37. Cantidad de personas en cada localidad a 2011

Localidad	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6
Usaquén	132.790	60.766	73.298
Chapinero	42.379	12.879	46.706
Santa Fe	7.630	642	660
San Cristóbal	0	4	25
Usme	3	2	2
Tunjuelito	0	0	0
Bosa	0	0	0
Kennedy	21.153	0	0
Fontibón	96.793	3.294	0
Engativá	29.953	0	0
Suba	152.745	102.468	9.382
Barrios Unidos	96.434	7.642	0
Teusaquillo	119.123	8.073	0
Los Mártires	6.959	0	0
Antonio Nariño	0	0	0
Puente Aranda	0	0	0
La Candelaria	0	0	0
Rafael Uribe Uribe	0	0	0
Ciudad Bolívar	2	1	1
Sumapaz	227	102	133

Fuente: SECRETARÍA DE PLANEACIÓN. “Estadística Proyección de la población”. [En línea]. Disponible en: <http://www.sdp.gov.co/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/ProyeccionPoblacion> [Consultado el 22/02/2016].

Gráfico 32. Número de personas por localidad de estratos 4, 5 y 6



Fuente: SECRETARÍA DE PLANEACIÓN. “Estadística Proyección de la población”. [En línea]. Disponible en: <http://www.sdp.gov.co/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/ProyeccionPoblacion> [Consultado el 22/02/2016].

Teniendo en cuenta el Gráfico 32. Las principales localidades de Bogotá en las que se concentra la mayor cantidad de personas estratos 4, 5 y 6; que son los que hacen parte de la segmentación definida teniendo en cuenta su nivel de ingresos, son Usaquén y Chapinero, en donde a 2011 se reportaron 266.854 y 102.018 habitantes en cada localidad respectivamente, esto representa un total de 368.872 personas entre las dos localidades mencionadas. El número de mujeres entre los 15 y 44 años se muestran en la Tabla 38.

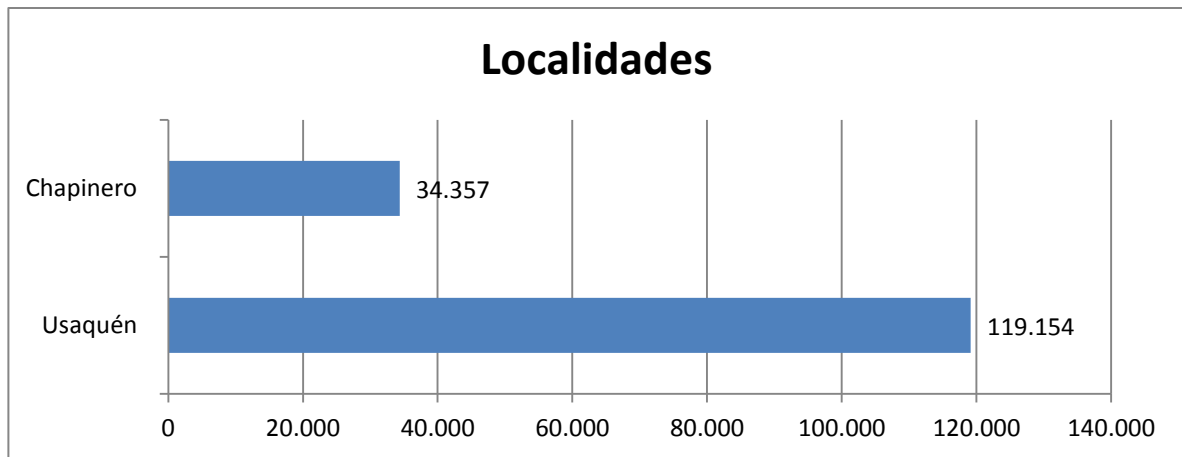
Tabla 38. Número de mujeres entre los 15 y 24 años de edad por localidades

Localidad	Número de mujeres
Usaquén	119.154
Chapinero	34.357

Fuente: SECRETARÍA DE PLANEACIÓN. “Estadística Proyección de la población”. [En línea]. Disponible en: <http://www.sdp.gov.co/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/ProyeccionPoblacion> [Consultado el 22/02/2016].



Gráfico 33. Número de mujeres entre los 15 y 44 años por localidad



Fuente: SECRETARÍA DE PLANEACIÓN. “Estadística Proyección de la población”. [En línea]. Disponible en: <http://www.sdp.gov.co/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/ProyeccionPoblacion> [Consultado el 22/02/2016].

Según los datos encontrados en la Gráfico 33. En 2015 se registraron en promedio 153.511 mujeres entre los 15 y 44 años de edad, en las localidades de Chapinero y Usaquén que según el Gráfico 30. Son las localidades de Bogotá que albergan la mayor cantidad de población de estratos 4, 5 y 6.

**2.2.3 Segmentación psicográfica.** Al segmentar psicográficamente, los compradores se agrupan de acuerdo a su estilo de vida, personalidad y valores principalmente.

Estilo de vida, son mujeres que desarrollan su día a día en ámbitos socialmente activos como la universidad y el trabajo, como el rango de edad va desde los 15 años hasta los 44, puede que sean solo estudiantes o que incluso ya hayan conformado una familia, pero lo que las identifica es su tendencia independiente y su estilo vanguardista.

Personalidad, mujeres modernas, que son independientes, le dan mucha relevancia a su estilo y lo que transmiten con él, se preocupan por la exclusividad y por encontrar prendas únicas que muestren rasgos de su personalidad y refuercen su aspecto ante la sociedad.

**2.2.4 Segmentación conductual.** Esta segmentación establece cada cuanto son utilizadas las blusas y chaquetas para dama, la vida útil y la tasa de beneficio, es decir la innovación que brinda estas prendas. Las prendas de vestir como blusas y chaquetas para dama, suelen usarse a diario y una prenda en particular puede usarse una vez por semana e incluso dos, dependiendo del tipo de prenda, si se

trata de prendas básicas o formales, lo más usual es que su frecuencia de uso sea una vez a la semana o una vez cada dos semanas, si se trata de prendas elegantes de diseños específicos, pueden usarse dos o tres veces al año para algún evento social en especial.

Respecto a la tasa de beneficio, el producto brinda calidad y diseños exclusivos que pretenden incluir texturas y técnicas ancestrales típicas colombianas, además de materiales y procesos comprometidos con la preservación del medio ambiente, por lo que además de desarrollar procesos de responsabilidad social empresarial permite crear piezas únicas y especialmente creadas para satisfacer el gusto de los clientes.

## **2.3 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

La investigación de mercados, es una herramienta que por medio de la recopilación de información relevante en cuanto al mercado y a la empresa o proyecto, permite tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico, y de esta manera establecer objetivos, planes y estrategias efectivos. En este proyecto se utiliza un proceso sistemático de recolección de datos que tiene como finalidad caracterizar las preferencias de las mujeres entre los 15 y los 44 años, de las localidades de Usaquén y Chapinero, y de esta manera establecer el plan de mercadeo más apropiado.

El tipo de investigación que se emplea es la estadística descriptiva, debido a que la información recolectada se obtiene por medio de encuestas aplicadas a un grupo de personas o población determinada, y el análisis de los datos obtenidos se desarrolla mediante técnicas estadísticas; para seleccionar el grupo al que se le debe aplicar la encuesta se implementa un plan de muestreo, en este caso se emplea un muestreo aleatorio simple, este tipo de muestreo permite seleccionar una muestra de tamaño  $n$  de una población  $N$ , en donde cada elemento tiene unas características en común.

Las observaciones que se realizan en la investigación de mercados son efectuadas a través de un conjunto de referencia, este conjunto se conforma por las mujeres entre los 15 y 44 años de edad que viven en las localidades de Usaquén y Chapinero, a 2015 se estimó un total de 153.511 mujeres con estas características, como la población identificada es mayor a 100.000 es considerada una población infinita, razón por la que se usa una muestra que contiene las características enunciadas de la población, el tamaño de dicha muestra se halla usando la Ecuación 1., que corresponde al muestreo aleatorio simple y se ajusta usando la Ecuación 2.

### Ecuación 1. Muestreo aleatorio simple

$$n = \frac{z^2 \times Pq}{e^2}$$

n= Tamaño de muestra

Z = Nivel de confianza (95%, z; 1,96) dada por la tabla de distribución normal

p = Varianza de la proporción esperada (P = 0,5)

q = Varianza de la proporción fracaso (q=0,5)

e = error máximo permitido (7,14%)

$$n = \frac{1,96^2 \times (0,5)(0,5)}{(0,0714)^2} = 188,38$$

Tamaño de la muestra ajustada

### Ecuación 2. Tamaño de la muestra ajustada

$$n' = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}}$$

$$n' = \frac{188,38}{1 + \frac{188,38 - 1}{153511}} = 118,15$$

Tras aplicar la fórmula, de ajuste a la muestra poblacional el número de encuestas que se debe aplicar es 118, esta muestra corresponde entonces a la investigación de mercados que se llevará a cabo en las localidades de Usaquén y Chapinero, como anteriormente se mencionó. La herramienta implementada para la obtención de datos en este caso es la encuesta, dicha encuesta se aplica a la muestra representativa y en ella se diseñaron una serie de preguntas, que tienen como finalidad conocer los estados de opinión y las perspectivas de los clientes potenciales frente a las blusas y chaquetas para dama, sus expectativas, los factores decisivos en el momento de la compra y las marcas más reconocidas en el mercado actual, en el Cuadro 2., se encuentra el diseño de la encuesta aplicada. En el Anexo A., se encuentran algunas de las encuestas aplicadas.

## Cuadro 2. Diseño de encuesta

<p>Esta encuesta se realiza con el objetivo de determinar algunos aspectos a la hora de comprar prendas de vestir como blusas y chaquetas para dama. Las preguntas formuladas a continuación se relacionan con el proyecto, resolverlas tomará 2 minutos de su tiempo, responda marcando con una X. Gracias por su atención.</p>	
<p>1. ¿Conoce las ecofibras o las telas ecológicas?  <input type="checkbox"/> Sí    <input type="checkbox"/> No          (si marca si pase a la 2 y si no a la 3)</p> <p>2. ¿Qué tipo de ecofibras conoce?          _____</p> <p>3. ¿Qué estilo prefiere en prendas como blusas y chaquetas?  <input type="checkbox"/> Sport / casual    <input type="checkbox"/> Vintage  <input type="checkbox"/> Denim    <input type="checkbox"/> Elegante</p> <p>4. ¿Qué tipo de tela prefiere para prendas como blusas y chaquetas?  <input type="checkbox"/> Eco fibras  <input type="checkbox"/> Lana  <input type="checkbox"/> Algodón orgánico  <input type="checkbox"/> Telas sintéticas  <input type="checkbox"/> Le es indiferente</p> <p>5. ¿Cuáles de las siguientes marcas tienen mayor posicionamiento en el mercado?  <input type="checkbox"/> Amelia Toro    <input type="checkbox"/> Rapsodia  <input type="checkbox"/> Desigual    <input type="checkbox"/> Zara  <input type="checkbox"/> Otra ¿Cuál? _____</p> <p>6. ¿Con que frecuencia compra blusas?  <input type="checkbox"/> No compra  <input type="checkbox"/> De 1 a 2 veces al año  <input type="checkbox"/> De 3 a 5 veces al año  <input type="checkbox"/> De 6 a 8 veces al año  <input type="checkbox"/> Más de 8 veces al año</p> <p>7. ¿con que frecuencia compra chaquetas?  <input type="checkbox"/> No compra  <input type="checkbox"/> De 1 a 2 veces al año  <input type="checkbox"/> De 3 a 5 veces al año  <input type="checkbox"/> De 6 a 8 veces al año  <input type="checkbox"/> Más de 8 veces al año</p>	<p>8. ¿Dónde acostumbra a comprar blusas y chaquetas?  <input type="checkbox"/> Centros comerciales    <input type="checkbox"/> Tiendas  <input type="checkbox"/> Almacenes de cadena    <input type="checkbox"/> Otro</p> <p>9. ¿Qué talla utiliza usted?  <input type="checkbox"/> XS    <input type="checkbox"/> S    <input type="checkbox"/> L  <input type="checkbox"/> M    <input type="checkbox"/> XL</p> <p>10. ¿En qué rango de edad se encuentra ubicada usted?  <input type="checkbox"/> 15 a 24 años    <input type="checkbox"/> 25 a 34 años  <input type="checkbox"/> 35 a 44 años    <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores</p> <p>11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una blusa?  <input type="checkbox"/> \$50.000 a \$100.000  <input type="checkbox"/> \$101.000 a \$150.000  <input type="checkbox"/> \$151.000 a \$200.000  <input type="checkbox"/> \$201.000 o más</p> <p>12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una chaqueta?  <input type="checkbox"/> \$70.000 a \$225.000  <input type="checkbox"/> \$226.000 a \$380.000  <input type="checkbox"/> \$381.000 a \$535.000  <input type="checkbox"/> \$536.000 a más</p> <p>13. ¿Cuál es su motivo de compra más frecuente?  <input type="checkbox"/> Uso personal  <input type="checkbox"/> Regalo</p>

**2.3.1 Análisis de resultados.** La encuesta anteriormente relacionada en el Cuadro 2., fue aplicada a 188 mujeres en el barrio el retiro, debido a que este hace parte de la localidad de chapinero, una de las localidades que concentra la mayor cantidad de mujeres entre los 15 y 44 años de edad pertenecientes a los estratos 4, 5 y 6 según la segmentación demográfica realizada. Los datos consolidados a continuación se obtuvieron de recopilar las repuestas contenidas en cada encuesta, su análisis permite conocer algunas tendencias del mercado y las percepciones de los clientes actualmente.

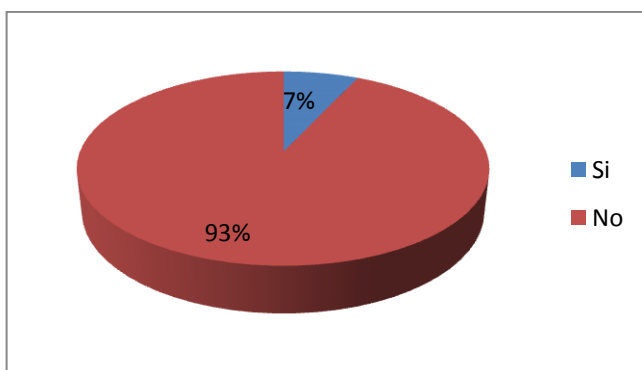
Pregunta. 1 ¿Conoce las ecofibras o telas ecológicas?

Con la finalidad de establecer que tan conocidas son las ecofibras o las telas ecológicas por el mercado objetivo, se introdujo en la encuesta la Pregunta 1., ¿Conoce las ecofibras o telas ecológicas?, a lo que un 7% respondió que sí, mientras que un 93% aún desconoce este tipo de insumos, como se muestra en la Tabla 39., y en el Gráfico 34.

Tabla 39. ¿Conoce las ecofibras?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	7%
No	175	93%
Total	188	100%

Gráfico 34. ¿Conoce las ecofibras o telas ecológicas?



Pregunta 2. ¿Qué tipo de ecofibras conoce?

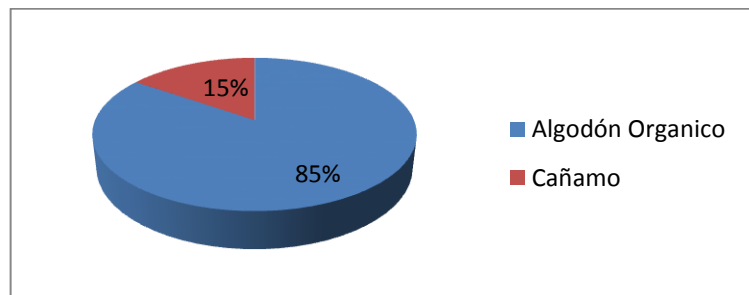
Esta pregunta solo estaba formulada para quienes respondieron que sí tienen conocimiento de las ecofibras o telas ecológicas, en este caso 13 de las mujeres encuestadas aseguraron conocer este tipo de insumos, de ellas el 85% reconoce el Algodón Orgánico como una tela ecológica y el 15% restante reconoce el cáñamo. Entonces es posible afirmar que en el mercado actual en el pequeño porcentaje de mujeres que conoce las telas ecológicas, el algodón orgánico tiene

mayor popularidad que otras telas de este tipo, como se evidencia en la Tabla 40., y en el Gráfico 35.

Tabla 40. ¿Qué tipo de ecofibras conoce?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Algodón orgánico	11	85%
Cañamo	2	15%
Total	188	100%

Gráfico 35. ¿Qué tipo de ecofibras conoce?



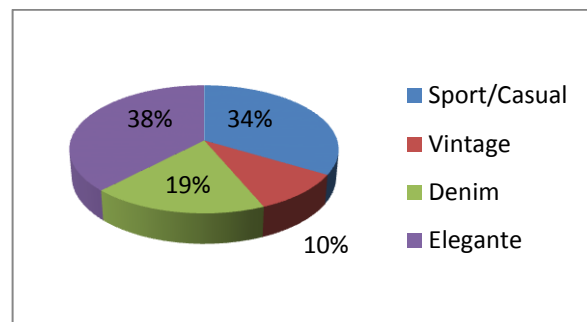
Pregunta 3. ¿Qué estilo prefiere en prendas como blusas y chaquetas?

Uno de los principales factores que influye en la decisión del cliente es el estilo de las prendas, en este caso se tuvieron en cuenta las cuatro opciones más comunes a la hora de comprar ropa, y tras tabular los datos obtenidos, se encontró que el estilo más popular es el elegante con una preferencia del 38%, le sigue con 34% quienes prefieren las prendas sport y casuales, y tendencias menos comunes como el denim y vintage representaron un 19% y 10% respectivamente, como se muestra en la Tabla 41., y en el Gráfico 36.

Tabla 41. ¿Qué estilo prefiere en prendas como blusas y chaquetas?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sport/casual	63	34%
Vintage	19	10%
Denim	35	19%
Elegante	71	38%
Total	188	100%

Gráfico 36. ¿Qué estilo prefiere en prendas como blusas y chaquetas?



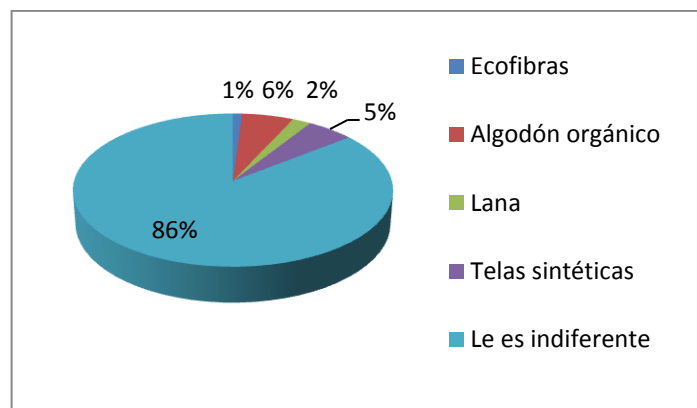
Pregunta 4. ¿Qué tipo de tela prefiere para prendas como blusas y chaquetas?

En el mercado actual se manejan diversidad de telas que permiten gran versatilidad en diseño, se formuló la pregunta orientada hacia el reconocimiento de las preferencias respecto al tipo tela para prendas como blusas y chaquetas, y para el 86% es indiferente la tela utilizada en la elaboración de dichas prendas, es decir que no es un factor determinante en el momento de comprar, como se muestra en la Tabla 42., y en el Gráfico 37.

Tabla 42. ¿Qué tipo de tela prefiere para prendas como blusas y chaquetas?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Ecofibras	2	1%
Algodón orgánico	11	6%
Lana	4	2%
Telas sintéticas	10	5%
Le es indiferente	161	86%
Total	188	100%

Gráfico 37. ¿Qué tipo de tela prefiere para prendas como blusas y chaquetas?



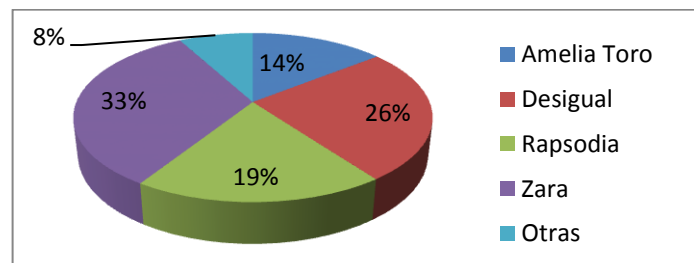
Pregunta 5. ¿Cuáles de las siguientes marcas tienen mayor posicionamiento en el mercado?

Las marcas que se dieron como opción de respuesta, son las que se considera tienen un estilo similar al propuesto por el proyecto y pueden atraer al mismo tipo de clientes, por esta razón es importante conocer cuál de ellas tiene el mayor reconocimiento, el resultado obtenido permite afirmar que Zara es la empresa con mayor reconocimiento representando un 33%, le sigue Desigual con 26%, luego Rapsodia con 19%, Amelia Toro con 14% y por último otras marcas 8%, como se muestra en la Tabla 43., y en el Gráfico 38.

Tabla 43. ¿Cuáles de las siguientes marcas tienen mayor posicionamiento en el mercado?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Amelia Toro	27	14%
Desigual	48	26%
Rapsodia	36	19%
Zara	62	33%
Otras	15	8%
Total	188	100%

Gráfico 38. ¿Cuáles de las siguientes marcas tienen mayor posicionamiento en el mercado?



Pregunta 6. ¿Con que frecuencia compra blusas?

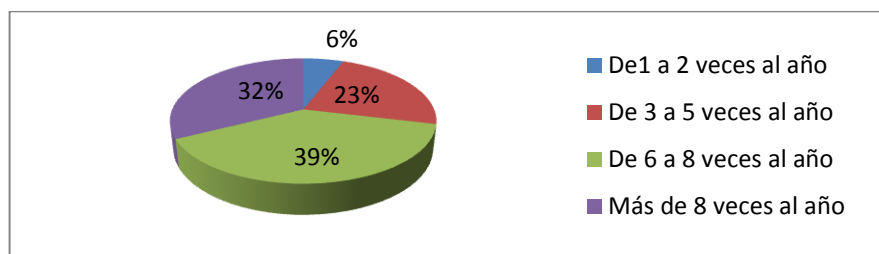
El 39% de las mujeres encuestadas compra blusas entre 6 y 8 veces al año, el 32% compra más de 8 veces, el 23% compra de 3 a 5 veces al año y apenas un 6% compra entre 1 y 2 veces, esta tendencia resulta favorable ya que la posibilidad de que el cliente regrese a comprar nuevos productos es alta, y demuestra que hay un gran potencial de compra en este mercado, como se muestra en la Tabla 44., y en el Gráfico 39.



Tabla 44. ¿Con que frecuencia compra blusas?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No compra	0	0%
De 1 a 2 veces al año	11	6%
De 3 a 5 veces al año	43	23%
De 6 a 8 veces al año	73	39%
Más de 8 veces al año	61	32%
Total	188	100%

Gráfico 39. ¿Con que frecuencia compra blusas?



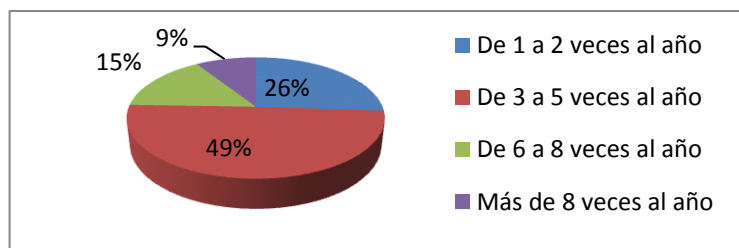
Pregunta 7. ¿Con que frecuencia compra chaquetas?

La mayoría de mujeres compran de 3 a 5 veces al año prendas como chaquetas como se muestra en la Tabla 45., y el Gráfico 40., en donde esta frecuencia de compra registro un 49%, le sigue de 1 a 2 veces al año con 26%, de 6 a 8 veces con un 15% y el 9% restante corresponde a quienes compran más de 8 veces en el año, esta frecuencia respecto a la de compra de blusas es menor pero teniendo en cuenta las características del producto en cuanto a costo y rotación de diseños es bastante favorable.

Tabla 45. ¿Con que frecuencia compra chaquetas?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No compra	0	0%
De 1 a 2 veces	49	26%
De 3 a 5 veces	93	49%
De 6 a 8 veces	29	15%
Más de 8 veces	17	9%
Total	188	100%

Gráfico 40. ¿Con que frecuencia compra chaquetas?



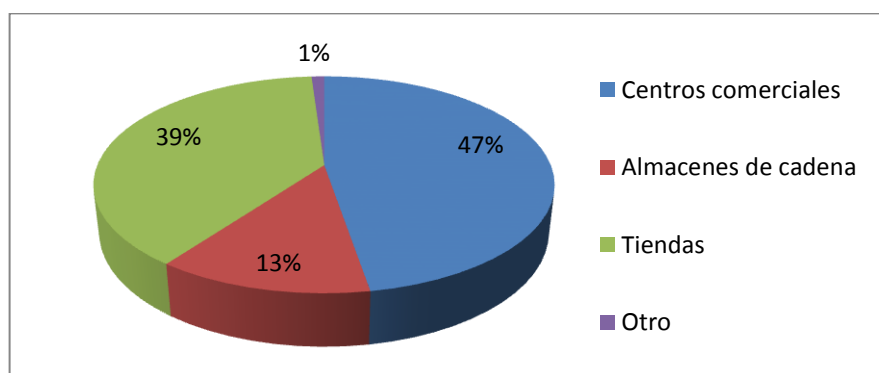
Pregunta 8. ¿Dónde acostumbra a comprar blusas y chaquetas?

El lugar predilecto para comprar prendas como blusas y chaquetas son los centros comerciales que registraron una participación del 47%, le siguen las tiendas de marca propia con un 39%, en menor proporción los almacenes de cadena con un 13%, y el 1% restante compra en otros medios como por catálogo o por internet, como se muestra en la Tabla 46., y en el Gráfico 41. Aunque existen muchos medios que permiten adquirir diseños de otros lugares del mundo los clientes siguen prefiriendo conocer las prendas y constatar que sean lo que ellos tienen en mente para efectuar la compra.

Tabla 46. ¿Dónde acostumbra a comprar blusas y chaquetas?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Centros comerciales	89	47%
Almacenes de cadena	24	13%
Tiendas	73	39%
Otro	2	1%
Total	188	100%

Gráfico 41. ¿Dónde acostumbra a comprar blusas y chaquetas?



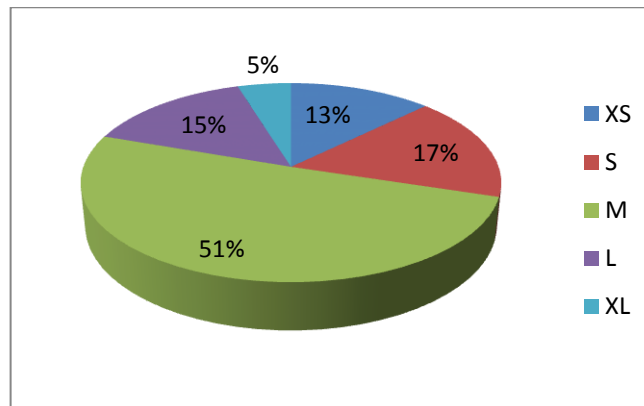
Pregunta 9. ¿Qué talla utiliza usted?

La talla más usada es la talla M que corresponde a Medium registro un 51%, le sigue la talla S (Small) con 17%, luego la talla L (Large) con una participación de 15% y por último la talla XL (Xtra-Large) que registro apenas un 5%, como se evidencia en la Tabla 47., y en el Gráfico 42., esta información puede ser de gran utilidad a la hora de programar la producción de los distintos productos y tener un mayor número de unidades en tallas M y S respecto al resto de tallas por cada referencia.

Tabla 47. ¿Qué talla utiliza usted?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
XS	24	13%
S	32	17%
M	95	51%
L	28	15%
XL	9	5%
Total	188	100%

Gráfico 42. ¿Qué talla utiliza usted?



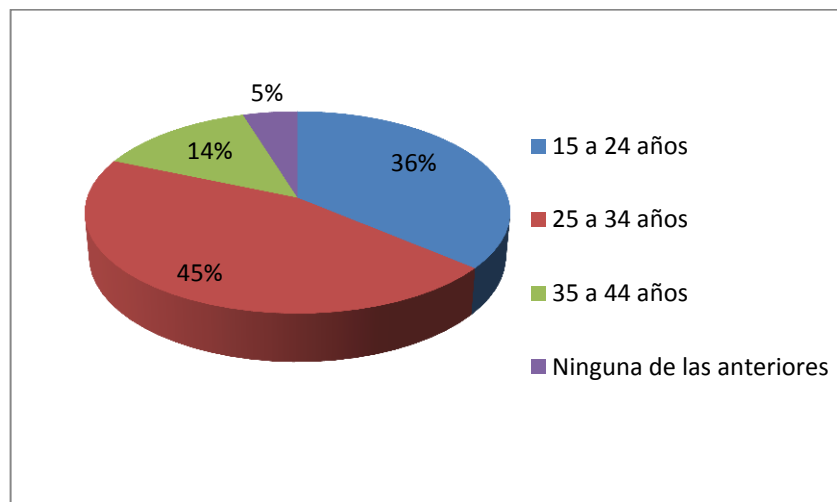
Pregunta 10. ¿En qué rango de edad se encuentra ubicada usted?

Esta pregunta permite constatar que efectivamente la entrevistada hace parte del grupo objetivo definido en la segmentación de mercado previamente establecida, en este caso tan solo 9 de las mujeres encuestadas estaban por fuera de los rangos establecidos representando un 5% de las mujeres entrevistadas, como se muestra en la Tabla 48., y en el Gráfico 43.

Tabla 48. ¿En qué rango de edad se encuentra ubicada usted?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
15 a 24 años	68	36%
25 a 34 años	85	45%
35 a 44 años	26	14%
Ninguna de las anteriores	9	5%
Total	188	100%

Gráfico 43. ¿En qué rango de edad se encuentra ubicada usted?



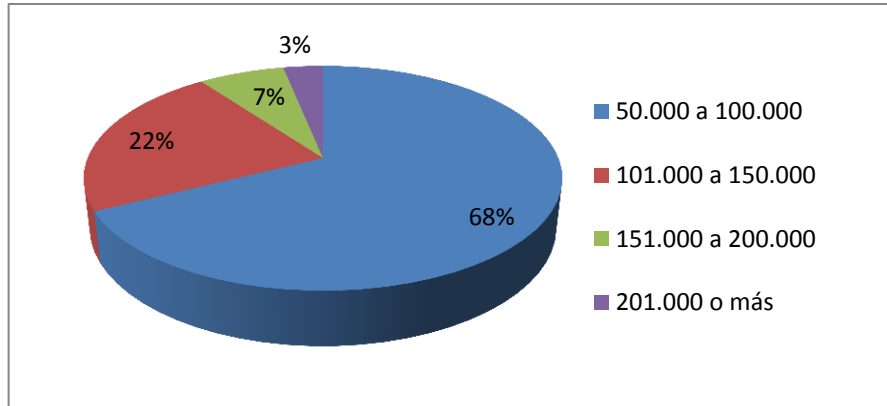
Pregunta 11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una blusa?

El 68% está dispuesto a pagar un precio que oscile en el rango más bajo que va desde \$50.000 hasta \$100.000, el 22% estaría dispuesto a pagar entre \$101.000 y \$150.000, y el 9% restante están entre los \$151.000 o más, como se muestra en la Tabla 49., y en el Gráfico 44.

Tabla 49. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una blusa?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$50.000 y \$100.000	127	68%
Entre \$101.000 y \$150.000	42	22%
Entre \$151.000 y \$200.000	13	7%
De \$201.000 o más	6	3%
Total	188	100%

Gráfico 44. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una blusa?



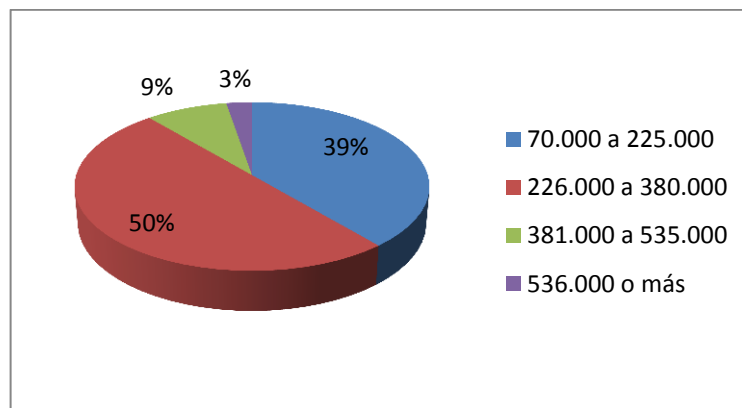
Pregunta 12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una chaqueta?

Por el contrario de las blusas a la hora de comprar chaquetas los clientes están dispuestos a pagar un valor más alto reflejado en el 50% que se situó en el segundo rango que va desde los \$226.000 hasta los \$380.000, el 39% está entre \$70.000 y \$255.000 que es el primer rango establecido y el 12% restante está dispuesto a pagar entre \$381.000 y \$535.000 o más, como se muestra en la Tabla 50., y en el Gráfico 45.

Tabla 50. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una chaqueta?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$70.000 y \$255.000	73	39%
Entre \$226.000 y \$380.000	94	50%
Entre \$381.000 y \$535.000	16	9%
De \$336.000 o más	5	3%
Total	188	100%

Gráfico 45. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una chaqueta?



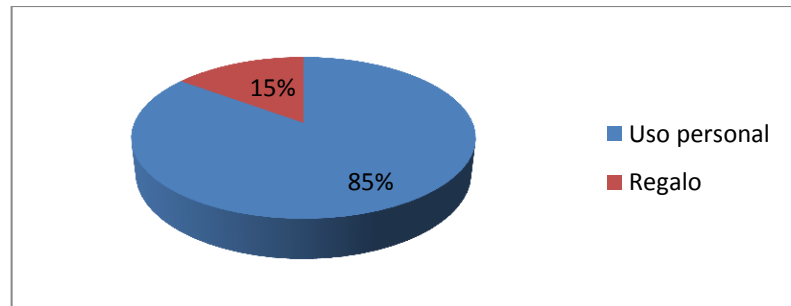
Pregunta 13. ¿Cuál es su motivo de compra más frecuente?

El motivo de compra más frecuente fue el uso personal que registró un 85%, mientras que el regalo apenas un 15%, es decir la probabilidad de venta directa al usuario final es bastante alta, como se muestra en la Tabla 51., y en el Gráfico 46.

Tabla 51. ¿Cuál es su motivo de compra más frecuente?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Uso personal	160	85%
Regalo	28	15%
Total	188	100%

Gráfico 46. ¿Cuál es su motivo de compra más frecuente?



**2.3.2 Matriz de perfil competitivo.** Es una herramienta que permite identificar a los competidores potenciales en el mercado teniendo en cuenta los factores más relevantes; en este caso los factores tenidos en cuenta son el diseño, la localización, el reconocimiento, el precio, y la calidad, cada uno de ellos cuenta con una ponderación diferente dependiendo del grado de influencia estimado, como se muestra a continuación en la Tabla 52.

Amelia Toro es la primera empresa en ser analizada debido a que como anteriormente se mencionó, es considerada un competidor directo ya que además de fabricar blusas y chaquetas para dama, es una de las empresas de la industria nacional que ha implementado algunos de los principios de la moda ética, por otro lado las marcas Desigual, Zara y Rapsodia aunque no aplican actualmente ninguno de estos principios y son empresas de origen internacional, cuentan con un estilo muy similar al de los productos planteados por el proyecto, y se enfocan en un mercado objetivo muy similar.

Los factores que cuentan con mayor ponderación son el diseño y la calidad con ponderaciones de 25% y 23% respectivamente, esto se debe a que es la principal motivación a la hora de comprar un producto confeccionado, luego se encuentra la localización con un 19%, este factor no solo evalúa el hecho de que las tiendas de la marca se encuentren en zonas asequibles y comerciales sino que cuentan con cobertura en distintos puntos estratégicos de la ciudad, en cuanto al

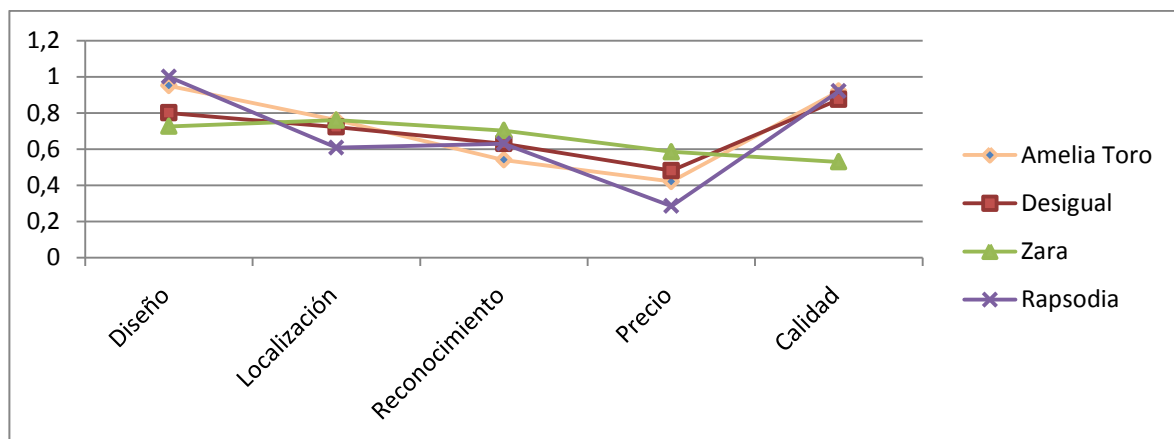
reconocimiento se asignó un 18% porque aunque muchas veces la marca determina la percepción del cliente, también hay una gran aceptación por marcas nuevas desde que cumplan con estándares de calidad y diseño; y el precio por último, con una ponderación del 15%, debido a que aunque es un factor influyente, este no está por encima del diseño y calidad a la hora de tomar una decisión respecto a la compra.

Tabla 52. Matriz de perfil competitivo

Factor	Po.	Amelia toro		Desigual		Zara		Rapsodia	
		Pu.	Po.	Pu.	Po.	Pu.	Po.	Pu.	Po.
Diseño	0,25	3,8	0,95	3,2	0,8	2,9	0,725	4	1
Localización	0,19	3,7	0,76	3,8	0,722	4	0,76	3,2	0,608
Reconocimiento	0,18	3	0,54	3,5	0,63	3,9	0,702	3,5	0,63
Precio	0,15	1,8	0,42	3,2	0,48	3,9	0,585	1,9	0,285
Calidad	0,23	4	0,92	3,8	0,874	2,3	0,529	4	0,92
Total	1	-	3,59	-	3,506	-	3,301	-	3,443

Tras el desarrollo de la matriz de perfil competitivo, se obtuvieron los datos recopilados en la Tabla 52., y en el Gráfico 47., en donde en primera instancia a cada marca por cada factor le fue asignada una calificación (Pu.) de 1 a 4 tomando el 1 como lo menos favorable y 4 como lo más favorable; en un segundo paso esas calificaciones se ponderaron con el peso de cada factor y se obtuvo la puntuación ponderada (Po.) la suma de todas estas puntuaciones por cada marca es la puntuación total, la empresa más competitiva según esto es Amelia Toro que recibió una puntuación de 3,59, le sigue Desigual luego Rapsodia y por último Zara, con puntuaciones de 3,5, 3,443 y 3,301 respectivamente.

Gráfico 47. Matriz de perfil competitivo



**2.3.3 Pronóstico de la demanda.** Los datos base que permiten desarrollar el pronóstico de la demanda se extrajeron de la encuesta aplicada usando la frecuencia de compra manifestada por cada mujer encuestada, respecto a blusas y a chaquetas, teniendo en cuenta el total del mercado objetivo que corresponde a

las mujeres entre los 15 y 44 años de edad que viven en las localidades de Usaquén y Chapinero, esto proporcionó la demanda en unidades para el año 2016. Teniendo en cuenta la proyección del PIB en precios corrientes del subsector manufactura, se aplicó la variación porcentual aproximada, proporcionado por el Banco de la República.

En la Tabla 53., y en la Tabla 55., se encuentran los cálculos de la demanda para el año 2016, de blusas y chaquetas respectivamente. Tomando el dato consolidado de la demanda para el año 2016 se calculó la demanda para los años próximos hasta el 2021 como se muestra en la Tabla 54., y en el Gráfico 48., en el caso de las blusas y en la Tabla 56., y en el Gráfico 49., en el caso de las chaquetas.

Tabla 53. Cálculo de la demanda en unidades anuales (Blusas)

Número de prendas	Número de mujeres	Total Unidades
2	9.211	18.421
5	35.308	176.538
8	59.869	478.954
11	49.124	540.359
Total		1`214.272

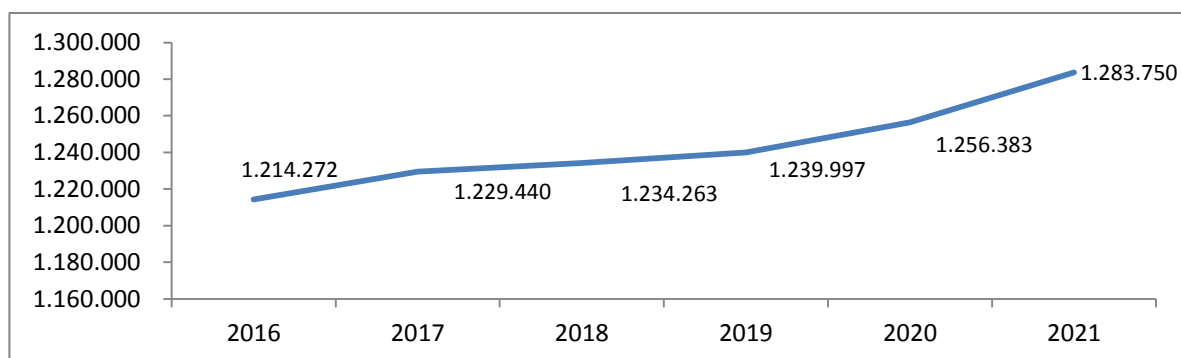
Tabla 54. Pronóstico de demanda para blusas

Año	Variación PIB	Unidades anuales
2016	2,11%	1.214.272
2017	1,25%	1.229.440
2018	0,39%	1.234.263
2019	0,46%	1.239.997
2020	1,32%	1.256.383
2021	2,18%	1.283.750

Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. “PIB Anual por ramas de actividad económica”. [En línea] Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/info-temas-a/4024> [Consultado el 12/03/2016].



Gráfico 48. Unidades demandas por año (blusas)



Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. “PIB Anual por ramas de actividad económica”. [En línea] Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/info-temas-a/4024> [Consultado el 12/03/2016].

Tabla 55. Cálculo de la demanda en unidades anuales (Chaquetas)

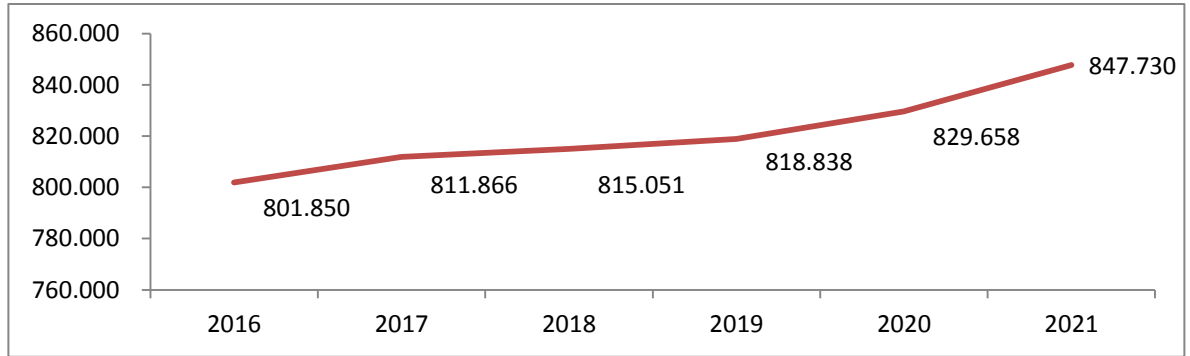
Número de prendas	Número de mujeres	Total Unidades
2	40.011	80.022
5	75.939	379.695
8	23.680	189.439
11	13.881	152.694
Total		801.850

Tabla 56. Pronóstico de demanda para chaquetas

Año	Variación PIB	Unidades anuales
2016	2,11%	801.850
2017	1,25%	811.866
2018	0,39%	815.051
2019	0,46%	818.838
2020	1,32%	829.658
2021	2,18%	847.730

Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. “PIB Anual por ramas de actividad económica”. [En línea] Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/info-temas-a/4024> [Consultado el 12/03/2016].

Gráfico 49. Unidades demandadas por año (chaquetas)



Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. “PIB Anual por ramas de actividad económica”. [En línea] Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/informaciones-a/4024> [Consultado el 12/03/2016].

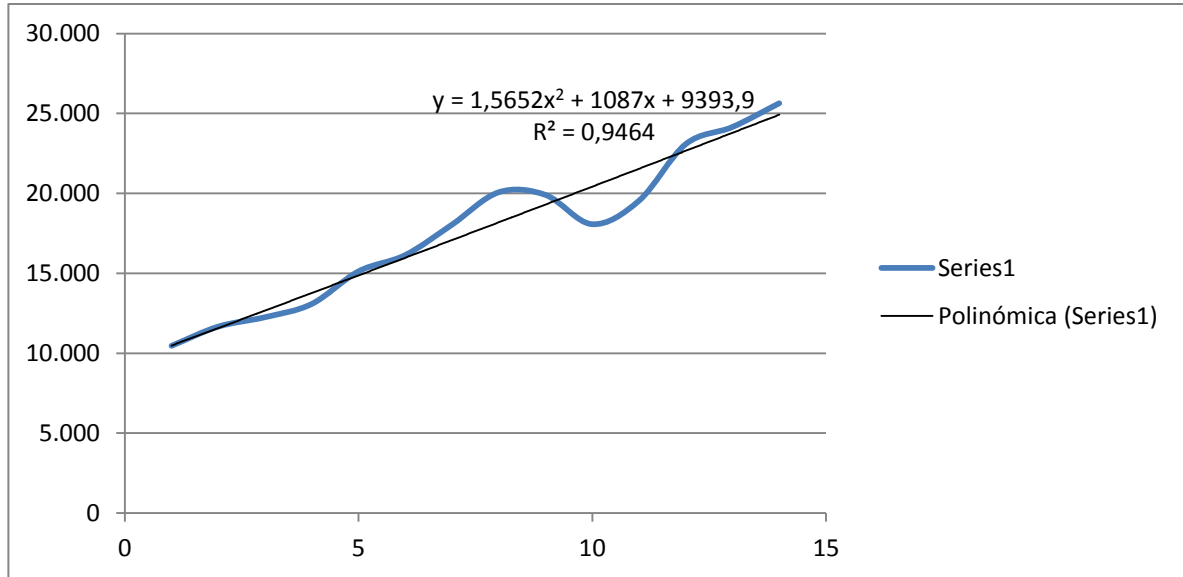
**2.3.4 Pronóstico de la oferta.** Los datos recopilados corresponden a los registros presentados por el DANE, del nivel de oferta por cada actividad económica principal en miles de millones de pesos, en este caso los datos de interés corresponden a tejidos de punto y ganchillo, incluyendo prendas de vestir, dichos datos se encuentran recopilados en la Tabla 57., y en el Gráfico 50., la tendencia que más se ajusta a estos datos es la lineal, se utilizó este análisis para pronosticar el comportamiento de la oferta en años próximos, ver la Tabla 58.

Tabla 57. Oferta a precios de comprador

Año	Oferta a precios de comprador
2000	10.466
2001	11.666
2002	12.256
2003	13.085
2004	15.122
2005	16.141
2006	18.045
2007	20.071
2008	19.905
2009	18.074
2010	19.539
2011	23.083
2012	24.154
2013	25.637

Fuente: DANE. “Estadísticas por tema”. [En línea] Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/esp/pib-cuentas-nacionales/investigaciones-especiales> [Consultado el 12/03/2016].

Gráfico 50. Oferta a precios de comprador



Fuente: DANE. “Estadísticas por tema”. [En línea] Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/esp/pib-cuentas-nacionales/investigaciones-especiales> [Consultado el 12/03/2016].

Tabla 58. Pronóstico de la oferta

Año	Oferta
2014	18.842,41
2015	20.024,53
2016	21.206,66
2017	22.388,78
2018	23.570,91
2019	24.753,03
2020	25.935,16

La oferta igual que la demanda presenta un comportamiento creciente, pero en menor proporción lo cual permite identificar que aún existe gran cantidad de demanda insatisfecha en cuanto a los productos confeccionados, tejidos y de punto.

## 2.4 PLAN DE MERCADEO O MARKETING MIX

El plan de mercado es una herramienta que enmarca los cuatro factores claves a la hora de elaborar estrategias de mercadeo, dichos factores son: el precio, la plaza, el producto y la promoción, una vez se identifican las diferentes estrategias asociadas a cada factor se listan los costos en los que se incurrirá para poner en marcha dicho plan.

**2.4.1 Estrategia de precio.** La estrategia de precio está basada en tener en cuenta el precio que manejan las empresas que son consideradas posibles competidores, que actualmente se encuentran en el mercado y corresponden a las que fueron mencionadas en la matriz de perfil competitivo, establecer el precio de los productos ofrecidos en el límite inferior respecto a los precios evaluados, con la finalidad de atraer una mayor cantidad de clientes debido a que en una primera instancia el proyecto se enfoca en una estrategia de penetración en el mercado, claro está teniendo en cuenta los costos de fabricación y evaluando las distintas variables presentes en el mercado al momento de realizar el lanzamiento de los nuevos productos.

**2.4.2 Estrategia de plaza.** El canal de distribución es directo, es decir la empresa establece contacto con el consumidor final sin la utilización de intermediarios (minoristas o mayoristas), para lograr esto se dará apertura a una tienda propia de la marca, en donde el cliente podrá establecer contacto directo con los productos e incluso proporcionar información de interés, como opiniones respecto a los diseños, texturas y rotación de mercancía, que le proporcione a la empresa oportunidad de mejorar y crecer de manera constante.

**2.4.3 Estrategia de producto.** Los productos a desarrollar tienen un gran valor agregado no solo en cuanto al diseño sino también en los materiales empleados para su confección ya que existen gran variedad de telas y texturas que están siendo desaprovechadas en el mercado actual.

**2.4.3.1 Descripción de los productos.** El primer producto a presentar es una chaqueta confeccionada siguiendo un diseño hindú como se muestra en la Imagen 2., con aplicaciones elaboradas en mola; “La mola es el arte textil elaborado por los indígenas Kuna de Colombia y Panamá, el cual forma parte del atuendo que identifica a la mujer. Su compleja técnica de confección consiste en la superposición de capas de tela cosidas entre sí, a lo largo de cortes que definen diseños donde contrastan formas y colores, produciendo una maravillosa pieza de gran riqueza, no solamente técnica, sino también significativa y de infinita creatividad en sus relieves.”<sup>15</sup>, como se muestra en la Imagen 3.

---

<sup>15</sup> LA MOLA Y SU ORIGEN. “Diccionario de mitos y leyendas”. [En línea]. Disponible en: <http://www.cuco.com.ar/molos.htm> [Consultado el 07/03/2016].

Imagen 2. Diseño de la chaqueta



Imagen 3. Muestra de la técnica mola



El segundo producto es una blusa de diseño básico, que pretende ser versátil en su uso, teniendo como factor diferenciador el hecho de que es elaborada en algodón 100% orgánico en colores como el blanco, nude, negro y otros que posteriormente serán especificados en la ficha técnica del producto, adicional a ellos el diseño cuenta con aplicaciones en las mangas tejidas en croché, como se muestra en la Imagen 4.

Imagen 4. Diseño de la blusa



**2.4.3.2 Marca.** La marca es bastante importante, debido a que es la identidad de la empresa, no solo en cuanto a términos legales sino también frente al cliente, y lograr impactar de manera positiva en el mercado desde un primer momento es ideal, ya que la fase de penetración en el mercado puede llegar a ser más sencilla y exitosa si se cuenta con un reconocimiento representativo por parte de los clientes; algunas de las recomendaciones respecto al nombre de una marca mencionan que este debe ser sencillo de pronunciar, sonoro, corto y le debe permitir al cliente relacionarlo fácilmente con la actividad económica principal de la empresa. El nombre de la marca será All-Noir, y posteriormente se procederá a realizar la verificación de homonimia desarrollando todo dentro del marco legal, como se muestra en la Imagen 5.

Imagen 5. Consulta de homonimia

**Cámara de Comercio de Bogotá**

Registros públicos | Solución de controversias | Servicios empresariales | Competitividad y valor compartido | Gobernanza y conocimiento empresarial

Consulte información para: Empresarios | Círculo de Afiliados CCB | Inversionistas | Ciudadanos | Proveedores - Contratistas | Sala de prensa virtual

Síguenos en:

**Servicios en Línea**

Soporte y ayuda en Línea: | Línea de Respuesta Inmediata 3830330 | Chat | Llamada virtual | Ayuda

Registro Mercantil - Homonimia nacional

Por identificación

Clase:  No.  -

Por nombre o razón social\*

Escriba los primeros caracteres del nombre

Búsqueda por palabra clave

Por palabra clave

Registro mercantil

Digite el número de matrícula

Cámara de Comercio	Matrícula	Razón Social	Organización Jurídica	Último año renovado	Estado
					1

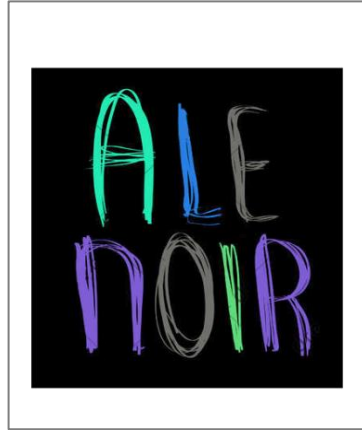
Fuente: CÁMARA DE COMERCIO. “Consulta de homonimia”. [En línea]. Disponible en: [http://aplicax.ccb.org.co/ccbconsultas/consultas/RUE/consulta\\_empresa.aspx](http://aplicax.ccb.org.co/ccbconsultas/consultas/RUE/consulta_empresa.aspx) [Consultado el 07/03/2016].

**2.4.3.3 Lema.** El lema es una expresión sintética que refuerza la idea del nombre, y orienta el mensaje hacia el público específico para el que fueron diseñados los productos, en este caso el lema de All-Noir es “Exclusiva como tú”, los productos ofrecidos están enfocados en brindar diseños exclusivos a las mujeres que les gusta proyectar una imagen de autenticidad, y la idea del lema es reforzar este concepto.

**2.4.3.4 Logo marca.** El logo es la representación gráfica de la marca y le permite al cliente asociar más rápidamente dicha imagen a la empresa en cualquier contexto, el color base usado fue el negro que pretende representar la sobriedad y

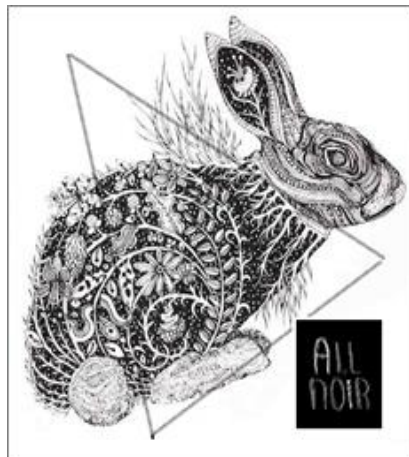
elegancia en el diseño, con letras color neon que contrastan y son llamativas visualmente, como se evidencia en la Imagen 6.

Imagen 6. Logo de la empresa



**2.4.3.5 Logo producto.** El logo del producto igual que el de la empresa busca impactar visualmente al cliente. La línea de ropa de All-Noir tiene como logo un conejo con varios diseños y diversas texturas en su cuerpo como se ve en la Imagen 7.

Imagen 7. Logo del producto



**2.4.3.6 Marquilla.** La marquilla es un medio de comunicación con el cliente, no solo respecto al cuidado que le debe dar al producto para mantener sus características de calidad, sino también respecto a cierta información básica como la referencia, la talla y el precio, dicha información debe ser clara y puntual, para evitar malos entendidos; el diseño de las dos marquillas que utilizará All-Noir, se encuentran ilustradas en la Imagen 8., y en la Imagen 9.



Imagen 8. Marquilla modo de uso

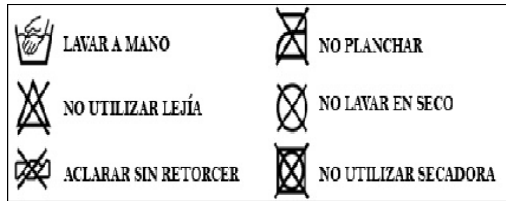
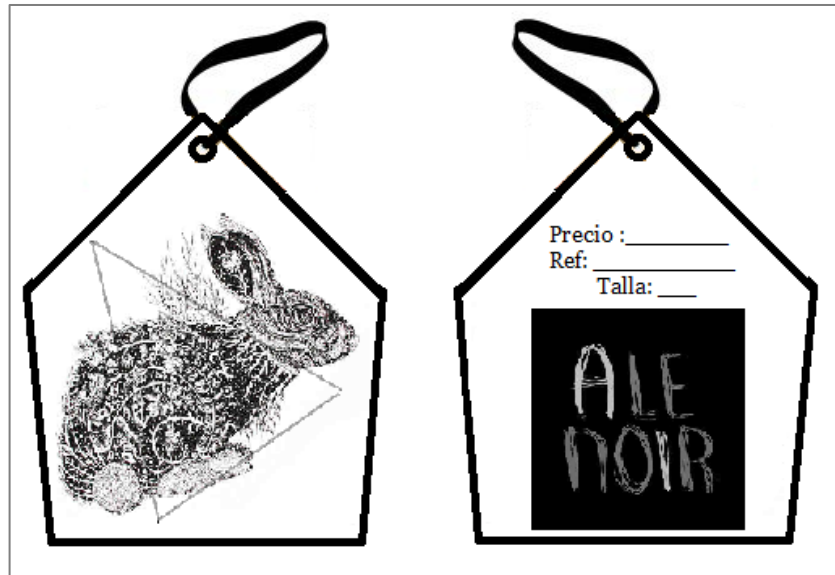


Imagen 9. Marquilla colgante



**2.4.3.7 Empaque.** La empresa utilizará dos empaques diferentes para cada producto, el primero corresponde a un empaque plástico que cuenta con un cierre hermético, que mantiene protegidas las prendas incluso de la humedad y reduce el espacio requerido para almacenarlas, además por ser plásticas se pueden reutilizar un gran número de veces y en el momento en el que cumplan su vida útil darles un apropiado manejo, ver Imagen 10. El segundo empaque utilizado es una bolsa fabricada en tela quirúrgica con un recubrimiento metalizado, esta bolsa se utilizará en el momento en el que el cliente adquiera el producto, se definió dicho material debido a que tiene un impacto medio ambiental menor a las bolsas plásticas que suelen entregarse en las tiendas actualmente, además de que permite potenciar la imagen de la marca por su llamativo diseño, como se ve en la Imagen 11.

Imagen 10. Empaque en bodega



Imagen 11. Empaque final



**2.4.4 Promoción.** La promoción o publicidad utilizada para impulsar la marca será básicamente de carácter tecnológico y se apoyará con la repartición de algunos volantes, una de las herramientas a utilizar es la creación de una página web, que no solo le permita al cliente conocer los productos y a la empresa sino también generar pedidos online, la pantalla de inicio de la página web se encuentra ilustrada en la Imagen 12., y la página que presenta los productos se ilustra en la Imagen 13.

Imagen 12. Página web

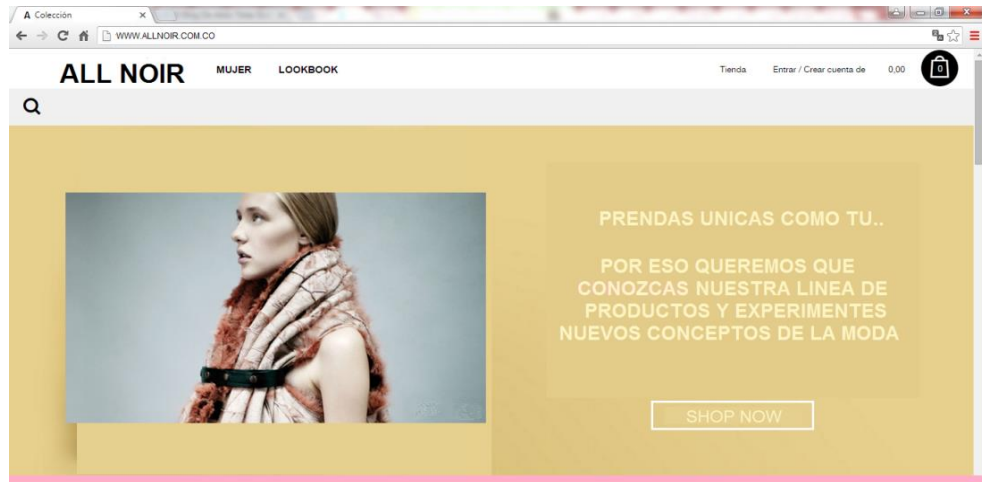
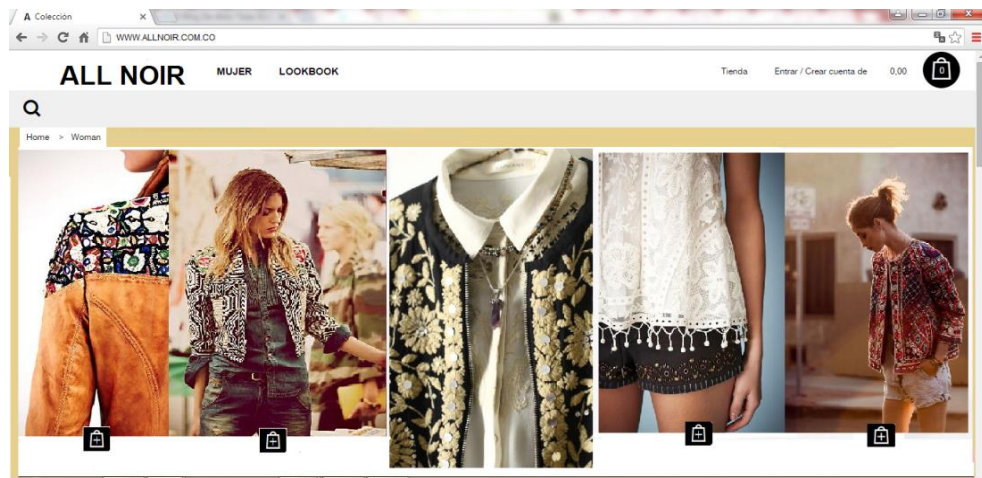
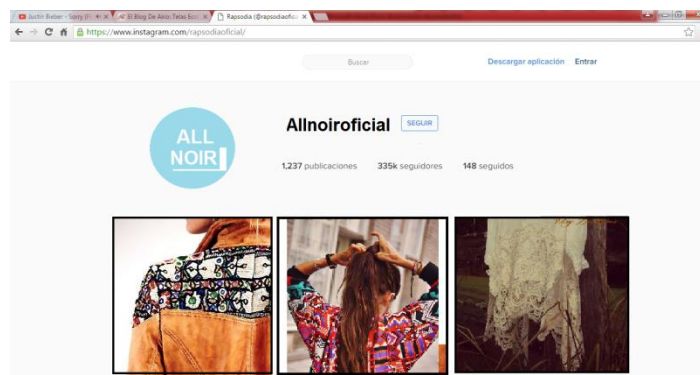


Imagen 13. Productos en la Página web.



Otra de las herramientas que ha ido tomando mucha fuerza en el área de publicidad, son las redes sociales, ya que la creación de un perfil no tiene ningún costo, y le permite a la empresa darse a conocer y mostrar el concepto de diseño, los productos e incluso permiten mantener un constante contacto con el cliente, el perfil en Instagram se muestra en la Imagen 14.

Imagen 14. Perfil en Instagram



Y por último, está el diseño del volante informativo representado en la Imagen 15., que se repartirá en la zona aledaña a la tienda, con la finalidad de atraer clientes y que conozcan el nuevo concepto de diseño y confección propios de All-Noir.

Imagen 15. Volante



La campaña publicitaria a desarrollar, debe enfocarse en exaltar puntos importantes del proyecto, como lo son las prácticas socialmente responsables, el respeto y la conservación del medio ambiente, debido a que esto constituye uno de los factores diferenciadores más fuertes del proyecto, y teniendo en cuenta que al analizar los datos recopilados tras la aplicación de la encuesta, se encontró que el mercado objetivo desconoce muchos de estos factores aún en la actualidad, en donde se está promoviendo el cambio de conciencia hacia un crecimiento en el área textil y de confección más comprometido, no solo con el talento humano sino

con el impacto medio ambiental que pueda llegar a generarse debido al desarrollo de las actividades productivas asociadas a dicho subsector industrial.

**2.4.5 Costos.** Los costos asociados a la realización del plan de marketing se consolidaron en la Tabla 59., estos costos corresponden a la información contenida en la página web de Ofimax, una empresa especializada en el desarrollo de planes publicitarios, que ofrece no solo promociones por ordenar en cantidad, sino también ofrece un portafolio muy completo en cuanto a desarrollo de páginas WEB, como se muestra en el Anexo B.

Tabla 59. Costos asociados al plan de promoción

Ítem	Cantidad	Valor U	Valor T
Página web	1	\$600.000	\$600.000
Volantes	1000	\$90	\$90.000
Aviso en neón	1	\$1'300.000	\$1'300.000
Total			1'990.000

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

El desarrollo del estudio técnico, permite establecer las variables que hacen parte del funcionamiento del proyecto, como la técnica de producción y los requerimientos propios de la misma, estableciendo la localización, el espacio, los equipos, las instalaciones y la disposición física necesarias para desarrollar de manera apropiada cada uno de los procesos asociados a la confección de blusas y chaquetas para dama.

Los procesos, los materiales, los proveedores y los diseños que se muestran a continuación se establecieron teniendo como pilares principales tres de los principios de la moda ética; en primera instancia está el principio del comercio justo, que busca mantener relaciones de equidad y mutuo beneficio no solo al interior de la empresa sino también con su entorno, especialmente con sus proveedores; también se integra el principio de la utilización de material orgánico, o en este caso de materia prima, que se desarrolle bajo parámetros de responsabilidad social y de respeto con el medio ambiente; y finalmente, el principio de la recuperación de técnicas ancestrales, que busca preservar la cultura del país, haciendo visibles las técnicas autóctonas para darles un reconocimiento entre las nuevas generaciones.


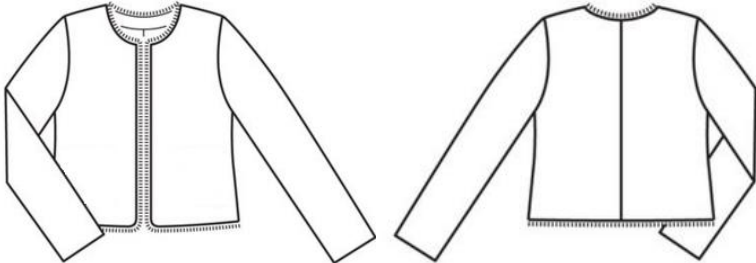
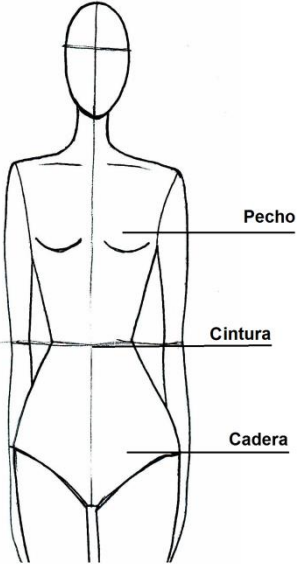
#### 3.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

A través de la descripción del producto se establecen los parámetros respecto a las medidas, los requerimientos, las características de la tela y de diseño que deben cumplir las prendas, para garantizar la calidad esperada.



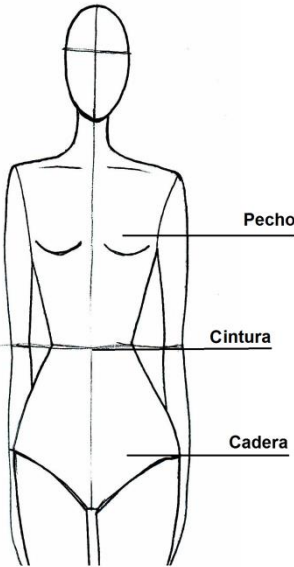
**3.1.1 Fichas técnicas.** Las fichas técnicas son documentos que permiten registrar la información más relevante de un producto y la consolidan de manera que se identifiquen los datos de manera ágil y puntual.

El primer producto descrito en la ficha técnica como se ve en el Cuadro 3., es una chaqueta para dama, de diseño hindú con aplicaciones elaboradas en mola; las chaquetas son prendas de uso exterior y en zonas frías como Bogotá suelen fabricarse en telas gruesas y además de ello se les adhiere una entretela que les da más rigidez y resistencia, por ende su proceso de producción es un poco más complejo que el de las blusas; estas últimas también son prendas de uso exterior, descritas en el Cuadro 4., elaboradas con técnicas más sencillas ya que por lo general se utiliza solo un tipo de tela y no es necesario adicionarle otras telas que cumplan la función de forro; por lo general el tipo de tela empleada para su fabricación puede ser rígida y fluida; no hay una tendencia marcada respecto a estas prendas.

Cuadro 3. Ficha técnica de la chaqueta para dama

	<p>ALL NOIR                  Ficha técnica 01                  Producto: Chaqueta para dama                  Referencia: Mola hindú                  Diseñador: Alejandra Garzón                  Fecha: 07/03/2016</p>	
		
Tela exterior	Viscosa	
Tela interior	Brioni	
Insumos adicionales	Tejido Mola, Marquilla, Hilo k120	
Colores	Azul, Negro, Gris, Vino tinto, Verde oliva.	
Empaque	Bolsa individual	
Guía de tallas		
Talla S		
Pecho	84cm – 88cm	
Cintura	64cm – 68cm	
Cadera	86cm – 91cm	
Talla M		
Pecho	89cm – 92cm	
Cintura	69cm – 72cm	
Cadera	92cm – 99cm	
Talla L		
Pecho	93cm – 96cm	
Cintura	73cm – 76cm	
Cadera	103cm – 107cm	
Talla XL		
Pecho	97cm – 100cm	
Cintura	77cm – 80cm	
Cadera	108cm – 110cm	

Cuadro 4. Ficha técnica de la blusa

	<p>ALL NOIR                  Ficha técnica 02                  Producto: Blusa para dama                  Referencia: Tejido croché                  Diseñador: Alejandra Garzón                  Fecha: 07/03/2016</p>	
		
Tela exterior	Algodón organico o 100% natural	
Tela interior	No aplica	
Insumos adicionales	Hilo k 75, marquilla, tejido croche	
Colores	Nude, Blanco, Azul, Negro.	
Empaque	Bolsa individual	
Guia de tallas		
Talla S		
Pecho	84cm – 88cm	
Cintura	64cm – 68cm	
Cadera	86cm – 91cm	
Talla M		
Pecho	89cm – 92cm	
Cintura	69cm – 72cm	
Cadera	92cm – 99cm	
Talla L		
Pecho	93cm – 96cm	
Cintura	73cm – 76cm	
Cadera	103cm – 107cm	
Talla XL		
Pecho	97cm – 100cm	
Cintura	77cm – 80cm	
Cadera	108cm – 110cm	




**3.1.2 Evaluación de proveedores.** El proceso de abastecimiento es uno de los más importantes dentro de una empresa debido a que de su apropiada ejecución depende no solo la línea de producción, los tiempos de entrega y la programación, sino también la calidad de los productos y por ende la satisfacción del cliente, es por esta razón que se estructuró un sistema de selección de proveedores que permite eliminar en gran medida la subjetividad a la que la mayoría de veces está sujeto este proceso.

La técnica empleada consiste en seguir unos pasos predeterminados que permiten evaluar de la misma forma a los posibles proveedores, con los que la empresa en un futuro establecerá relaciones comerciales. En primera medida se establecen los criterios de evaluación, posteriormente se le asigna a cada criterio una ponderación, dependiendo del grado de incidencia que dicho factor tenga sobre la decisión final de contratación; luego, teniendo en cuenta una escala de calificación definida, se procede a evaluar a los postulados, para finalmente obtener una calificación relativa, como se desarrolla a continuación.


**3.1.2.1 Posibles proveedores.** Los posibles proveedores son empresas legalmente constituidas que comercializan productos textiles en la ciudad de Bogotá. En el Cuadro 5., Cuadro 6., Cuadro 7., y Cuadro 8., se describen las características principales de los posibles proveedores.

Cuadro 5. Datos de la empresa Textilía S.A.S.

Razón Social: Textilía S.A.S.	
	<p>Es una empresa nacional que funciona desde 1969, y que con el pasar del tiempo ha ido evolucionando en cuanto a técnicas, permitiéndole ampliar su portafolio gradualmente, actualmente implementa procesos de reciclaje de fibra y cuidado del agua en pro al bienestar del planeta.</p> <p>Certificaciones: Ninguna  Rango de precios: Entre \$22.000 y \$30.000 por metro.  Ubicación: carrera 60 N° 12-18  Formas de pago: Pago de contado</p>


Fuente: TEXTTILIA. “Nosotros”. [En línea]. Disponible en: <http://www.textilia.com.co/es/productos/confeccion> [Consultado el 24/03/2016].

Cuadro 6. Datos empresa Textiles Capital Ltda.

Razón Social: Textiles Capital Ltda.	
	<p>Esta empresa es especialista en telas industriales, linos índigos y entretelas, venta al por mayor y al detal.</p> <p>Certificaciones: Ninguna                      Rango de precios: \$15.000                      Ubicación: Av calle 19 # 13<sup>a</sup>-10 (Santa Fe)                      Facilidades de pago: Pago en efectivo en dos contados</p>


Fuente: TEXTILES CAPITAL LTDA. “Inicio”. [En línea]. Disponible en: <http://www.textilescapital.com/> [Consultado el 24/03/2016].

Cuadro 7. Datos Lafayette

Razón Social: Lafayette	
	<p>Es unja empresa textil que cuenta con integración vertical y una gran infraestructura, implementa el concepto de sostenibilidad en sus procesos, haciendo un balance respecto al crecimiento económico, el progreso social y el manejo responsable de los recursos, actualmente sus procesos eco responsables no han sido certificados, pero implementan gran cantidad de procesos que mitigan los impactos medio ambientales negativos asociados a esta industria.</p> <p>Certificaciones: ninguna                      Rango de precios: Entre \$35.000 y \$48.000 por metro                      Ubicación: cuenta con 9 sucursales en las localidades de Usaquén, Chapinero, Fontibón, Kennedy y Suba.                      Facilidades de pago: líneas de crédito, financiación con condiciones especiales teniendo en cuenta el volumen y la frecuencia de compra.</p>

Fuente: LAFAYETTE. “Inicio”. [En línea]. Disponible en: <http://www.lafayettefashion.com.co/> [Consultado el 24/03/2016].

Cuadro 8. Datos Intextil S.A.

Razón Social: Intextil S.A.	
	<p>Es una compañía nacional que fabrica y comercializa productos textiles, con más de 67 años en el mercado, un 90% de sus telas se fabrican en algodón evitando la inclusión de fibras sintéticas, y se enfocan en brindar condiciones dignas de contratación y trabajo para sus colaboradores.</p> <p>Certificaciones: Ninguna                      Rango de precios: De \$22.000 a \$30.000 por metro                      Ubicación: calle 36 N° 16-56                      Facilidades de pago: En dos contados</p>

Fuente: INTEXTIL. “Nosotros”. [En línea]. Disponible en: <http://www.intextil.com.co/textil/> [Consultado el 24/03/2016].

**3.1.2.2 Criterios de calificación.** Los criterios de evaluación establecidos tienen en cuenta la etapa de penetración en el mercado en la cual se enmarca el proyecto, y por esta razón se tendrán en cuenta cuatro criterios básicos: calidad, buenos precios, ubicación y facilidades de pago.

**3.1.2.3 Ponderación.** La ponderación asignada al criterio “Calidad” corresponde a 40%; tanto a los buenos precios como a la ubicación les fue asignada una ponderación de 15%; y por último las facilidades de pago cuentan con una ponderación de 30%. Dichas ponderaciones están enfocadas en la etapa de penetración en el mercado, por esta razón la calidad que es uno de los elementos diferenciadores de los productos desarrollados por la empresa, tiene la mayor ponderación. Le siguen las facilidades de pago, debido a que en esta etapa inicial es importante contar con plazo para efectuar los pagos y sacarle un mayor provecho al capital disponible. Por esta misma razón los buenos precios tiene una ponderación más baja, porque es más provechoso obtener facilidades de pago, que descuentos por pago de contado. Y por último, la cercanía con el proveedor, aunque se tiene en cuenta su ponderación es menor, ya que la empresa cuenta con cercanía a varias vías principales, que minimizan el impacto negativo que podría llegar a causar la distancia respecto a la ubicación de los proveedores.

**3.1.2.4 Escala de calificación.** En la Cuadro 9., se pueden identificar de manera clara las características que permiten calificar a los proveedores, con la finalidad de disminuir la subjetividad de dicho proceso y unificar los criterios que influyen en la toma de la decisión de contratación, los datos establecidos en cada rango fueron fijados teniendo en cuenta información del comportamiento actual del mercado.

Cuadro 9. Criterios de calificación

Calificación	Calidad	Buenos precios	Ubicación	Facilidades de pago
1	Tela sin uniformidad en el tono y hebras rotas.	Entre \$40.000 y \$30.000 por metro.	No se encuentra cerca de ninguna vía principal.	Pago de contado
2	Tela sin uniformidad en el tono.	Entre \$20.000 y \$29.000 por metro.	Se ubica sobre una vía principal o a máximo 10 cuadras de ella.	50% de contado, y 50% financiado
3	Tela uniforme sin hebras rotas.	Entre \$10.000 y \$19.000 por metro.	Se ubica entre dos vías principales.	100% financiado
4	Sello ambiental, o desarrollo de procesos responsables con el ambiente.	De \$ 9.000 o menos por metro.	Cuenta con más de un punto de venta.	100% financiado con una tasa preferencial.

**3.1.2.5 Matriz absoluta.** Teniendo en cuenta la información recopilada de cada proveedor y las escalas de calificación, se consignaron los datos de calificación por criterio en la matriz absoluta presentada en la Tabla 60.

Tabla 60. Matriz absoluta, calificación de proveedores

Proveedor	Criterios			
	Calidad	Buenos precios	Ubicación	Facilidades de pago
Textilia S.A.S	3	3	3	1
Textiles Capital Ltda.	2	4	3	2
Lafayette	4	2	4	4
Intextil	3	3	3	2

**3.1.2.6 Matriz relativa.** En la matriz relativa se tienen en cuenta las calificaciones determinadas en la matriz absoluta, ponderando estos datos con el peso que le fue asignado a cada uno de los criterios, según su nivel de incidencia en el desarrollo del proyecto, como se muestra en la Tabla 61.

Tabla 61. Matriz relativa, calificación de proveedores

Proveedor	Criterios				Total
	Calidad 40%	Buenos precios 15%	Ubicación 15%	Facilidades de pago 30%	
Textilia S.A.S	1,2	0,45	0,45	0,3	2,4
Textiles Capital	0,8	0,6	0,45	0,6	2,45
Lafayette	1,6	0,3	0,6	1,2	3,7
Intextil	1,2	0,45	0,45	0,6	2,7

**3.1.2.7 Decisión de contratación.** Teniendo en cuenta la calificación total de cada una de las empresas evaluadas la decisión de contratación propuesta está en comprar el 80% de la materia prima en Lafayette y el 20% restante con Intextil. Respecto a la contratación de proveedores de insumos como el tejido en mola se realizará con Artesanías de Colombia que comercializa piezas con las características adecuadas de calidad y diseño que busca el proyecto, y el tejido crochet para la blusa se comprará en ferias artesanales bajo una cantidad establecida con tiempos de entrega pactados.

## 3.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO











La descripción del proceso se enfoca en la identificación de todas las etapas y actividades requeridas para obtener el producto final, determinando la técnica más apropiada para cada una de ellas. Con la finalidad de desarrollar dicha descripción de una manera más profunda, se utilizan herramientas como el diagrama de operación, de flujo y de proceso.

En primera instancia se describe el proceso productivo de la blusa, que da inicio en la zona de almacén de telas, en donde se escoge la tela siguiendo las especificaciones de la ficha técnica en cuanto al color y referencia determinada. En esta misma zona se procede a demarcar las líneas de corte usando los moldes preestablecidos, y se corta cada pieza; una vez las piezas estén listas la tela sobrante de los cortes se almacena en el lugar destinado para los retales, y se desplazan las piezas a la zona de confección en donde se unen dichas piezas adicionándole las aplicaciones tejidas en croché y ultimando detalles como los dobladillos y perfilando contornos de cuello y mangas, posteriormente la prenda es revisada no solo respecto a la calidad en las costuras sino también que las dimensiones estimadas sean acordes a la talla, una vez verificada la prenda se procede a etiquetar, se vaporiza para eliminar alguna arruga en la tela se dobla y se empaqueta, el empaque debe ser etiquetado y almacenado en bodega de manera que en el momento de buscar la prenda sea fácilmente ubicada.

El proceso de elaboración del producto chaqueta para dama, inicia en la selección de tela siguiendo los requerimientos de la ficha técnica, de color y material, no solo respecto a la tela exterior sino a la entretela y a la tela que formará el forro de la chaqueta. Una vez se seleccionan las telas apropiadas se procede a delinear los contornos de las piezas por donde deberán cortarse posteriormente; una vez todas las piezas están demarcadas se retiran los moldes y se procede a cortar, cuando todos los cortes están hechos se almacenan las telas sobrantes en el área de retal, y las piezas de la tela exterior y la entretela son transportadas hacia la zona de fusión, mientras que el forro es llevado a confección. En la zona de fusión la entretela y la tela exterior pasan por un proceso térmico de adhesión, en el que se pretende dar rigidez a la tela para que la prenda adquiera un aspecto de mayor firmeza. Una vez se fusionan las telas se dejan en reposo hasta que regresen a temperatura ambiente, y se transportan al área de confección, en donde serán acopladas al forro y cada pieza entre sí. Posterior a ello se realiza la verificación de costuras terminados y medidas para etiquetar la prenda, se vaporiza para eliminar arrugas se empaqueta y se almacena de manera que sea asequible.

**3.2.1 Diagrama de flujo.** Este diagrama permite representar gráficamente el proceso de producción de manera detallada referenciando paso a paso las actividades necesarias para obtener el producto final ya sea el caso de la producción de blusas o chaquetas para dama; la descripción visual generada con el diagrama de flujo, muestra la relación entre las distintas actividades que componen el proceso productivo y su relación entre ellas, especificando el flujo del material y las operaciones en los distintos departamentos utilizando símbolos específicos como se muestra en el Cuadro 10., la producción del producto blusas se representa en el Diagrama 1., y para el caso de la producción de chaquetas se representó en el Diagrama 2.

Cuadro 10. Simbología utilizada en el diagrama de flujo

Símbolo	Significado	Símbolo	Significado
	Terminal, da inicio o fin al flujo de un proceso.		Actividad llevada a cabo en el proceso.
	Decisión, punto de decisión en el flujo, (si o no).		Documento utilizado en el proceso.
	Multi-documento, grupo de documentos, como un expediente.		Actividades inspeccionadas.
	Conector de proceso, enlace con un proceso diferente.		Archivo manual o reporte.
	Base de datos, grabar datos.		Indica el sentido del flujo del proceso.

Fuente: AITECO. “Que es un diagrama de flujo”. [En línea]. Disponible en: <http://www.aiteco.com/que-es-un-diagrama-de-flujo/> [Consultado el 24/03/2016].

Diagrama 1. Flujo del proceso de producción de blusas para dama.

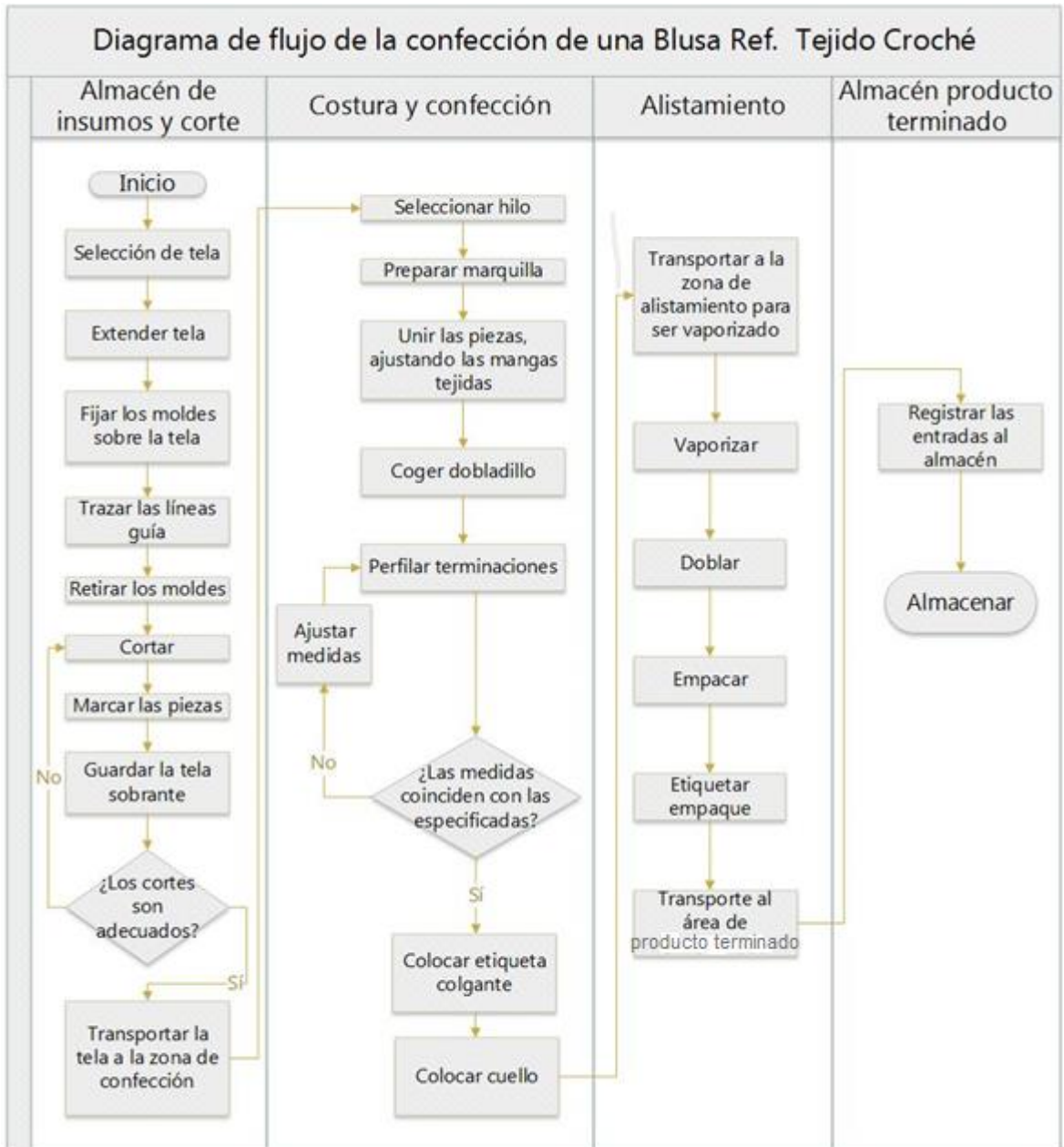
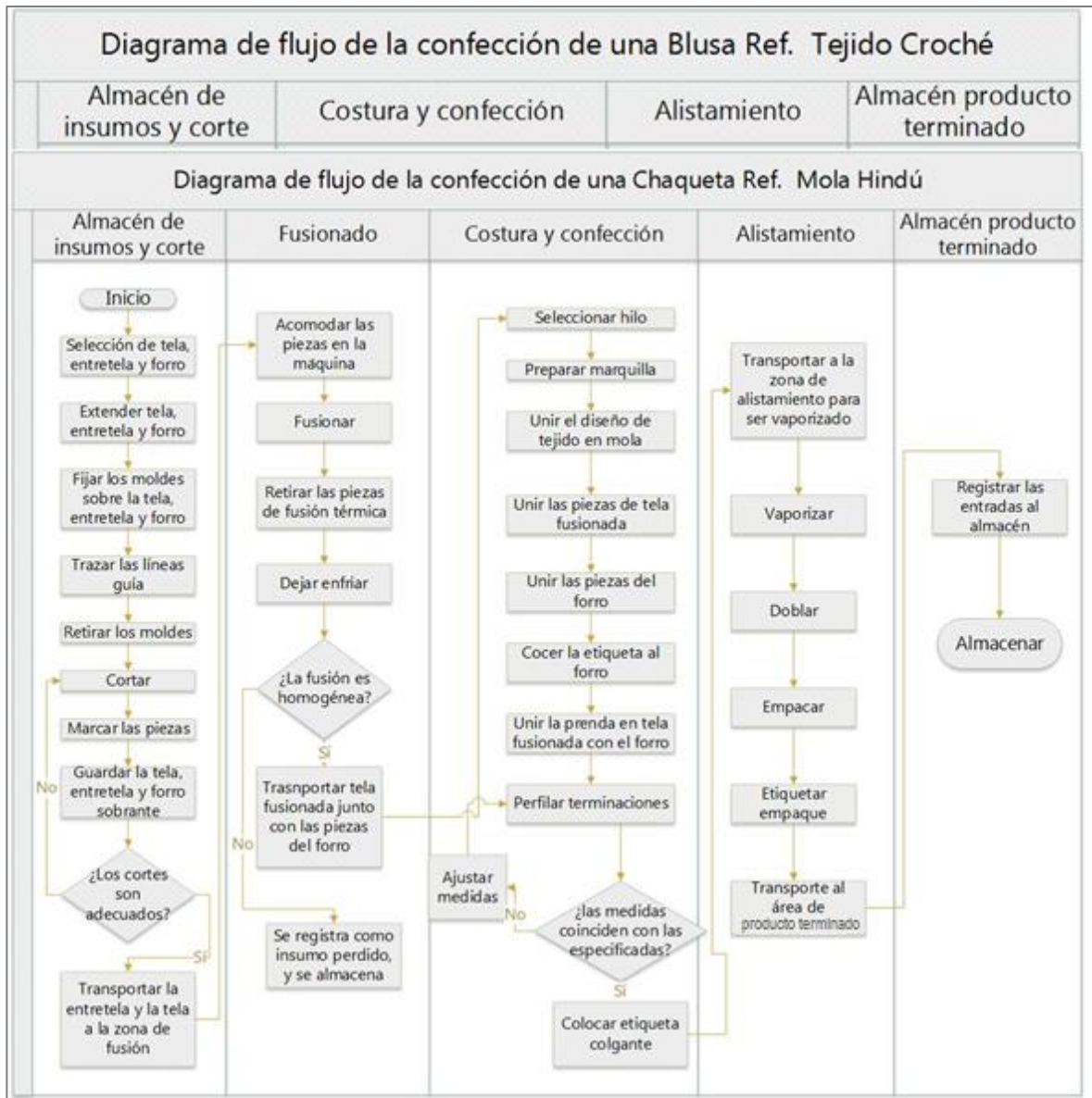



Diagrama 2. Flujo del proceso de producción de chaquetas para dama.



**3.2.2 Toma de tiempos.** Cada una de las actividades descritas en los diagramas de flujo tienen un tiempo de ejecución asociado; con la finalidad de conocer el tiempo estándar necesario para ejecutar cada actividad, se observó el proceso en una empresa de confección que produce prendas como blusas y chaquetas y emplea técnicas similares a las planteadas para el proyecto; en el Anexo C., se encuentran los tiempos registrados para cada actividad, dichos tiempos se tomaron usando un cronómetro centesimal y se registraron en el formato presentado a continuación en el Cuadro 11.



Cuadro 11. Formato de toma de tiempos

	<b>FORMATO DE TOMA DE TIEMPOS</b>						
Departamento:							
Estudio de métodos N°:					Hoja N° _____ de _____		
Observado por:							
Producto:							
Fecha de observación:							
Suplemento:							
Actividad	1	2	3	4	5	Tiempo basico	Tiempo estandar

**3.2.3 Diagrama de operación.** Este diagrama permite conocer la secuencia cronológica de las operaciones y los tiempos asociados a cada etapa, identificando en detalle y por separado las piezas que conforman el producto fina. A continuación se encuentra el Diagrama 3., que describe las operaciones asociadas a la producción de una blusa, y el Diagrama 4., que representa las operaciones necesarias para obtener una chaqueta.

Diagrama 3. Diagrama de operación producción de blusas

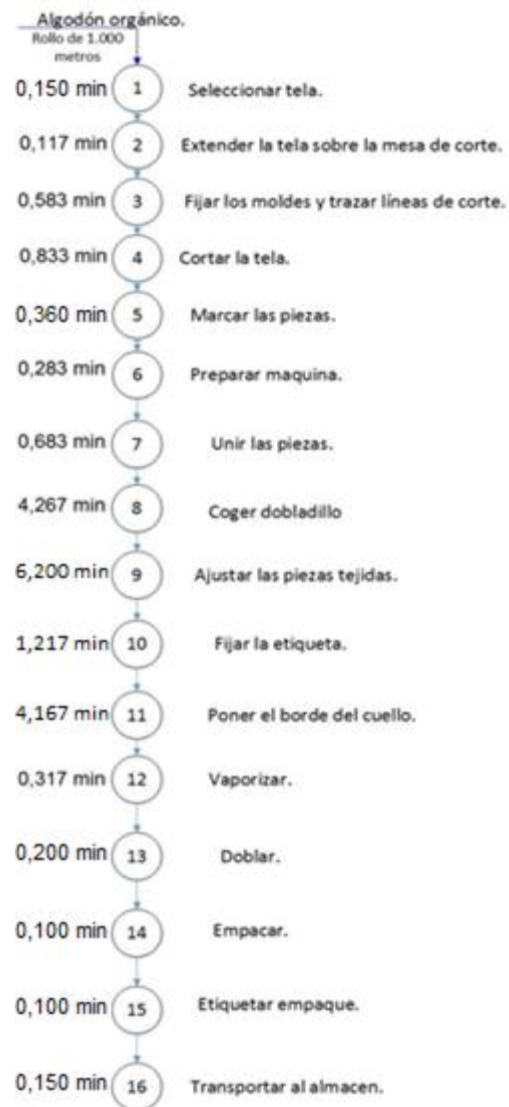
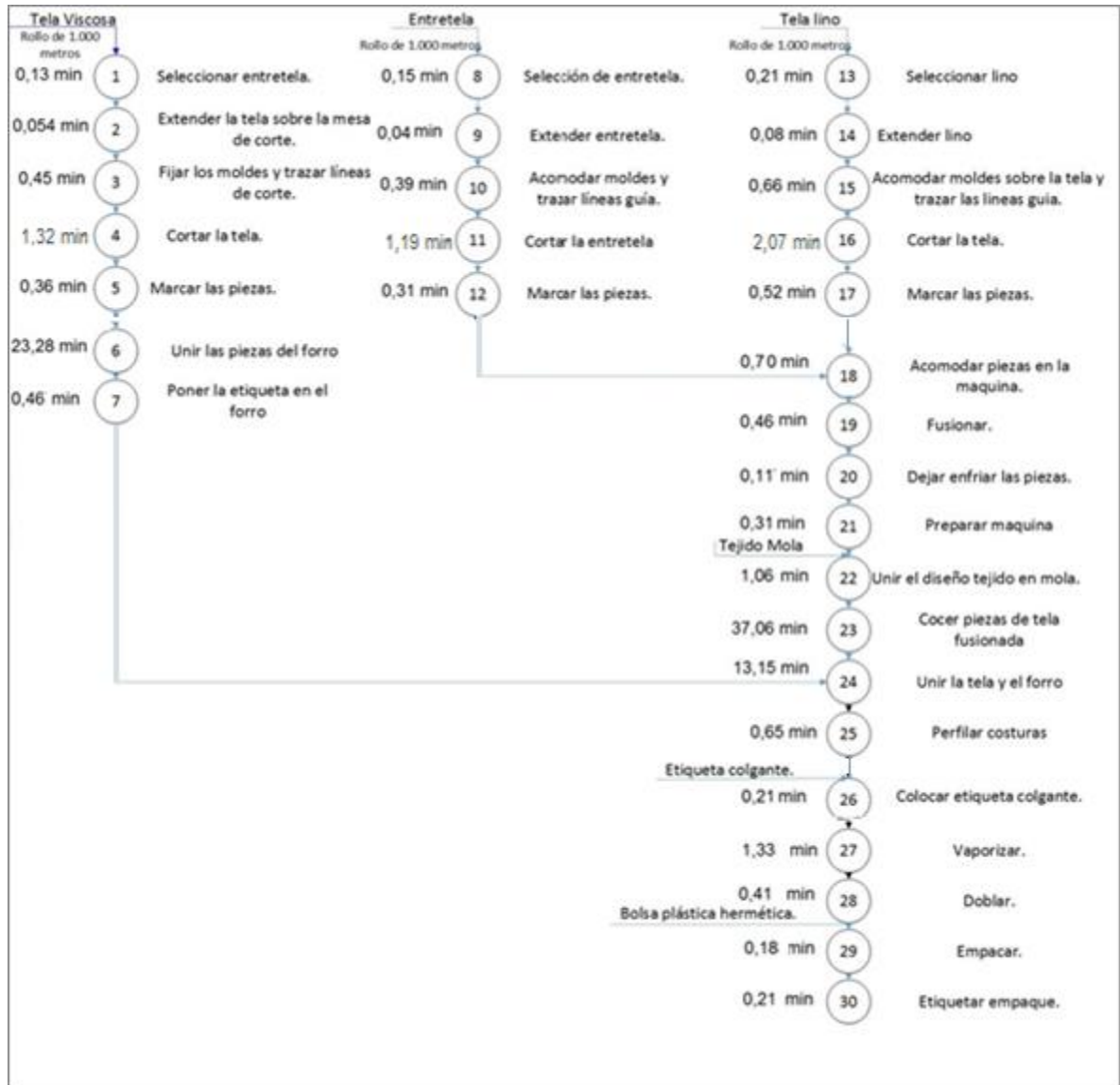


Diagrama 4. Diagrama de operación producción de chaquetas



**3.2.4 Diagrama de procesos.** Este diagrama permite ilustrar la secuencia cronológica de las actividades presentes en un proceso, teniendo en cuenta puntos claves como las operaciones, las inspecciones, el transporte, las demoras y el almacenaje, con sus respectivos tiempos de ejecución, que son representados por la simbología descrita en el Cuadro 12., en el Diagrama 5., se representa el proceso de producción para obtener una blusa, y en el Diagrama 6., se especifica el proceso para producir una chaqueta como se muestra a continuación.

Cuadro 12. Simbología, diagrama de procesos







Actividad	Símbolo	Descripción
Operación		Son actividades que modifican un objeto, puede ser por medio de procesos de transformación o adición.
Transporte		Es el desplazamiento de un objeto o varios desde un punto a otro.
Inspección		Se da tras la verificación de un objeto, orientada por parámetros preestablecidos.
Demora		Es una interrupción en el normal desarrollo del proceso.
Almacenaje		Los productos u objetos son guardados, con la finalidad de protegerlos.
Actividad combinada		Se da con la ocurrencia de una operación y una inspección de manera simultánea.

Diagrama 5. Diagrama de procesos, confección de una blusa Ref. Tejido Croché





















































#	Actividad						Tiempo Minutos	Observaciones
	Op	Tr.	Ins.	De	Al.	Co.		
1							0,150	Selección de tela
2							0,117	Extender la tela
3							0,083	Fijar los moldes sobre la tela
4							0,450	Trazar las líneas de corte
5							0,050	Retirar los moldes
6							0,833	Cortar
7							0,200	Guardar la tela sobrante
8							0,117	Trasladar las piezas a la zona de confección
9							0,050	Selección del hilo

Diagrama 5. (Continuación)

#	Actividad						Tiempo Minutos	Observaciones
	Op	Tr.	Ins.	D e	Al.	Co.		
10	○	→	■	D	▽	□	0,233	Preparación de la maquina
11	●	→	□	D	▽	□	0,683	Unir las piezas en la fileteadora
12	●	→	□	D	▽	□	4,267	Coger el dobladillo
13	○	→	■	D	▽	□	0,300	Verificar las costuras
14	●	→	□	D	▽	□	6,200	Ajustar las piezas tejidas
15	○	→	■	D	▽	□	1,167	Verificar las medidas de la prenda
15	●	→	□	D	▽	□	1,217	Fijar la etiqueta
16	●	→	□	D	▽	□	4,167	Poner el borde del cuello
17	○	→	□	D	▽	□	0,067	Transportar al área de empaque y vaporizado
18	●	→	□	D	▽	□	0,317	Vaporizar
19	●	→	□	D	▽	□	0,200	Doblar
20	●	→	□	D	▽	□	0,100	Empacar
21	●	→	□	D	▽	□	0,100	Etiquetar empaque
22	○	→	□	D	▽	□	0,150	Transportar al almacén
23	○	→	□	D	▽	□	0,300	Almacenar

Diagrama 6. Diagrama de procesos de la confección de una chaqueta Ref. Hindú

#	Actividad						Tiempo Minutos	Observaciones
	Op	Tr.	Ins.	D e	Al.	Co.		
1							0,500	Selección de la tela, entretela y forro
2							0,183	Extender tela, entretela y forro
3							0,383	Acomodar patronaje
4							0,950	Dibujar guías
5							0,167	Retirar las guías
6							4,583	Cortar
7							1,200	Marcar las piezas
8							0,767	Guardar los sobrantes de tela, entretela y forro
9							2,067	Revisar homogeneidad de los cortes
10							0,183	Transportar las piezas de tela y entretela a la zona de fusionado
11							0,700	Acomodar piezas en la máquina de fusión térmica
12							0,200	Fusionar
13							0,267	Retirar las piezas de la máquina de fusión térmica
14							0,117	Dejar enfriar
15							0,617	Hacer revisión de la homogeneidad de la fusión
16							0,133	Transportar tela fusionada a la zona de confección, junto con las piezas del forro
17							0,100	Seleccionar hilo
18							0,217	Preparar maquina
19							1,067	Unir el diseño de tejido en mola
20							37,067	Unir las piezas de tela fusionada para formar la prenda

Diagrama 6. (Continuación)

#	Actividad						Tiempo Minutos	Observaciones
	Op.	Tr.	Ins.	D e	Al.	Co.		
21							23,283	Unir las piezas del forro para formar la parte interna de la prenda
22							0,467	Cocer la etiqueta a al forro
23							13,150	Unir la prenda en tela fusionada con el forro
24							0,650	Perfilar terminaciones
25							0,250	Verificar medidas
26							0,217	Colocar etiqueta colgante
27							0,100	Transportar a la zona de vaporizado y empaque
28							1,333	Vaporizar
29							0,417	Doblar
30							0,183	Empacar
31							0,217	Etiquetar empaque
32							0,117	Transporte al área de almacenado
33							0,150	Registrar las entradas al almacén
34							0,417	Almacenar

### 3.3 ESTUDIO DE TIEMPOS Y CAPACIDADES

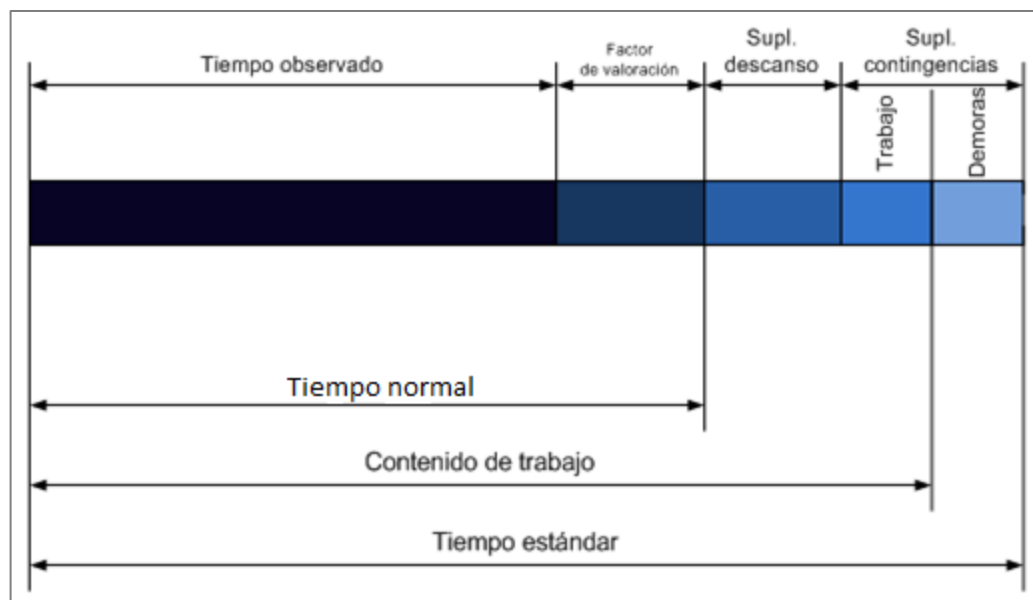
Una vez se ha determinado el proceso a seguir de manera detallada para fabricar cada producto, en el desarrollo de la descripción del proceso, es necesario conocer los requerimientos y por ende las capacidades asociadas a factores como el tiempo y el número de operarios, con el desarrollo del estudio de capacidades, ya que, teniendo en cuenta el porcentaje de la demanda que el proyecto pretende abordar, es posible formular un plan de producción.

**3.3.1 Estudio de tiempos.** El reconocimiento y la escogencia apropiada de las técnicas asociadas al desarrollo de un trabajo no solo inciden en la calidad del producto final, sino que también puede llegar a aumentar en gran medida el tiempo invertido en la realización de dichos trabajos. Al estudiar los métodos se busca minimizar la cantidad de trabajo eliminando actividades innecesarias; de igual manera se eliminan también los tiempos improductivos, e incluso se cambian métodos actuales por otros más apropiados.

Definidos ya los estudios de métodos, se encuentra el estudio de tiempos; esta técnica permite evidenciar la realidad de los procesos respecto al recurso tiempo en un sistema productivo, debido a que registra los tiempos y ritmos de trabajo correspondientes a los elementos de una tarea específica. Conocer los tiempos asociados al proceso es de gran importancia debido a que identificando esta característica, es posible programar la producción, establecer la capacidad para satisfacer la demanda y reconocer los tiempos de entrega; en los diagramas presentados en la descripción del proceso se registraron los tiempos de ejecución asociados a cada actividad, que fueron tomados en una planta de confección de ropa para dama, pero si se tienen en cuenta únicamente estos tiempos a la hora de calcular capacidades es muy probable que alcanzar las metas propuestas no sea posible; por esta razón se debe tener en cuenta los suplementos de trabajo determinados por la OIT. Dichos suplementos permiten tener en cuenta la fatiga y el esfuerzo del trabajador a la hora de desarrollar cada actividad, incrementando en cierto porcentaje al tiempo observado cómo se evidencia en la Imagen 16. Estos porcentajes se asignan dependiendo del factor asociado ya establecido por la Organización Internacional del Trabajo, en la Tabla 60., se encuentran los suplementos aplicables al proyecto teniendo en cuenta las condiciones de trabajo, y las características del proceso.



Imagen 16. Suplementos de trabajo



Fuente: INGENIERÍA INDUSTRIAL. “Suplementos del estudio de tiempos”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/estudio-de-tiempos/suplementos-del-estudio-de-tiempos/> [Consultado el 24/03/2016].

Tabla 62. Suplementos tenidos en cuenta en el proceso de confección de blusas y chaquetas para dama

Suplementos constantes	
Suplemento por necesidades	3%
Suplemento base por fatiga	2%
<b>Total</b>	<b>5%</b>

Fuente: OIT. “Tabla de suplementos por descanso”. [En línea]. Disponible en: <http://materias.fi.uba.ar/7153/pub/03Ingenieria%20de%20la%20manufactura/03-cl-Suplementos%20por%20descanso-040325.pdf> [Consultado el 24/03/2016].

Una vez identificado el porcentaje de suplementos respectivos aplicables al proyecto se procedió a efectuar el cálculo del tiempo estándar de cada actividad, para el caso de las blusas como se muestra en la Tabla 63., y para el caso de las chaquetas como se muestra en la Tabla 64., presentado el tiempo en minutos.

Tabla 63. Tiempo básico y estándar por actividad, producción de blusas (min)

Actividad	Tiempo normal	Tiempo estándar
Selección de tela	0,150	0,158
Extender la tela	0,117	0,123
Fijar los moldes sobre la tela	0,083	0,088
Trazar las líneas de corte	0,450	0,473
Retirar los moldes	0,050	0,053
Cortar	0,833	0,875
Guardar la tela sobrante	0,200	0,210
Traslado piezas a la zona de confección	0,117	0,123
Selección del hilo	0,050	0,053
Preparación de la maquina	0,233	0,245
Unir las piezas en la fileteadora	0,683	0,718
Coger el dobladillo	4,267	4,480
Verificar las costuras	0,300	0,315
Cocer las piezas tejidas	6,200	6,510
Verificar las medidas de la prenda	1,167	1,225
Cocer la etiqueta	1,217	1,278
Cocer el borde del cuello	4,167	4,375
Transportar a empaque y vaporizado	0,067	0,070
Vaporizar	0,317	0,333
Doblar	0,200	0,210
Empacar	0,100	0,105
Etiquetar empaque	0,100	0,105
Transportar al almacén	0,150	0,158
Almacenar	0,300	0,315
Total	21,517	22,593

Tabla 64. Tiempo básico y estándar por actividad, producción de blusas (min)

Actividad	Tiempo normal	Tiempo estándar
Selección de la tela, entretela y forro	0,500	0,525
Extender tela, entretela y forro	0,183	0,193
Acomodar patronaje	0,383	0,403
Dibujar guías	0,950	0,998
Retirar las guías	0,167	0,175
Cortar	4,583	4,813
Marcar las piezas	1,200	1,260
Guardar los sobrantes de tela, entretela y forro	0,767	0,805
Revisar homogeneidad de los cortes	2,067	2,170
Transportar tela y entretela al fusionado	0,183	0,193
Acomodar piezas para la fusión térmica	0,700	0,735
Fusionar	0,200	0,210
Retirar las piezas de la máquina de fusión	0,267	0,280
Dejar enfriar	0,117	0,123
Hacer revisión del fusionado	0,617	0,648
Transportar tela fusión con el forro	0,133	0,140
Seleccionar hilo	0,100	0,105
Preparar maquina	0,217	0,228
Unir el diseño de tejido en mola	1,067	1,120
Unir las piezas de tela fusionada	37,067	38,920
Unir las piezas del forro	23,283	24,448
Cocer la etiqueta a al forro	0,467	0,490
Unir la prenda en tela fusionada con el forro	13,150	13,808
Perfilar terminaciones	0,650	0,683
Verificar medidas	0,250	0,263
Colocar etiqueta colgante	0,217	0,228
Transportar a la zona de alistamiento	0,100	0,105
Vaporizar	1,333	1,400
Doblar	0,417	0,438
Empacar	0,183	0,193
Etiquetar empaque	0,217	0,228
Transporte al área de almacenado	0,117	0,123
Registrar las entradas al almacén	0,150	0,158
Almacenar	0,417	0,438
Total	92,417	97,038

**3.3.2 Capacidad de producción.** Para determinar la capacidad de producción de cada uno de los productos, inicialmente se tiene en cuenta el tiempo disponible para la fabricación de los mismos, como se muestra en la Tabla 65., en donde se descontaron los 70 días festivos del 2017 y los 15 días reglamentarios correspondientes a las vacaciones otorgadas a los empleados; la empresa determinó una jornada laboral de 8:00 am a 12:00 pm y de 1:00 pm a 5:00 pm, seis días a la semana de lunes a sábado, cumpliendo con las 48 horas laborales semanales de ley.

Tabla 65. Tiempo disponible para producción año 2017

Unidad	Disponibilidad
Días año 2017	365
Días festivos	70 días
Vacaciones	15 días
Días laborales/año	280 días
Horas laborales/año	2.240 horas
Minutos laborales/año	134.400 minutos

Teniendo en cuenta el pronóstico de la demanda realizado en el capítulo de estudio de mercados, el proyecto se enfocara en satisfacer el 0,9% y 0,5% de la demanda para cada producto, las equivalencias se muestran en la Tabla 66.

Tabla 66. Demanda de blusas y chaquetas a 2017

Producto	Demanda total	Demanda a satisfacer	
Blusas	1`229.440	0.9%	11.065
Chaquetas	811.866	0.5%	4.059

**3.3.2.1 Requerimiento de maquinaria.** Teniendo en cuenta esta expectativa respecto a la demanda se calculó el número de artículos a producir en un día, teniendo en cuenta que los datos de la demanda son anuales, aplicando la Ecuación 3., como se muestra a continuación.

Ecuación 3. Demanda a satisfacer

$$Unidades\ diarias = \frac{Demanda\ anual\ a\ satisfacer}{Dias\ laborales}$$

$$Unidades\ diarias(blusas) = \frac{11.065u}{280d} = 39,5u/d$$

$$Unidades\ diarias(chaquetas) = \frac{4.059u}{280d} = 14,4u/d$$

Los tiempos requeridos por máquina para el caso de las blusas se presentan en la Tabla 67., y los requeridos para producir una chaqueta se encuentran en la Tabla 68., permitiendo conocer el tiempo total de utilización de una máquina por unidad.

Tabla 67. Tiempo requerido por máquina para elaborar una blusa

Fileteadora	
Selección del hilo	0,053
Preparación de la máquina	0,245
Unir las piezas en la fileteadora	0,718
<b>Total</b>	<b>1,015</b>
Máquina plana	
Coger el dobladillo	4,480
Verificar las costuras	0,315
Ajustar las piezas tejidas	6,510
Verificar las medidas	1,225
Fijar la etiqueta	1,278
Poner el borde del cuello	4,375
<b>Total</b>	<b>18,183</b>
Vaporizador	
Vaporizar	<b>0,333</b>

Tabla 68. Tiempo requerido por máquina para elaborar una chaqueta

Máquina de fusión	
Acomodar piezas en la máquina de fusión térmica	0,735
Fusionar	0,210
Retirar las piezas de la máquina de fusión térmica	0,280
<b>Total</b>	<b>1,225</b>
Máquina plana	
Seleccionar hilo	0,105
Preparar máquina	0,228
Unir el diseño de tejido en mola	1,120
Unir las piezas de tela fusionada para formar la prenda	38,920
Unir las piezas del forro para formar la parte interna de la prenda	24,448
Cocer la etiqueta a al forro	0,490
Unir la prenda en tela fusionada con el forro (dobladillar)	13,808
<b>Total</b>	<b>79,118</b>
Vaporizador	
Vaporizado	<b>1,400</b>

#### Ecuación 4. Máquinas necesarias

$$N^{\circ} \text{ de máquinas necesarias} = \frac{\text{Unidades a producir} \times \text{Tiempo por máquina}}{\text{Tiempo laboral diario}}$$

$$N^{\circ} \text{ de fileteadoras necesarias} = \frac{39,5u/d \times 1,015\text{min}/u}{480 \text{ min}/d} = 0,08$$

$$N^{\circ} \text{ máquinas planas} = \frac{(39,5u/d \times 18,183m/u) + (14,4u/d \times 79,118m/u)}{480\text{min}/d} = 3,88$$

$$N^{\circ} \text{ de máquinas de fusión} = \frac{14,4u/d \times 1,225m/u}{480m/d} = 0,037$$

$$N^{\circ} \text{ de vaporizadores} = \frac{(39,5u/d \times 0,333m/u) + (14,4u/d \times 1,400m/u)}{480m/d} = 0,07$$

Como se evidencia en el cálculo del número de máquinas necesarias para cubrir la demanda, la fileteadora, la máquina de fusión y el vaporizador estarían subutilizados, y por el contrario las máquinas planas necesarias son 4, debido a que en ellas se concentra la mayor parte de las actividades implícitas en el proceso, el número de máquinas requeridas teniendo en cuenta el tiempo de operación en cada una se encuentra en la Tabla 69.

Tabla 69. Numero de máquinas requeridas 2017

Maquina	Numero requerido
Fileteadora	1
Máquina plana	4
Máquina de fusión	1
Vaporizador	1

**3.3.2.2 Requerimiento de mano de obra.** Teniendo en cuenta el tiempo estándar empleado en la producción de una blusa y una chaqueta, el tiempo laboral diario disponible y que la empresa solo determinó un turno para desempeñar las labores de la misma se calculó el número de operarios necesario para cubrir el porcentaje de demanda determinado, utilizando la Ecuación 5., como se muestra a continuación.

Ecuación 5. Operarios requeridos

$$N^{\circ} \text{ de operarios requerido} = \frac{\text{Tiempo estandar} \times \text{Demanda diaria}}{\text{Tiempo disponible diario}}$$

$$N^{\circ} \text{ de operarios} = \frac{(39,5u/d \times 22,593m/u) + (14,4u/d \times 97,038m/u)}{480m/d} = 4,79$$

Además de determinar los días laborales al año, es necesario tener en cuenta factores como el ausentismo, el mantenimiento y otras eventualidades a nivel interno y externo que reducen el tiempo real disponible para la producción. En este caso se asignó un porcentaje de 2% al ausentismo, un 1% a las eventualidades tanto internas como externas, y no se tiene en cuenta el tiempo de mantenimiento debido a que será programado fuera de la jornada laboral, los datos requeridos para calcular la capacidad instalada y disponible se muestran en la Tabla 70., Tabla 71., y en la Tabla 72.

Tabla 70. Tiempo neto disponible 2017

Concepto		Total anual
Ausentismo	G1	45 horas
Factores internos	G2	23 horas
Factores externos	G3	23 horas
Total		91 horas/año

Tabla 71. Estaciones de trabajo

Estación	Cantidad
Corte, alistamiento	1
Maquina plana	4
Total	5

Ecuación 6. Capacidad instalada

$$C \text{ Instalada} = \left(\frac{\text{Días}}{\text{Año}}\right) \times \left(\frac{\text{Horas}}{\text{Día}}\right) \times Edt - G1$$

$$C \text{ Instalada} = \left(365 \frac{\text{Días}}{\text{Año}}\right) \times \left(8 \frac{\text{Horas}}{\text{Día}}\right) \times 5 = 14.600 \text{ Horas/Año}$$

Ecuación 7. Capacidad disponible

$$C \text{ Disponible} = \left(\frac{\text{Días laborales}}{\text{Año}}\right) \times \left(\frac{\text{Horas}}{\text{Día}}\right) \times Edt - G1 - G2 - G3 - G4$$

$$C D = \left(280 \frac{\text{Días}}{\text{Año}}\right) \times \left(8 \frac{\text{Horas}}{\text{Turno}}\right) \times \left(1 \frac{\text{Turno}}{\text{Día}}\right) \times 5 - \left(91 \frac{\text{Horas}}{\text{Año}}\right) = 11.110 \frac{\text{Horas}}{\text{Año}}$$

Tabla 72. Capacidad de producción años 2017-2021

Año	Total días	Días festivos	Vacaciones	Días laborales	Demanda Blusas	Demanda Chaquetas
2017	365	70	15	280	11.065	4.059
2018	365	70	15	280	11.108	4.075
2019	365	68	15	282	11.160	4.094
2020	366	70	15	281	11.307	4.148
2021	365	71	15	279	11.554	4.239

Los requerimientos de máquinas para los años comprendidos entre 2017 y 2021 se calcularon teniendo en cuenta el tiempo estándar y la información de la Tabla 66., los datos calculados muestran una pequeña variación creciente en el último periodo correspondiente al año 2021, como se muestra en la Tabla 73. En la Tabla 74., se consolidó la información respecto a los requerimientos de mano de obra por año y por ultimo teniendo en cuenta la información consolidada se calculó la capacidad instalada y la capacidad disponible como se evidencia en la Tabla 75., y en la Tabla 76., respectivamente.

Tabla 73. Requerimiento de maquinaria años 2017 a 2021

Año	Fileteadora	Máquina plana	Vaporizadora	Máquina de fusión
2017	1	4	1	1
2018	1	4	1	1
2019	1	4	1	1
2020	1	4	1	1
2021	1	5	1	1

Tabla 74. Requerimientos de mano de obra

Año	Número de operarios
2017	5
2018	5
2019	5
2020	5
2021	6

Tabla 75. Capacidad instalada

Año	Días/Año	Horas/Día	Estaciones	Capacidad Instalada
2017	365	8	5	14.600
2018	365	8	5	14.600
2019	365	8	5	14.600
2020	366	8	5	14.640
2021	365	8	6	17.520

Tabla 76. Capacidad disponible

Año	Días laborales	Horas día	Estación	G2	G3	G4	Capacidad disponible
2017	280	8	5	45	23	23	11.110
2018	280	8	5	45	23	23	11.110
2019	282	8	5	46	23	23	11.190
2020	281	8	5	45	23	23	11.150
2021	279	8	6	45	23	23	13.303

Tanto la maquinaria como la mano de obra se mantienen constantes hasta el año 2020, en el año 2021 se requiere contratar un operario más y en cuanto a la maquinaria se da la necesidad de adquirir una máquina plana adicional.

**3.3.3 Planeación de producción.** El nivel de producción se estableció, en la proporción en la que varía la demanda año tras año como se evidencia en los pronósticos presentados anteriormente, y para cubrir dicho incremento y poder seguir cubriendo el porcentaje estimado tanto para blusas como para chaquetas se calcula que en el año 2021 se debe invertir en una estación de trabajo correspondiente a las operaciones realizadas en máquina plana y por tanto contratar un operario más y de esta manera lograr cubrir la demanda, teniendo en



cuenta que los incrementos en la demanda se nivelarán con un incremento en la capacidad y en la mano de obra, la producción programada para el año 2017 se encuentra en la Tabla 77., para el caso de las blusas y en la Tabla 78., para el caso de las chaquetas.

Tabla 77. Plan de producción blusas 2017

Mes	Demanda	Producción diaria	Producción	Inventario inicial	Inventario final
Enero	885	31	922	0	37
Febrero	664	31	922	37	295
Marzo	664	31	922	295	553
Abril	775	31	922	553	701
Mayo	775	31	922	701	848
Junio	1.106	31	922	848	664
Julio	996	31	922	664	590
Agosto	1.106	31	922	590	406
Septiembre	996	31	922	406	332
Octubre	885	31	922	332	369
Noviembre	1.106	31	922	369	184
Diciembre	1.106	31	922	184	0

Tabla 78. Plan de producción chaquetas 2017

Mes	Demanda	Producción diaria	Producción	Inventario inicial	Inventario final
Enero	325	11	338	0	14
Febrero	244	11	338	14	108
Marzo	244	11	338	108	203
Abril	284	11	338	203	257
Mayo	284	11	338	257	311
Junio	406	11	338	311	244
Julio	365	11	338	244	216
Agosto	406	11	338	216	149
Septiembre	365	11	338	149	122
Octubre	325	11	338	122	135
Noviembre	406	11	338	135	68
Diciembre	406	11	338	68	0

**3.3.4 Requerimientos de material.** Teniendo en cuenta el plan de producción descrito anteriormente, se determinó la cantidad de insumos y materia prima necesarios para cumplir con dicho programa, en la Tabla 80., se relacionan las cantidades necesarias de cada insumo para obtener el producto blusa para dama, teniendo en cuenta la información del Diagrama 7., en donde se ven las cantidades requeridas por unidad de cada insumo, para el caso de las chaquetas la información de los componentes por unidad se encuentra en el Diagrama 8., y el consolidado de requerimientos anuales se expone en la Tabla 82.

Diagrama 7. Requerimientos de material para elaborar una blusa

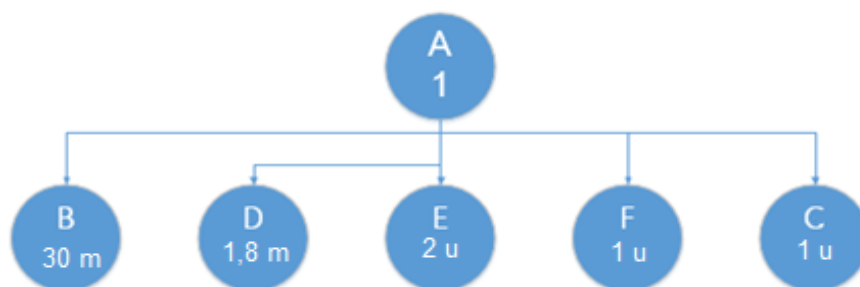


Tabla 79. Requerimientos de material para el 2017 (Blusa)

Material		Consumo por unidad	Producción anual	Consumo total anual
Hilo	B	1/14 cono	11.065	790
Algodón	C	1,80metros	11.065	19.917
Tejido	D	2 unidades	11.065	22.130
Marquilla	E	1 unidad	11.065	11.065
Etiqueta	F	1 unidad	11.065	11.065

Tabla 80. Consumo anual de materiales (Blusa)

Material	2017	2018	2019	2020	2021
Hilo	790	793	797	808	825
Algodón	19917	19.995	20.088	20.353	20.797
Tejido	22130	22.217	22.320	22.615	23.108
Marquilla	11065	11.108	11.160	11.307	11.554
Etiqueta	11065	11.108	11.160	11.307	11.554
Empaque	11065	11.108	11.160	11.307	11.554

Diagrama 8. Requerimientos de material para elaborar una chaqueta

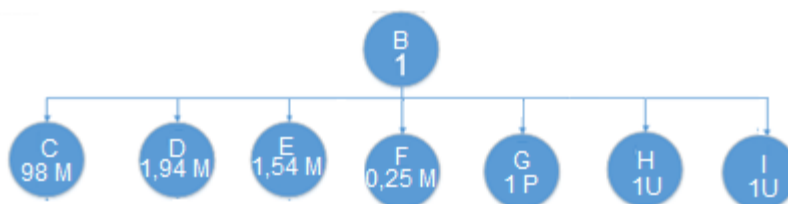


Tabla 81. Requerimientos de material para el 2017 (Chaqueta)

Material		Consumo por unidad	Producción anual	Consumo total al año
Hilo	C	30/7 cono	4.059	947
Viscosa	D	1,94 metros	4.059	7.875
Brioni	E	1,54 metros	4.059	6.251
Entretela	F	0,25 metros	4.059	1.015
Mola	G	1 piezas	4.059	4.059
Marquilla	H	1 unidad	4.059	4.059
Etiqueta	I	1 unidad	4.059	4.059

Tabla 82. Consumo anual de insumos (Chaqueta)

Material	2017	2018	2019	2020	°2021
Hilo	947	951	955	968	989
Viscosa	7.875	7.906	7.943	8.048	8.223
Brioni	6.251	6.276	6.305	6.388	6.528
Entretela	1.015	1.019	1.024	1.037	1.060
Mola	4.059	4.075	4.094	4.148	4.239
Marquilla	4.059	4.075	4.094	4.148	4.239
Etiqueta	4.059	4.075	4.094	4.148	4.239
Empaque	4.059	4.075	4.094	4.148	4.239

### 3.4 LOCALIZACION DE LA PLANTA

La evaluación de diferentes aspectos a la hora de determinar la ubicación más favorable para la empresa permite establecer varias posibilidades y optar por la que más beneficios le traiga al desarrollo de la actividad económica de dicha empresa, en primera instancia se determina la macro localización y luego la micro localización evaluando aspectos más puntuales como la seguridad, vías de acceso, y costos asociados a la zona.

**3.4.1 Macro localización.** En el territorio nacional una de las ciudades que brinda mayores opciones a nivel empresarial es Bogotá, esta corresponde a la macro localización establecida para el proyecto. Los datos generales de Bogotá están consignados en el Cuadro 13.

Cuadro 13. Información Bogotá

Entidad	Capital
País	Colombia
Departamento	Cundinamarca
Localidades	20
Barrios	1922
Superficie total	1775.98km <sup>2</sup>
Altitud media	2640 metros sobre el nivel del mar
Clima promedio	14 °C
Población	7'980.000 habitantes
Superficie urbana	307,36 km <sup>2</sup>

Las principales características que hacen a Bogotá una ciudad atractiva para las inversiones y el desarrollo empresarial, es que cuenta con una fortaleza demostrada a través del crecimiento económico, que se ha dado en los últimos 10 años, equivalente a un 4,7%, además en la ciudad se encuentra el 54% de las medianas y grandes empresas nacionales. Esta ciudad posee una ubicación estratégica porque además de ser la capital del país, actualmente cuenta con 37 conexiones internacionales directas; en materia de espacios y recursos humanos Bogotá no se queda atrás, actualmente cuenta con más de 50 parques industriales con el espacio adecuado para almacenamiento de mercancía y el desarrollo de actividades manufactureras; y cuenta con más de 112.000 graduados en educación superior.

**3.4.2 Micro localización.** Teniendo en cuenta que la macro localización establecida es Bogotá, se identificaron tres localidades opcionadas y se sometieron a evaluación, teniendo en cuenta los factores de calificación más influyentes como las vías de acceso o accesibilidad, proximidad al mercado, proximidad a materia prima, disponibilidad de mano de obra, seguridad del sitio, costo de servicios y arriendo.

Partiendo de la información presentada en el estudio de mercados, a cerca de la distribución por localidades, de las empresas dedicadas a la confección en Bogotá, en donde se estableció que la mayor cantidad de empresas dedicadas a la confección están ubicadas en las localidades de Suba, Engativá y Kennedy, estas tres localidades se evaluarán por medio de los parámetros expuestos a continuación.

La escala de calificación definida va de 1 a 5, siendo uno el menos conveniente y 5 el más favorable. El primer factor a evaluar es la seguridad tiene una ponderación de 20% debido a que la inversión inicial de la empresa es alta y una zona insegura puede poner en riesgo el capital invertido; las vías de acceso tienen una ponderación de 14%, en este factor no solo se evalúa el acceso a vías principales, sino que además se tiene en cuenta el estado de las mismas, debido a que los costos asociados con la logística de transporte pueden hacer una gran diferencia en el precio final de los productos, una mala ubicación puede significar un incremento en los costos y por lo tanto en el precio de venta, disminuyendo la competitividad de la empresa en el mercado, teniendo en cuenta que una de las estrategias de penetración en dicho mercado obedece a la fijación de precios sobre el límite inferior de los establecidos actualmente; los costos de arriendo tienen una ponderación asignada de 20%, puesto que la incidencia en los costos puede ser mucho mayor a la descrita anteriormente respecto a el acceso a vías principales, debido a que un alto costo en arriendo se asumiría de manera mensual y constante por lo que es importante disminuir al máximo el monto de este rubro para evitar incrementos desmedidos en los precios de venta; la disponibilidad y costos de los servicios públicos, tienen una ponderación de 17% en este caso se tiene en cuenta la disponibilidad debido a que aún existen zonas

en Bogotá que no cuentan con una apropiada cobertura de dichos recursos, y adicional a ello teniendo en cuenta el estrato socioeconómico de la zona, el cobro de dichos recursos tiene un costo diferente, factor que también incide de manera directa en el incremento de los costos asumidos por la empresa; respecto a la cercanía con los proveedores tiene la ponderación más baja debido a que otros factores como las vías de acceso pueden ayudar a disminuir el impacto negativo que tenga este factor, como por ejemplo a través de la utilización de correo certificado o envíos propios desde las empresas; por último la amplitud de los terrenos tiene una ponderación asignada de 19%, debido a que contar con el espacio suficiente para desarrollar las actividades de la empresa sin contratiempos es de suma importancia.

Las calificaciones fueron asignadas teniendo en cuenta información actual respecto a las localidades, respecto al factor seguridad, en el informe Bogotá como vamos se encontró un reporte a 2014 que registro el número de homicidios y robos por localidad en donde suba registro 91, Kennedy 157 y Engativá 66, por lo tanto el puntaje más alto frente a este factor lo obtuvo Engativá, en este mismo informe de Bogotá como vamos, se encontró también el reporte respecto al estado de la malla vial en donde se registró que en Kennedy el 60% del total de malla vial se encuentra en mal estado y apenas un 15% se encuentra en apropiadas condiciones, en el caso de la localidad de Engativá cuenta con un 24% de malla vial en mal estado y con un 38% en buen estado, y por último la localidad de Suba cuenta con el 58% de malla vial en mal estado y con apenas el 15% de malla vial en buen estado, tanto suba como Kennedy cuentan con el mismo porcentaje de malla vial en buen estado, dicho porcentaje respecto al registrado por la localidad de Engativá es bajo y por esta razón la localidad con mayor puntuación en este caso es Engativá, respecto a las vías de acceso más transitadas en la localidad de Kennedy se encuentra la Av. Boyacá, la Autopista sur, la Av. De las Américas, la calle 13, la Av. Villavicencio, la Av. Ciudad de Cali y la Av. primera de mayo, la localidad de Engativá, cuenta con la avista 68, la Av. Boyacá, la avenida calle 80, la avenida rojas la Av. Ciudad de Cali y la calle 57, y por último en la localidad de suba se encuentra la Av. Ciudad de Cali, la transversal de SUBA, la Av. El Polo, y la Av. Boyacá, según esta información Kennedy recibe una calificación más alta que la de la localidad de Suba.

El costo del arriendo se evaluó teniendo en cuenta el promedio de la información de los locales comerciales encontrada en la página Web de Metro Cuadrado, en donde el costo de arriendo de un local comercial en Kennedy tienen un precio promedio de \$5'000.000, en la localidad de Engativá este costo promedio alcanza un valor de \$2'800.000, y por último en suba dicho promedio correspondió a \$3'000.000.

Respecto a los servicios públicos poseen una buena cobertura en las tres localidades y respecto al costo se tiene en cuenta el dato del estrato predominante en estas zonas, que según el informe publicado por la secretaria de planeación

distrital la localidad que concentra mayor cantidad de personas estratos 4, 5 y 6 es Suba, Kennedy y Engativá solo se registra población perteneciente al estrato 4, en Kennedy en menor proporción que en suba por ello es probable encontrar en esta primera localidad un cobro de servicios más económico que en Suba o Engativá, la calificación de las tres localidades opcionadas se encuentra en la Tabla 83., presentada a continuación.

Tabla 83. Calificación de localidades

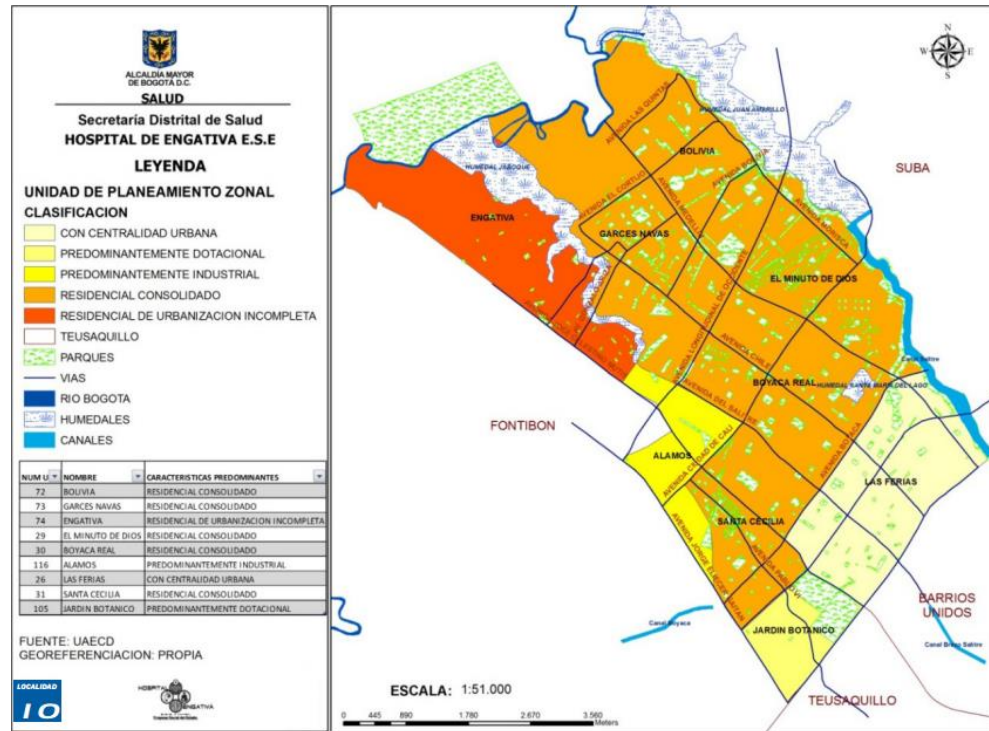
Factor	PO.	Suba		Engativá		Kennedy	
		Pu	Po	Pu	Po	Pu	Po
Seguridad	20%	3	0,6	4	0,8	2	0,4
Vías de acceso	14%	2	0,28	4	0,56	3	0,42
Costos de arriendo	20%	3	0,6	4	0,8	2	0,4
Disponibilidad / precio de servicios	17%	2	0,34	3	0,51	4	0,68
Cercanía a proveedores	10%	5	0,5	5	0,5	5	0,5
Terrenos amplios	19%	5	0,95	5	0,95	5	0,95
TOTAL	100%		3,27		4,12		3,35

Luego de aplicar la evaluación a las tres localidades identificadas, se encontró que la micro localización más factible es Engativá, ya que fue la localidad que registró un puntaje más cercano a 5, que es la mayor calificación en la escala definida.

La Localidad de Engativá tiene aproximadamente 1'300.000 habitantes, cuenta con una extensión de 3.612 hectáreas, extensión que a su vez se subdivide en 9 UPZ's, según el boletín informativo publicado por el DANE, Engativá es la segunda localidad respecto al valor de producción en las actividades relacionadas con edición e impresión, y el 14% del empleo de la localidad se relaciona con dichas actividades. La segunda actividad de mayor importancia en la localidad es la fabricación de productos textiles representando el 17,4% del empleo de la localidad.

Como se muestra en la Imagen 17., la zona en la que predomina el desarrollo de actividades industriales comprende la Av. Ciudad de Cali entre la Av. Jorge Eliecer Gaitán y la Av. El salitre, lo que corresponde al sector de Álamos, teniendo en cuenta esta información se procedió a verificar la disponibilidad de inmuebles en arriendo en la página Web de Metro Cuadrado, el resultado que se consideró más favorable corresponde a un predio de 300m<sup>2</sup>, las características detalladas se exponen a continuación en el Cuadro14.

Imagen 17. Mapa de la localidad de Engativá según planeamiento zonal

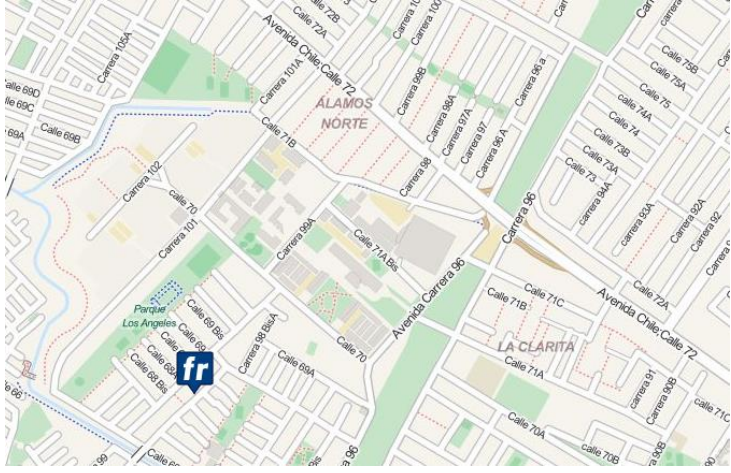


Fuente: ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ. “Diagnóstico local con participación social”. [En línea]. Disponible en: <http://www.saludcapital.gov.co/sitios/VigilanciaSaludPublica/Diagnosticos%20Locales/10-ENGATIVA.p df> [Consultado el 22/03/2016].

Cuadro 14. Características de la propiedad



Cuadro 14. (Continuación)

Características de la propiedad
<p>Mapa de ubicación</p> 
<p>COSTO DE ARRIENDO \$2'800.000                  Área 300 m<sup>2</sup>                  Altura 6 metros                  Estrato 2                  Piso 1                  Área de oficinas                  Cerca del aeropuerto</p>

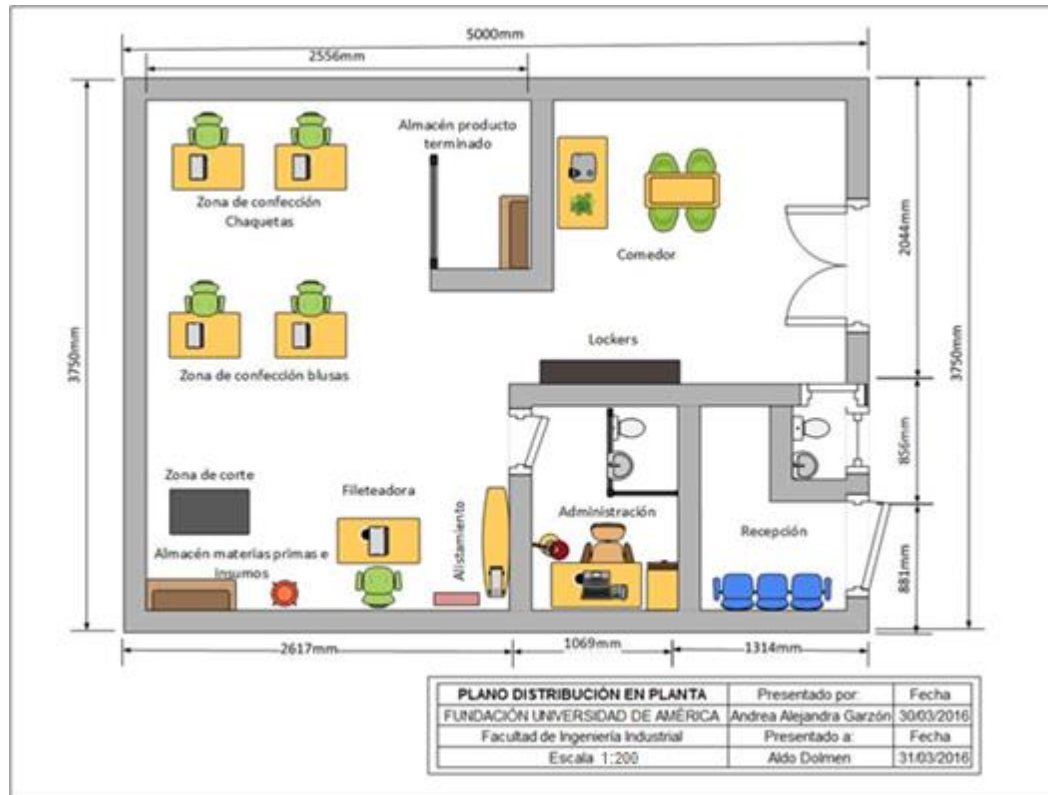
Fuente: FINCARAÍZ. “Bodegas en arriendo”. [En línea]. Disponible en: <http://www.fincaraiz.com.co/bodega-en-arriendo/bogota/alamos-det-1898498.aspx> [Consultado el 22/03/2016].

**3.4.2.1 Distribución en planta.** Consiste en ordenar el espacio en el que se desarrollarán las actividades asociadas al proceso productivo aprovechando al máximo las locaciones, permitiendo el transporte de materiales, el almacenamiento, la ubicación de los equipos, y la asignación de espacios para uso administrativo.

La distribución en planta se realizó creando áreas de trabajo definidas por procesos; el establecimiento de dichas áreas o estaciones de trabajo, se realizó teniendo en cuenta el flujo de material, para la mayoría de los procesos productivos, ya que todos los productos no siguen la misma secuencia de actividades.

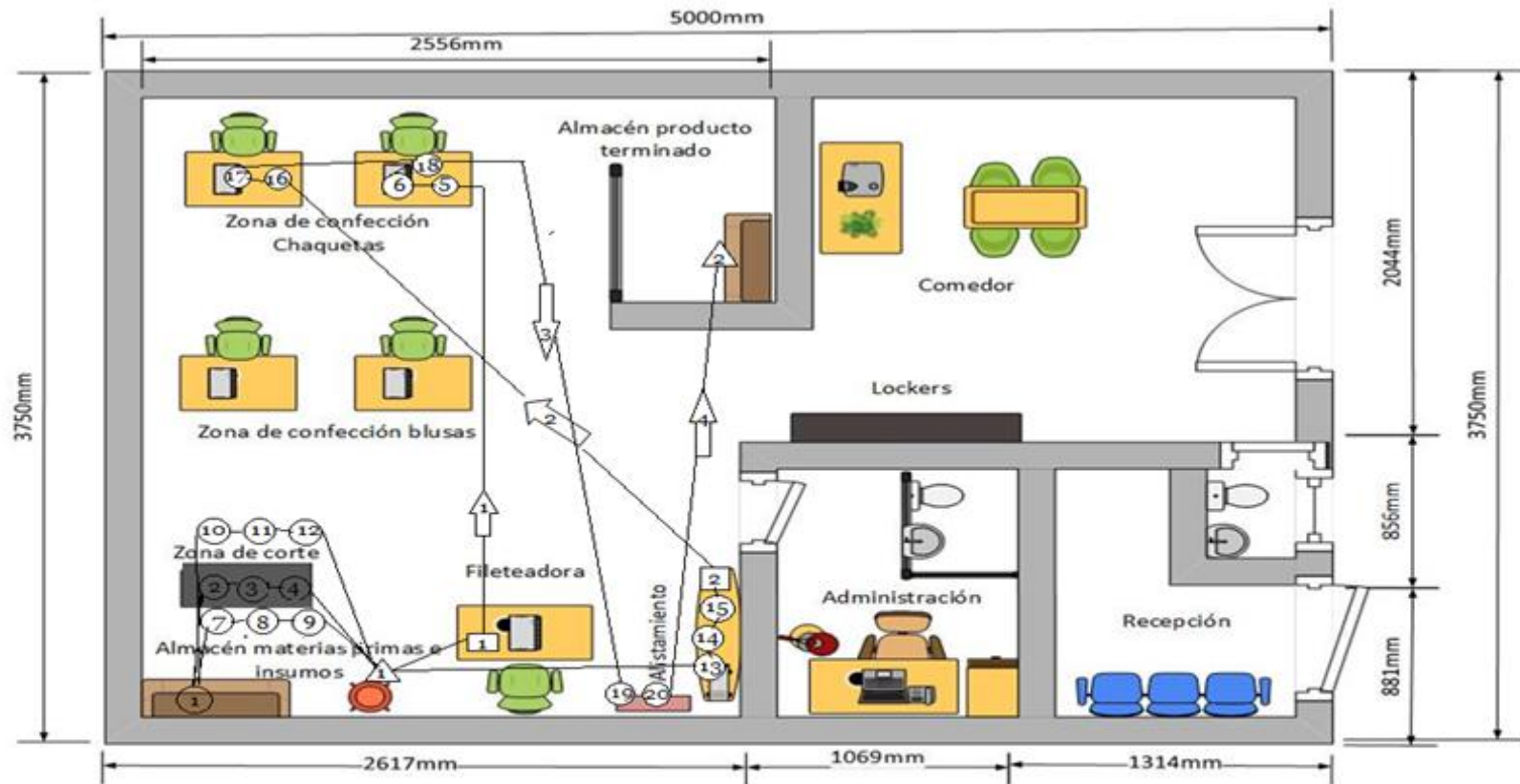


## Plano 1. Distribución en planta



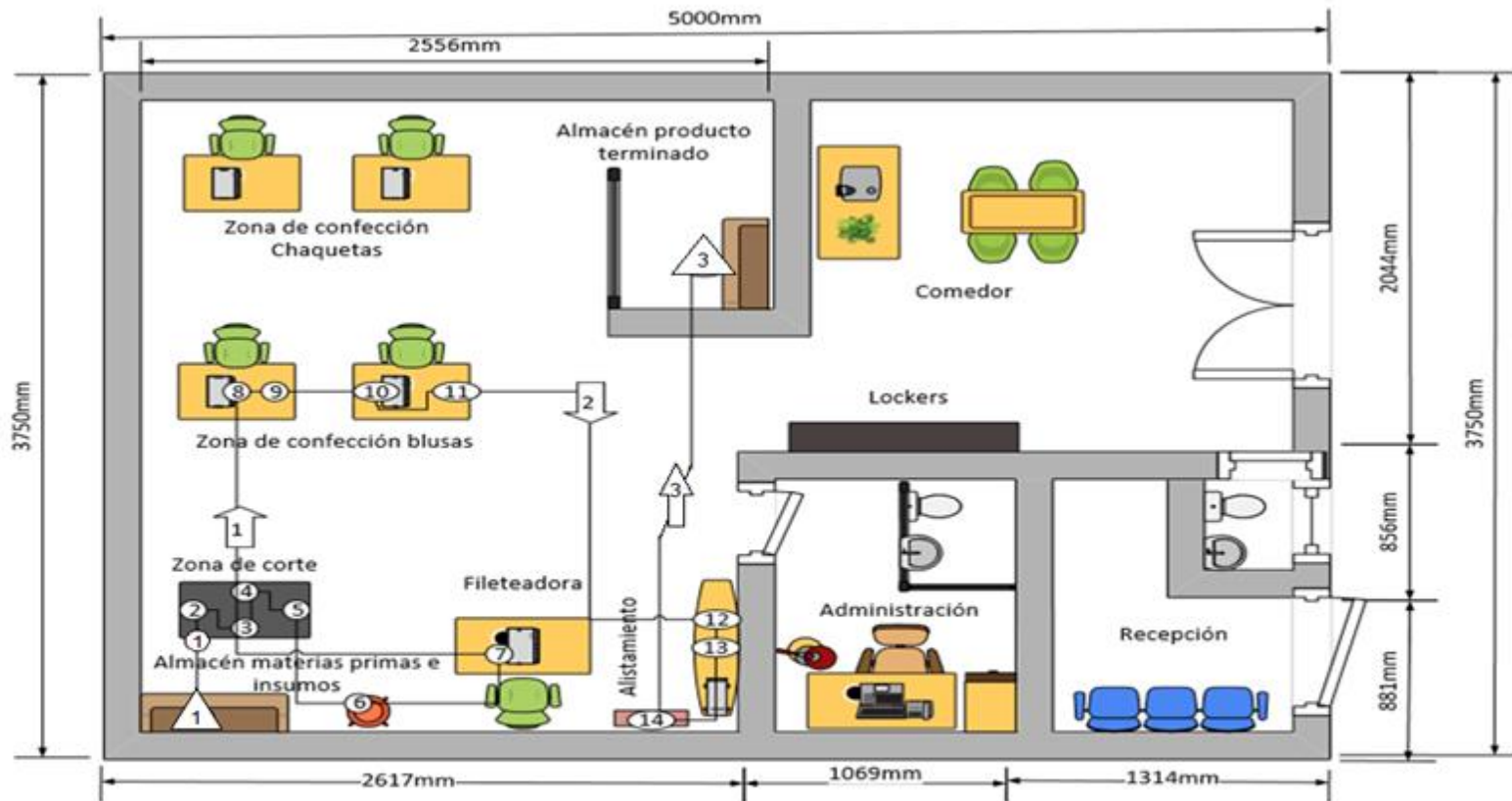
**3.4.2.2 Diagrama Layout.** Es la manera de representar gráficamente la distribución de los elementos dentro de la empresa, con la finalidad de desarrollar una estrategia empresarial de producción que le brinde más competitividad en el mercado, debido a que la distribución no se da de forma aleatoria sino buscando mejorar los tiempos de ejecución y los trabajos desarrollados dentro de la planta. En este caso la distribución se dio siguiendo el flujo de materiales, buscando utilizar el espacio de la mejor manera brindando un lugar de trabajo agradable y seguro.

Plano 2. Layout blusas



PLANO DISTRIBUCIÓN EN PLANTA		
FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA	Presentado por:	Fecha
Facultad de Ingeniería Industrial	Andrea Alejandra Garzón	30/03/2016
Escala 1:125	Presentado a:	Fecha
	Aldo Dolmen	31/03/2016

Plano 3. Layout chaquetas






<b>PLANO DISTRIBUCIÓN EN PLANTA</b>	Presentado por:	Fecha
FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA	Andrea Alejandra Garzón	30/03/2016
Facultad de Ingeniería Industrial	Presentado a:	Fecha
Escala 1:125	Aldo Dolmen	31/03/2016

### 3.5 TECNOLOGÍA Y MAQUINARIA

Con la finalidad de concretar el objetivo de la empresa bajo las condiciones esperadas, es necesario contar con cierta maquinaria y equipo que permita llevar a cabo los procesos anteriormente descritos de manera idónea, de tal forma que se garantice la calidad en cada parte de la empresa.

Cuadro 15. Muebles y equipos de oficina

Artículos departamento administrativo	
<p>Escritorio \$399.900</p> 	<p>Silla \$109.900</p> 
<p>Sillas sala de espera \$139.900 c/u</p> 	<p>Mesa auxiliar sala de espera \$169.900</p> 
<p>Archivador \$289.900</p> 	<p>Biblioteca baja \$199.900</p> 
<p>Silla ergonómica \$139.900</p> 	<p>Escritorio \$179.900</p> 





Cuadro 15. (Continuación)

Artículos departamento administrativo	
<p>Maniquí \$190.000</p> 	<p>Silla comedor \$59.900</p> 
<p>Mesa comedor \$399.000</p> 	<p>Lámpara escritorio \$39.900</p> 
<p>Computador portátil convertible \$1'000.000</p> 	<p>Teléfono inalámbrico doble \$199.900</p> 
<p>Horno microondas \$131.500</p> 	<p>Impresora multifuncional \$149.000</p> 
<p>Papelera x2 \$49.900</p> 	<p>Mostrador \$576.500</p> 

Cuadro 16. Elementos de oficina

<p>Archivador tipo fuele \$12.800</p> 	<p>Carpetas plásticas x10 \$8.900</p> 
<p>Gancho Legajador x20 \$3.400</p> 	<p>Kit de oficina \$21.000</p> 
<p>Porta lápices \$ 9.600</p> 	<p>Esferos x50 \$15.000</p> 
<p>Calculadora de escritorio \$84.000</p> 	<p>Sobres de manila x20 \$6.500</p> 
<p>Resma \$7.000</p> 	<p>Resaltadores x6 \$20.000</p> 
<p>Corrector \$3.000</p> 	<p>Clips x100 \$950</p> 
<p>Lápiz x12 \$8.500</p> 	<p>Borrador x3 \$1.500</p> 
<p>Notas adhesivas \$4.600</p> 	<p>Cartelera informativa \$67.000</p> 

## Cuadro 17. Maquinaria

Maquina	Descripción
<p data-bbox="308 325 649 357">Maquina plana. Singer 191d</p> 	<p data-bbox="836 325 1071 357">Precio: \$1'400.000</p> <p data-bbox="836 357 1234 388">Velocidad de costura: 4.500 spm</p> <p data-bbox="836 388 1161 420">Longitud de puntada: 5mm</p> <p data-bbox="836 420 1047 451">Energía: 50/60hz</p> <p data-bbox="836 451 1388 483">Calibre: resiste telas gruesas de hasta 5,5mm</p> <p data-bbox="836 483 1128 514">Lubricación: automática</p> <p data-bbox="836 514 1242 546">Longitud de la puntada: ajustable</p> <p data-bbox="836 546 1461 630">Esta máquina cuenta con extra alta velocidad de costura que permite procesar un mayor número de prendas en menor tiempo.</p>
<p data-bbox="308 693 600 724">Fileteadora Singer 322d</p> 	<p data-bbox="836 693 1071 724">Precio: \$2'790.000</p> <p data-bbox="836 724 1396 756">Velocidad máxima: 6.000 puntadas por minuto</p> <p data-bbox="836 756 982 787">Tensores: 3</p> <p data-bbox="836 787 1258 819">Sistema de lubricación: automático</p> <p data-bbox="836 819 1461 871">Sistema de enfriamiento de la aguja y la línea de silicona.</p> <p data-bbox="836 871 1461 1029">Es una máquina de alta precisión y velocidad que está diseñada para uso industrial y además cuenta con un motor silencioso, las agujas vienen equipadas con un protector que disminuye el desgaste por operación.</p>
<p data-bbox="308 1081 617 1113">Fusionadora jontex jt-202</p> 	<p data-bbox="836 1081 1071 1113">Precio: \$1'200.000</p> <p data-bbox="836 1144 1096 1176">Apagado: automático</p> <p data-bbox="836 1176 1128 1228">Voltaje: 110-120v 60Hz 220-230v 50Hz</p> <p data-bbox="836 1228 1015 1260">Poder: 1350W</p> <p data-bbox="836 1260 1242 1291">Tamaño de la placa: 630x260mm</p> <p data-bbox="836 1323 1461 1417">Permite fusionar varias piezas al tiempo y tiene una pantalla que indica la temperatura y presión, brindando mayor confiabilidad en el proceso.</p>
<p data-bbox="308 1470 747 1501">Cortadora circular Jema JM-100-110</p> 	<p data-bbox="836 1470 1031 1501">Precio: \$85.000</p> <p data-bbox="836 1533 1461 1585">Consta de un disco de corte de 4 a 20 cm de diámetro.</p> <p data-bbox="836 1585 1006 1617">Cuchilla recta</p> <p data-bbox="836 1617 1112 1648">Alimentación eléctrica.</p>

Cuadro 18. Herramientas





<p>Tijeras de costura \$56.000</p> 	<p>Tiza de costura x3 \$23.000</p> 
<p>Desarmador de costuras \$6.400</p> 	<p>Alfileres x 12 \$4.000</p> 
<p>Ganchos x 200 \$1.300</p> 	<p>Cinta métrica \$1.500</p> 
<p>Mesa de corte textil \$534.000</p> 	<p>Cortador de hebras \$4.000</p> 
<p>Vaporizadora \$104.000</p> 	



Cuadro 19. Materia prima

<p>Viscosa 1.5 m \$15.800</p> 	<p>Entretela 1 m \$3.500</p> 	<p>Brioni 1,5 m \$10.050</p> 
<p>Mola \$8.000</p> 	<p>Tejido croché \$1.200</p> 	<p>Algodón 1,5 m \$3.700</p> 

Cuadro 20. Insumos

<p>Hilo \$800</p> 	<p>Marquillas x1000 \$50.000</p> 
<p>Bolsa metalizada en tela quirúrgica \$ 500 C/U</p> 	<p>Bolsa hermética x50 \$4.000</p> 

### 3.6 SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

El programa de seguridad y salud en el trabajo, está enfocado en prevenir y eliminar factores de riesgo y las condiciones que puedan amenazar la seguridad, protegiendo de esta manera a los trabajadores y promoviendo su seguridad en el área laboral, durante la ejecución de sus labores.

**3.6.1 Seguridad industrial.** Esta área es la encargada de minimizar los riesgos presentes en las actividades que se desarrollan dentro de los procesos asociados al funcionamiento de la empresa, debido a que con cada una de dichas actividades se asocia un riesgo inherente. La empresa para dicho fin debe implementar medidas necesarias que parten de la identificación de los peligros y riesgos presentes en cada actividad, estableciendo las medidas necesarias para proteger a los trabajadores, medidas tales como el uso de elementos de protección personal durante el desempeño de su labor, instalación de las señalizaciones pertinentes en el área de trabajo y la creación e implementación de un plan de evacuación.

**3.6.1.1 Tabla de peligros.** Esta tabla fue establecida por la Guía Técnica Colombiana GTC 45 en donde se clasifican los riesgos presentes en una empresa.

Cuadro 21. Tabla de peligros

Clasificación			
DESCRIPCIÓN	Biomecánicos	Condiciones de seguridad	Fenómenos naturales
	Postura (prolongada mantenida, forzada, anti gravitacional)	Mecánico (elementos o partes de máquinas, herramientas, equipos, piezas a trabajar, materiales proyectados solidos o fluidos)	Sismo
	Esfuerzo	Eléctrico ( alta y baja tensión, estática)	Terremoto
	Movimiento repetitivo	Locativo (sistema y medios de almacenamiento), superficies de trabajo (irregulares, deslizantes, con diferencia de nivel), condiciones de orden y aseo, (caídas de objeto)	Vendaval
	Manipulación manual de cargas	Tecnológico (explosión, fuga, derrame, incendio)	Inundación
		Públicos (robos, atracos, asaltos, atentados, etc.)	Precipitaciones (lluvias, granizadas)
		Trabajo en alturas	
	Espacios confinados		

Cuadro 21. (Continuación)

Clasificación				
DESCRIPCIÓN	Biológico	Físico	Químico	Psicosocial
	Virus	Ruido (de impacto intermitente o continuo)	Polvos orgánicos e inorgánicos	Gestión organizacional (estilo de mando, pago, contratación, participación, inducción y capacitación, bienestar social, evaluación del desempeño, manejo de cambios)
	Bacterias	Iluminación (luz visible por exceso o deficiencia)	Fibras	Características de la organización del trabajo (comunicación, tecnología, organización del trabajo, demandas cualitativas y cuantitativas de la labor)
	Hongos	Vibración (cuerpo entero, segmentaria)	Líquidos (nieblas y rocíos)	Características del grupo social de trabajo (relaciones, cohesión, calidad de interacciones, trabajo en equipo)
	Rickettsias	Temperaturas extremas (calor y frío)	Gases y vapores	Condiciones de la tarea (carga mental, contenido de la tarea, demandas emocionales, sistema de control, definición de roles, monotonía, etc.)
	Picaduras	Radiaciones ionizantes (rayos x, gama, beta y alfa)	Material particulado	Jornada de trabajo (pausas, trabajo nocturno, rotación, horas extras, descansos.
	Mordeduras	Radiaciones no ionizantes (laser, ultravioleta, infrarroja)		
	Fluidos o excrementos			

Fuente: GUIA TÉCNICA COLOMBIANA. “Tabla de peligros”. [En línea]. Disponible en: <http://idrd.gov.co/sitio/idrd/sites/default/files/imagenes/gtc450.pdf> [Consultado el 27/03/2016].

**3.6.1.2 Factores de riesgo confección.** Teniendo en cuenta la información consignada en el Cuadro 21., los riesgos inherentes en las actividades propias de la industria de la confección se describen a continuación en el Cuadro 22.

Cuadro 22. Riesgos presentes en la industria de la confección

Riesgo	Clasificación	Causa	Consecuencia	Medida
Iluminación	Riesgo Físico	Iluminación inapropiada	Disminución en la capacidad visual	Implementar un sistema de iluminación apropiado
Ruido	Riesgo Físico	Alto emisiones de ruido de la maquinaria por largos lapsos de tiempo	Disminución en la capacidad auditiva	Uso de tapa oídos
Fibras	Riesgo químico	Exposición a fibras, por manipulación y corte de tela constantemente	Afecciones respiratorias	Uso de tapabocas
Postura	Riesgo biomecánico	La mayor parte del tiempo el operario trabaja sentado	Afecciones lumbares	Uso de sillas ergonómicas y realizar capacitación sobre postura a las empleadas
Movimientos repetitivos	Riesgo biomecánico	Las actividades propias de cada puesto de trabajo son las mismas durante toda la jornada	Dolor en las articulaciones	Pausas activas
Mecánico	Condiciones de seguridad	Manipulación de máquinas y herramientas corto punzantes	Heridas leves como raspones, cortaduras y punzones	Uso de guantes en el área de corte y dedal en el área de confección

**3.6.1.3 Elementos de protección y seguridad.** Teniendo como referente el Cuadro 22., se identificó la necesidad de establecer el uso obligatorio de elementos de protección personal en algunas áreas de la empresa, con la finalidad de minimizar los riesgos presentes en cada actividad, los elementos de protección personal necesarios se encuentran en el Cuadro 23.

Cuadro 23. Elementos de protección personal

Elemento	Precio	Cantidad
 Tapa oídos	\$4.000	12
 Tapabocas	\$9.900	50
 Guantes	\$8.500	2
 Cofia	\$15.000	100








**3.6.1.4 Señalización.** Las señalizaciones suministran indicaciones o indican obligación a acciones referentes a la seguridad y salud en el trabajo, dentro de las señalizaciones existen clasificaciones según su objetivo como se evidencia en el Cuadro 24.

Cuadro 24. Tipos de señalización

Tipo de Señal	Definición
Señales reglamentaria	Indican prohibición, reglas o normas que se deben acatar para evitar estar en peligro.
Señales preventivas	Se utilizan para situaciones de riesgo que tienen probabilidad de muerte o lesión.
Preventivas de precaución	Indican situaciones de riesgo que pueden generar lesiones serias o incluso la muerte.
Preventivas de cuidado	Son utilizadas para indicar situaciones riesgosas que podrían causar daños menores o moderados.
Señales de emergencia	Se utilizan para indicar la ubicación de elementos necesarios en una emergencia, y muestran rutas de evacuación.
Señales informativas	Se utilizan para notificar políticas de seguridad y condiciones de trabajo de la empresa.
Elementos de protección personal	Se utilizan para indicar obligación para utilizar elementos de protección personal.



Fuente: SEGURIDAD Y SERVICIOS. “Señalización de seguridad industrial”. [En línea]. Disponible en: [http://www.seguridadyservicios.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2&Itemid=4](http://www.seguridadyservicios.com/index.php?option=com_content&view=article&id=2&Itemid=4) [Consultado el 27/03/2016].

Cuadro 25. Elementos de seguridad en el trabajo

Elementos	Imagen	Cantidad	Precio
Extintor		3	\$54.900
Botiquín		2	\$29.900
Camilla		1	\$249.900
Señalización de evacuación		6	\$14.000
Señalización elementos de protección personal		4	\$14.000
Señalización extintores		3	\$14.000
Señales de prohibición		2	\$14.000

**3.6.1.5 Plan de Evacuación.** El objetivo del plan de evacuación es prevenir y afrontar situaciones de emergencia que pueden llegar a presentarse en el lugar de trabajo, buscando minimizar el impacto negativo en las personas. El desarrollo de dicho plan cuenta con personal de apoyo y la señalización pertinente que vincula no solo las rutas de evacuación más seguras sino también los puntos de encuentro relacionando a todas las zonas de la empresa, la señalización asociada se describe a continuación en el Cuadro 26.

Cuadro 26. Señalización plan de evacuación

Definición	Ilustración
<b>Mapa plan de evacuación.</b> Este mapa permite identificar las rutas que deben seguir los empleados dependiendo de la zona de la empresa en la que se encuentren.	
<b>Señalización de rutas de evacuación y puntos de encuentro.</b> Demarcan el camino que deben seguir los colaboradores de la empresa en caso de una emergencia.	

**3.6.2 Salud en el trabajo.** No solo aborda la protección del trabajador frente a afecciones o enfermedades causadas por la ejecución de sus labores, sino que tiene en cuenta elementos físicos y mentales que pueden incidir en su bienestar de manera negativa. En el Cuadro 27., se encuentran descritas las posibles afecciones derivadas de la ejecución de las actividades propias de la confección, a las que un trabajador se ve expuesto.

Cuadro 27. Posibles afecciones asociadas a la confección

Parte	Peligro	Medida de control
Ojos	Pérdida de visión	Iluminación adecuada
Columna	Desviación en la columna afecciones en la región lumbar	Puesto de trabajo adecuado con silla ergonómica ajustable y capacitación a las operarias respecto a la forma apropiada de sentarse
Manos	Sufrir pinchazos o cortaduras	Uso de elementos de protección personal, guantes o dedos.
Pies	Mala circulación y dolor muscular	Establecer los puntos en los que se deben acomodar los pies sobre el pedal

Fuente: “SENA”. “Modistería”. [En línea]. Disponible en: [http://repositorio.sena.edu.co/sitios/modisteria\\_conocimientos\\_basicos/seguridad\\_en\\_el\\_trabajo\\_y\\_salud\\_ocupacional.html#](http://repositorio.sena.edu.co/sitios/modisteria_conocimientos_basicos/seguridad_en_el_trabajo_y_salud_ocupacional.html#) [Consultado el 27/03/2016].

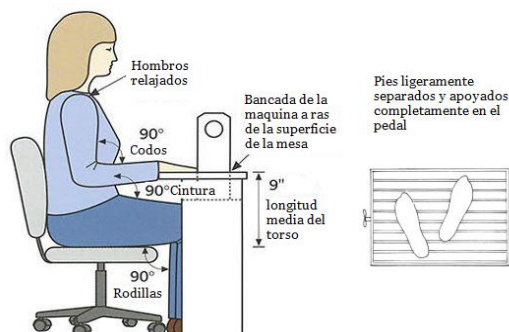
Teniendo en cuenta que uno de los medios de control establecidos en el Cuadro 27., hace referencia a un puesto de trabajo ergonómico, se vio la necesidad de identificar las medidas estándar y las especificaciones de cada uno de los elementos que integran dicho puesto de trabajo, la información detallada se encuentra a continuación en el Cuadro 28., y además se identificó la postura apropiada en la Imagen 18.

Cuadro 28. Dimensiones de un puesto de trabajo ergonómico

Silla	
Altura del asiento	Entre 40 cm y 53 cm
Ancho del asiento	Entre 43 cm y 49 cm
Inclinación del asiento	Entre -5° y 5°
Ancho del espaldar	Mayor a 40 cm
Bancada	
Altura	Entre 70 cm y 80 cm
Inclinación	Entre 0° y 5°
Pedal	
Profundidad	Mayor a 28cm
Ancho	Mayor a 22 cm
Tablero	
Profundidad de trabajo	Entre 20 cm y 30 cm
Profundidad total	40 cm

Fuente: “ATEXGA PREVENCIÓN”. “Riesgos laborales en el sector textil”. [En línea]. Disponible en: [http://www.atexga.com/prevencion/es/guia/riesgos-especificos/riesgos-ciertos-procesos\\_2.php](http://www.atexga.com/prevencion/es/guia/riesgos-especificos/riesgos-ciertos-procesos_2.php) [Consultado el 27/03/2016].

Imagen 18. Postura apropiada



Fuente: STITCH THIS. “postura ergonómica”. [En línea].  
 Disponible en: <http://blog.shopmartingale.com/quilt-ing-sewing/7-quick-quilting-room-design-ideas/>  
 [Consultado el 27/03/2016].

### 3.7 COSTOS ASOCIADOS AL ESTUDIO TÉCNICO

En el desarrollo del estudio técnico se incluyeron secciones en las que se definió la maquinaria y equipo necesarios para el desarrollo y funcionamiento del proyecto, todos los productos requeridos se consolidaron en la Tabla 84., presentada a continuación.

Tabla 84. Costos asociados al estudio técnico

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Arriendo	1	\$ 4.000.000	\$ 48.000.000
Escritorio	1	\$ 399.900	\$ 399.900
Sillas sala de espera	4	\$ 139.900	\$ 559.600
Archivador	1	\$ 289.900	\$ 289.900
Silla ergonómica	1	\$ 139.900	\$ 139.900
Silla sencilla	1	\$ 109.900	\$ 109.900
Mesa auxiliar	2	\$ 169.900	\$ 339.800
Biblioteca baja	1	\$ 199.900	\$ 199.900
Escritorio	1	\$ 179.900	\$ 179.900
Maniquí	1	\$ 190.000	\$ 190.000
Mesa comedor	1	\$ 399.900	\$ 399.900
Computador portátil	2	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000
Horno microondas	1	\$ 131.500	\$ 131.500
Papelera	1	\$ 49.900	\$ 49.900
Silla comedor	6	\$ 59.900	\$ 359.400
Lámpara de escritorio	2	\$ 39.900	\$ 79.800
Teléfono inalámbrico	1	\$ 199.900	\$ 199.900
Impresora multifuncional	1	\$ 149.000	\$ 149.000
Mostrador	1	\$ 576.500	\$ 576.500
Archivador tipo fuele	1	\$ 12.800	\$ 12.800
Gancho legajador	1	\$ 3.400	\$ 3.400
Porta lápices	2	\$ 9.600	\$ 19.200



Tabla 84. (Continuación)

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Calculadora de escritorio	1	\$ 84.000	\$ 84.000
Resma	2	\$ 7.000	\$ 14.000
Corrector	2	\$ 3.000	\$ 6.000
Lápiz	1	\$ 8.500	\$ 8.500
Notas adhesivas	1	\$ 4.600	\$ 4.600
Carpetas plásticas	1	\$ 8.900	\$ 8.900
Kit de oficina	1	\$ 21.000	\$ 21.000
Esferos	1	\$ 15.000	\$ 15.000
Sobres de manila	1	\$ 6.500	\$ 6.500
Resaltadores	1	\$ 20.000	\$ 20.000
Clips	1	\$ 5.000	\$ 5.000
Borrador	1	\$ 1.500	\$ 1.500
Cartelera informativa	1	\$ 67.000	\$ 67.000
Maquina plana	4	\$ 1.400.000	\$ 5.600.000
Filete adora	1	\$ 2.790.000	\$ 2.790.000
Fusionadora	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Tijeras	2	\$ 56.000	\$ 112.000
Desarmador	2	\$ 6.400	\$ 12.800
Ganchos	1	\$ 1.300	\$ 1.300
Mesa e corte	1	\$ 534.000	\$ 534.000
Vaporizador	1	\$ 104.000	\$ 104.000
Tiza de costura	1	\$ 23.000	\$ 23.000
Alfileres	2	\$ 4.000	\$ 8.000
Cinta métrica	2	\$ 1.500	\$ 3.000
Cortador de hebra	1	\$ 4.000	\$ 4.000
Tapa oídos	1	\$ 4.000	\$ 4.000
Tapabocas	1	\$ 9.900	\$ 9.900
Guantes	2	\$ 8.500	\$ 17.000
Cofia	1	\$ 15.000	\$ 15.000
Extintor	3	\$ 54.900	\$ 164.700
Botiquín	2	\$ 29.900	\$ 59.800
Camilla	1	\$ 249.900	\$ 249.900
Señalización	15	\$ 14.000	\$ 210.000
Total			\$ 65.774.500

Tabla 85. Costo anual de materia prima (2017)

Material	Unidad	Precio	Total requerido	Total
Viscosa	1 Metro	\$ 15.800	1.313	\$ 25.987.839
Entretela	1 Metro	\$ 3.500	169	\$ 591.986
Brioni	1 Metro	\$ 10.050	1.042	\$ 13.596.730
Mola	1 Pieza	\$ 8.000	677	\$ 18.266.991
Tejido crochet	1 Pieza	\$ 1.200	3.688	\$ 11.064.960
Algodón	1 Metro	\$ 3.700	3.319	\$ 22.240.570
Hilo	1 Cono	\$ 800	290	\$ 1.216.272
Marquilla	1 Unidad	\$ 50	2.521	\$ 126.036
Colgante	1 Unidad	\$ 600	2.521	\$ 1.512.429
Bolsa hermética	1 Unidad	\$ 80	2.521	\$ 352.900
Bolsa quirúrgica	1 Unidad	\$ 500	2.521	\$ 1.764.501
Total				\$ 96.721.213

## 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

La realización del estudio administrativo permite reconocer las herramientas necesarias para guiar la administración del proyecto, a través del establecimiento de elementos como la planeación estratégica, dicha planeación se enfoca en determinar los objetivos y las acciones necesarias para su cumplimiento, otro de los elementos propios del estudio administrativo se enfoca en los recursos humanos abarcando desde la identificación de los diversos cargos dentro de la empresa, sus funciones y responsabilidades hasta el proceso de selección y la política salarial. La planeación estratégica está basada en los valores propios de la moda ética, y la asignación salarial sigue uno de los principios más importantes de la misma, que pretende el trato justo a los trabajadores no solo respecto a las condiciones dignas laborales, sino respecto a su remuneración.

### 4.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

La planeación estratégica permite determinar hacia donde se enfoca el proyecto, a donde se quiere llegar, en que lapso de tiempo, de qué manera, y bajo qué criterios o lineamientos, por esta razón dentro del desarrollo de la planeación estratégica se determinaron elementos como: la misión, la visión, los valores, los objetivos, las políticas, la cultura organizacional y las estrategias presentadas a continuación.

**4.1.1 Misión.** Debe ser clara y puntual en cuanto a la identificación del propósito de la empresa, debe servir de guía para la toma de decisiones, la misión de una empresa debe responder cuestionamientos como: ¿Quiénes somos?, ¿Qué hacemos?, ¿Para qué lo hacemos?, ¿Para quién lo hacemos? Y ¿Cómo lo hacemos?; atendiendo a estos requerimientos se presenta a continuación la misión de la empresa All Noir.

“Somos All Noir, una empresa productora y comercializadora de blusas y chaquetas para dama, en la ciudad de Bogotá, que aplica los principios de la moda ética, a través del diseño y procesos productivos que preservan la cultura enfocándose en la producción responsable, además nos comprometemos con el bienestar de nuestros clientes, colaboradores y del medio ambiente, brindando prendas de la más alta calidad y sobre todo de características únicas en diseño”

Los principios de la moda ética son 8; entre ellos está en primera instancia el **uso de material orgánico**, que implica la inclusión de materiales que no hayan sido tratados químicamente en los procesos productivos, como segundo principio está **el uso de técnicas de reciclaje** reutilizando materiales dentro del proceso productivo, el tercer principio es el uso **ecológico de recursos**, el cuarto principio es **la atención de la calidad de vida de artesanos y comunidades** que busca impulsar la producción local y el progreso, el quinto principio es **la recuperación de técnicas ancestrales** que busca preservar el conocimiento local, el sexto

principio hace referencia a **la implementación del comercio justo** no solo con los clientes sino con los proveedores, en séptima instancia se encuentra **el desarrollo sostenible** que busca satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades del futuro según lo define las Naciones Unidas, y por último el octavo principio busca evaluar la conformidad y el cumplimiento de las normas por medio de certificaciones.

El objeto fundamental de la moda ética en la dinámica del cliente está en el asegurar que no está contribuyendo con el desarrollo de prácticas que impactan negativamente el ambiente no solo respecto a recursos naturales sino humanos y que además de ello contribuirá a la preservación cultural.”

**4.1.2 Visión.** La empresa establece sus metas y sus expectativas a futuro por medio de la visión, en donde se pretende brindar seguridad respecto a los retos que está dispuesta a asumir la empresa.

La visión de la empresa All Noir es: “En el 2021, con el apoyo de sus colaboradores, All Noir será una empresa reconocida en el mercado de la ropa exterior femenina, por brindarle a sus clientes prendas de alta calidad, elaboradas en un marco empresarial basado en la moda ética y sobre todo por la exclusividad en sus diseños.”

La estrategia a desarrollar mencionada en la visión, corresponde a la calidad de las prendas, la empresa All Noir logrará fidelizar a sus clientes por medio del reconocimiento de calidad en sus prendas y autenticidad en el diseño, garantizando no solo los materiales sino las prácticas responsables relacionadas con el proceso.

**4.1.3 Valores.** “Los valores corporativos son elementos propios de cada negocio y corresponden a su cultura organizacional, es decir, a las características competitivas, condiciones del entorno y expectativas de sus grupos de interés como clientes, proveedores, junta directiva y los empleados.”<sup>16</sup> Los valores primordiales, que identifican a la empresa, porque guían las decisiones y los procedimientos desarrollados tras su funcionamiento se relacionan con los principios de la moda ética, presentados a continuación:

**4.1.3.1 Respeto.** La empresa no solo ofrece respeto a sus clientes brindando prendas de alta calidad y un buen servicio, sino también a sus colaboradores y al medio ambiente; el respeto a los trabajadores demostrado en las condiciones de trabajo dignas que no vulneran sus derechos, les permite desenvolverse y crecer como personas, y respecto al medio ambiente utilizando los recursos de manera

---

<sup>16</sup>Fuente: EL EMPLEO. “Valores corporativos”. [En línea]. [http://www.elemplo.com/colombia/mundo\\_empresa\\_rial/fomentar-valores-corporativos-es-esencial-para-la-empresa-----/13004314](http://www.elemplo.com/colombia/mundo_empresa_rial/fomentar-valores-corporativos-es-esencial-para-la-empresa-----/13004314) [Consultado el: 31/03/2016].

responsable, manipulando los desechos de manera segura y apropiada e implementando materiales que no generen algún tipo de impacto negativo en el entorno.

**4.1.3.2 Transparencia.** Ser siempre transparentes en todo nivel ante los clientes el estado los proveedores y demás partes que establezcan relación con la empresa y actuando honestamente.

**4.1.3.3 Diálogo.** La empresa mantendrá un diálogo respetuoso y fluido, no solo con sus colaboradores sino con quienes establezca algún tipo de relación comercial, buscando igualdad en las decisiones y evitar perjudicar a terceros con ellas.

**4.1.3.4 Equidad.** La empresa da un trato y una valoración equitativa a sus colaboradores, buscando promover el crecimiento personal, el sentido de pertenencia, la motivación y el bienestar de los mismos.

**4.1.3.5 Honestidad.** Este valor se relaciona con el hecho de poner por encima de todo la verdad no solo de palabra sino de hechos, por ello cada actividad desarrollada por la empresa se enmarca en la sinceridad y honradez.

**4.1.3.6 Puntualidad.** Este valor no solo se cumple a través de las entregas a tiempo para los clientes, sino también en la puntualidad en las diferentes instancias de la relación con los proveedores.

**4.1.3.7 Trabajo en equipo.** La empresa ve a sus colaboradores como un equipo de trabajo que se unifica para generar crecimiento y desarrollo, tanto a nivel personal como a nivel empresarial y del que surgen nuevas ideas.

**4.1.3.8 Cultura organizacional.** “Es la unión de normas, hábitos y valores que de una forma u otra, son compartidos por las personas y/o grupos que dan forma a una institución, y que a su vez son capaces de controlar la forma en la que interactúan con el propio entorno y entre ellos mismos.”<sup>17</sup>

**4.1.4 Objetivos y metas.** Los objetivos son guías, que muestran a dónde quiere llegar la empresa, en cierto periodo de tiempo con el uso de los recursos disponibles; deben ser coherentes y deben orientarse al cumplimiento de la Visión; por otro lado las metas delimitan de manera realista a los objetivos con la finalidad de hacer medible y cuantificable el cumplimiento de los mismos, a continuación en el Cuadro 29., se relaciona cada meta con su respectivo objetivo.

---

<sup>17</sup> Fuente: EMPRENDICES. “Cultura organizacional”. [En línea]. Disponible en: <https://www.emprendices.co/que-es-la-cultura-organizacional-de-una-empresa/> [Consultado el: 31/03/2016].

Cuadro 29. Objetivos y metas

Objetivo	Meta
Convertir la implementación de la moda ética en las empresas, en un factor determinante en la decisión de compra de los clientes.	Aumentar en un 40% el reconocimiento de la moda ética como un factor importante, por los clientes potenciales, a enero de 2019.
Posicionar la empresa en el mercado de ropa exterior femenina, por la calidad de sus prendas y por la exclusividad en sus diseños.	Registrar una participación en el mercado de mínimo un 2% para el 2019.
	Aumentar la participación en el mercado a un mínimo de 4% para el 2021.

**4.1.5 Estrategias.** Las estrategias son planes de acción que surgen de un análisis previo del entorno, en donde se establecen las acciones pertinentes para lograr determinado fin, las finalidades más comunes relacionadas con las estrategias por lo general se encaminan a alcanzar posicionamiento, participación en el mercado o simplemente buscan sobrevivir en él.

Las estrategias encaminadas a lograr convertir la implementación de la moda ética en las empresas, en un factor determinante en la decisión de compra de los clientes se presentan a continuación:

- Como primera medida esta desarrollar campañas publicitarias que le permitan al cliente conocer de qué se trata la moda ética, sus principios, implicaciones y lo más importante su importancia.
- En segunda instancia se encuentra la estrategia de crear conciencia utilizando las redes sociales, a cerca de las problemáticas actuales que se desarrollan alrededor de la industria de la confección.
- Por último se plantea desarrollar proyectos de concientización alrededor del tema de la moda ética, en alianza con el Foro de Moda Ética Latinoamérica.

Las estrategias relacionadas con el posicionamiento de la empresa en el mercado de ropa exterior femenina, debido a la calidad de sus prendas y a la exclusividad en sus diseños, se encuentran a continuación:

- La primera se enfoca en mantener la calidad de las prendas, manejando un alto nivel de exigencia respecto a la escogencia de las materias primas e insumos utilizados en el proceso productivo.
- En segunda instancia está el desarrollo de campañas publicitarias enfocadas en el reconocimiento de la marca ante los clientes, dicha publicidad se realizará por medio de volantes y promoción en redes sociales.

**4.1.6 Políticas organizacionales.** Dichas políticas contienen orientaciones y directrices que son conocidas y aplicadas por todos dentro de la compañía, en

ellas se contemplan las normas y responsabilidades de cada área dentro de la organización. Las políticas buscan brindar orientación en la toma de decisiones para facilitar el desarrollo y cumplimiento de las estrategias. Las políticas organizacionales de All Noir que se muestran a continuación, se establecieron teniendo en cuenta algunos de los principios de la moda ética, que son la recuperación de técnicas ancestrales, el comercio justo y el uso ecológico de los recursos.

**4.1.6.1 Política ambiental.** A todos los recursos que intervienen en el desarrollo de la actividad económica de la empresa se les dará un manejo responsable, que minimice el desperdicio, además de que en cada proceso se implementará el uso de energías limpias se utilizarán fibras obtenidas con la menor cantidad de químicos posibles y que provengan de procesos que demuestren su compromiso medio ambiental con la disminución de emisiones contaminantes al ambiente.

**4.1.6.2 Política de RSE.** Basar la relación tanto al interior de la empresa como con los agentes externos en la transparencia el dialogo, el respeto y la equidad. Ofrecer a los trabajadores condiciones dignas de trabajo no solo respecto a la remuneración y políticas salariales sino a la disposición del ambiente físico en el cual desarrollarán sus actividades cotidianas, proporcionándoles seguridad y bienestar.

**4.1.6.3 Política de calidad.** Cada producto será sometido a una inspección rigurosa, con la finalidad de disminuir al máximo las probabilidades de presentar imperfectos en las prendas. Los insumos y materias primas utilizados, además de ser obtenidas bajo ciertas características medio ambientales, como se mencionó en la Política Ambiental, deben ser de la mejor calidad, con lo que se asegura una vida útil más larga, contrarrestando el fenómeno de la moda rápida y por tanto los impactos medio ambientales negativos que dicho fenómeno trae consigo.

**4.1.6.4 Política de selección de proveedores.** La selección de los proveedores debe ser rigurosa buscando siempre que la materia prima y los insumos hayan sido obtenidos bajo procesos controlados que no impacten de manera negativa el medio ambiente.

## **4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

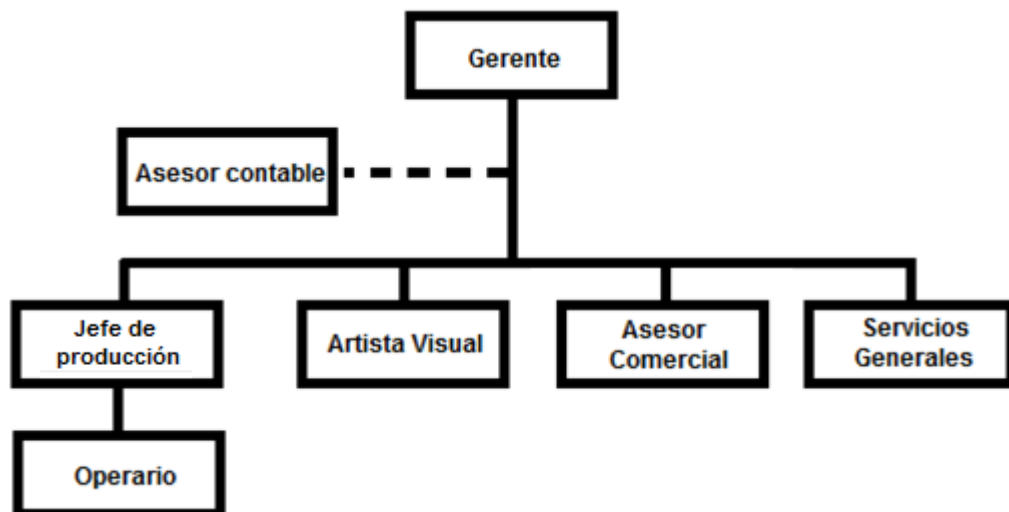
La estructura organizacional de la empresa define la jerarquía de los colaboradores que permiten el funcionamiento de la empresa y el cumplimiento de su razón social. La estructura organizacional de All Noir es la lineal o tradicional, teniendo en cuenta que en este caso puntual si existe la posibilidad de ascenso; esta estructura fue la escogida debido a que brinda una mayor claridad respecto a las líneas de mando y a la departamentalización. Por lo general la estructura lineal es la más recomendable para empresas pequeñas que se encuentran en la primera etapa de su ciclo de vida, debido a que en dicha etapa las empresas

suelen manejar un portafolio con pocos productos, centrándose en un campo específico del mercado, y la toma de decisiones centralizada es apropiada en estos casos.

Otras características que se resaltan de este tipo de estructura es la cercanía entre los dirigentes y colaboradores, lo que permite que la toma de decisiones se realice con mayor agilidad y de manera asertiva, suele ser muy exigente respecto a la amplitud de los conocimientos del gerente, ya que debe conocer la totalidad de la empresa puesto que sobre él recae la responsabilidad total de la dirección de la empresa.

**4.2.1 Organigrama.** El organigrama es una representación gráfica de los cargos que existen dentro de la empresa, permite determinar las líneas de jerarquía, la departamentalización y la relación entre las secciones funcionales de la misma, como se muestra en el Diagrama 9.

Diagrama 9. Organigrama de la empresa All Noir



**4.2.2 Manual de funciones.** Es un documento que contiene especificaciones respecto a las responsabilidades, actividades y tareas que deben desarrollarse en el día a día asociadas a cada cargo. Debe constituir una guía para cada colaborador respecto a la forma en la que debe desarrollar las diferentes actividades, las normas que debe cumplir, y sobre todo delimita las funciones que están bajo su responsabilidad, sin dejar de lado la autonomía y la libertad a la hora de tomar decisiones que toda persona tiene en el desenvolvimiento de su cotidiano laboral. Ver Anexo J.

**4.2.3 Proceso de vinculación.** Este proceso especifica los pasos a seguir en la selección y vinculación de personal, basado en la comparación de perfiles

teniendo como referente las habilidades, conocimientos y la experiencia requeridos para cada cargo, como se establece en el manual de funciones, el proceso de selección en la empresa All Noir se llevará a cabo siguiendo los pasos descritos a continuación.

**4.2.3.1 Reclutamiento.** El reclutamiento constituye la primera fase del proceso de selección de personal, en ella se presentan los datos de las vacantes con la mayor claridad posible respecto a los puntos de interés para los posibles solicitantes, el medio que utilizará la empresa para difundir estas vacantes será por medio de plataformas de empleo, como Computrabajo y El empleo.

**4.2.3.2 Selección.** La selección se subdivide en cinco pasos, encaminados a reconocer el grupo de aspirantes idóneo para ser contratado.

- **Selección de perfiles.** Como primera medida se agrupan los perfiles según el cargo al que aplican y se realiza un primer filtro, esto con la finalidad de reducir el número de postulantes teniendo en cuenta solo los que cumplan con todas las especificaciones determinadas en la convocatoria.
- **Entrevista y prueba psicotécnica.** Los aspirantes que cumplan con los requerimientos específicos para cada cargo, y que hayan validado su información, serán citados para presentar una entrevista individual en la que se pretende conocer algunas características de su personalidad y evidenciar si son idóneos para desempeñar el cargo al que se están postulando, estas entrevistas se llevaran a cabo por el jefe de personal.
- **Pruebas de verificación.** Se aplicarán pruebas de conocimiento específicas a cada cargo, con la finalidad de validar el nivel de conocimientos manifestado por parte del aspirante, contrastando los resultados con los requerimientos para cada cargo.
- **Visita domiciliaria.** Para cargos administrativos que impliquen altos niveles de responsabilidad, se requerirá la realización de una visita domiciliaria, con la finalidad de verificar que tanto se ajusta el candidato a la cultura organizacional de la empresa.
- **Examen médico.** Una vez los aspirantes han demostrado ser idóneos para desempeñar el cargo al que están aplicando, se les realizará un examen médico con la finalidad de conocer su estado de salud y así tener la plena seguridad de que la contratación será un éxito.

**4.2.3.3 Inducción.** La inducción se realizará de manera general, respecto a los factores globales de la compañía, con la finalidad de dar a conocer el funcionamiento de la misma y los lineamientos generales que permiten su normal



desarrollo, adicional a ello cada cargo tendrá una inducción específica en donde se darán detalles propios de cada caso, dicha inducción será realizada por el gerente general y las específicas de cada cargo se liderarán por los encargados en cada área.

**4.2.3.4 Contratación.** El tipo de contrato que se utilizará en el proceso de vinculación de cada uno de los colaboradores de la empresa, será a término indefinido, en donde la empresa responderá por las prestaciones sociales según lo determinado por ley.

No olvidar que se debe establecer unos porcentajes de calificación en los procesos de reclutamiento (estudio de la hoja de vida); selección (entrevista; aplicación de pruebas; visita domiciliaria; examen médico) para efecto de establecer diferencias entre los postulantes y poder realizar una escogencia adecuada por medio de quienes tengan la función de seleccionar el personal.

### **4.3 ADMINISTRACIÓN DE SALARIOS**

La administración de salarios es un conjunto de normas y procedimientos que buscan mantener una estructura salarial justa y equitativa dentro de la empresa, teniendo en cuenta los factores más relevantes de cada cargo respecto a los demás cargos que permiten el desarrollo de la compañía, busca asignar un salario justo, dicha característica es uno de los enfoques principales de la moda ética, debido a que actualmente en la industria de la confección predominan las condiciones laborales que vulneran a los trabajadores y deterioran su calidad de vida.

La empresa All Noir establecerá el monto de la remuneración respectiva para cada cargo teniendo como pilar principal el principio de comercio justo de la moda ética que busca entre otras cosas fomentar el salario justo para empleados, subcontratistas y cooperativas; usando el método de asignación salarial por puntos.

**4.3.1 Método de asignación salarial por puntos.** El método utilizado para establecer la remuneración salarial es el método de asignación por puntos, este método es analítico y cuantitativo, tiene en cuenta las especificaciones de cada cargo, y se determinan ciertos factores en común presentes en cada cargo dándoles un porcentaje de incidencia y previamente asignando las puntuaciones respectivas, lo que dará como resultado el valor del salario correspondiente a cada cargo dentro de la empresa.

**4.3.1.1 Definición de factores.** Los factores son las características a evaluar en común de cada cargo; se establecen teniendo en cuenta los requisitos que se deben cumplir como mínimo en cada puesto de trabajo, dependen de la naturaleza y condiciones de la organización, deben cumplir con tres características principales:

- **La discriminación.** Establece que el factor debe estar presente en todos los puestos de trabajo en diferente grado.
- **La totalidad.** Busca que el factor se pueda aplicar a todos los puestos de la empresa, haciendo que sea una medida común.
- **La necesidad.** Los criterios utilizados deben ser solo los necesarios por lo general suelen usarse mínimo cuatro, hasta quince en empresas muy estructuradas que tienen múltiples departamentos, líneas de producción y organigramas complejos.

Los factores determinados para la calificación de cargos en el proyecto se definen a continuación en el Cuadro 30.

Cuadro 30. Definición de factores

Factor	Definición
Conocimiento	se refiere al grado de preparación académica que se requiere para el cargo
Experiencia	que identifica el tiempo desempeñando un cargo afín requerido para cada puesto de trabajo
Esfuerzo mental	que permite identificar el nivel de esfuerzo mental que requiere el desarrollo de las funciones relacionadas con el cargo
Esfuerzo físico	identifica el nivel de esfuerzo físico presente en las actividades propias de cada cargo
Responsabilidad	permite identificar el nivel de responsabilidad requerido en cada cargo, no solo sobre personal sino sobre objetos y manejo de factores vitales para la empresa
Riesgo	relaciona el nivel de riesgo inherente a las actividades relacionadas con cada puesto de trabajo

**4.3.1.2 Ponderación de cada factor.** Una vez los factores han sido establecidos, es claro que no todos tienen el mismo nivel de incidencia, por esta razón se asignan ponderaciones. Las ponderaciones se establecieron teniendo en cuenta “numerosas comparaciones entre los pesos, que en las diversas valuaciones se asignan a un mismo factor. De acuerdo con una investigación realizada por la National Industrial Conference Board en un gran compilado de planes de valuación.”<sup>18</sup> Las ponderaciones asignadas para el proyecto, ver Tabla 86.

<sup>18</sup> Fuente: DATATECA UNAD. “Método de valuación por puntos”. [En línea]. [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/107010/107010/el\\_metodo\\_de\\_valuacion\\_por\\_puntos.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/107010/107010/el_metodo_de_valuacion_por_puntos.html) [Consultado el: 12/04/2016].

Tabla 86. Ponderación de factores

Factor	Ponderación
Conocimiento	30%
Experiencia	25%
Esfuerzo mental	12%
Esfuerzo físico	10%
Responsabilidad	15%
Riesgo	8%

**4.3.1.3 Establecer los grados por factor.** Los grados son criterios establecidos para diferenciar las intensidades que se pueden dar en cada factor, presente en los diversos cargos de la empresa, se explican en detalle ver Cuadro 31.

Cuadro 31. Grados por factor

Factor	Grados	Detalle
Conocimiento	I	Bachiller
	II	Técnico
	III	Tecnólogo
	IV	Profesional
	V	Estudios complementarios
Experiencia	I	Sin experiencia
	II	Menor a un año
	III	Un año
	IV	De uno a dos años
	V	Mayor a dos años
Esfuerzo mental	I	Bajo
	II	Medio
	III	Alto
Esfuerzo físico	I	Bajo
	II	Medio
	III	Alto
Responsabilidad	I	Baja
	II	Media
	III	Alta
Riesgo	I	Bajo
	II	Medio
	III	Alto

**4.3.1.4 Ponderación de puntos por grados.** Una vez se establecen los factores de evaluación, los grados presentes en cada uno y su ponderación, se procede a establecer la puntuación de cada nivel para cada factor, reconociendo inicialmente la cantidad de puntos asignados al total de cargos según el Cuadro 32., presentada a continuación, para este caso son 800 puntos en total ya que se contará con siete cargos en total como se indicó en el organigrama.

Cuadro 32. Puntos y factores a asignar

Cargos	Factores	Puntos
Hasta 10	Hasta 7	800
De 11 a 20	De 8 a 10	1000
De 21 a 40	De 11 a 13	2000
Más de 40	Más de 13	3000

La progresión utilizada para asignar los puntos a los factores por nivel fue la aritmética, que consiste en sumar la misma cifra hasta llegar a la asignación máxima posible en cada factor, como se muestra a continuación en la Tabla 87.

Tabla 87. Asignación de puntos por grados a cada factor

Factor	Ponderación	Grados				
		I	II	III	IV	V
Conocimiento	30%	30	82,5	135	187,5	240
Experiencia	25%	25	68,75	112,5	156,25	200
E. Mental	12%	12	54	96	-	-
E. Físico	10%	10	45	80	-	-
Responsabilidad	15%	15	67,5	120	-	-
Riesgo	8%	8	36	64	-	-

**4.3.1.5 Asignación de puntos por cargo.** Teniendo en cuenta los requerimientos de cada cargo estipulados en los manuales de funciones se establecieron los puntajes respectivos para cada uno de ellos, como se muestra en la Tabla 88.

Tabla 88. Asignación de puntajes por cargos

Cargo	Factores						Total
	Conocimiento	Experiencia	E. Mental	E. Físico	Respon.	Riesgo	
Gerente	240	200	96	10	120	8	674
Asesor contable	187,5	112,5	96	10	15	8	429
Jefe de producción	187,5	112,5	54	45	15	8	422
Operario	82,5	68,75	12	80	15	8	266,25
Artista visual	82,5	25	12	10	67,5	36	233
Asesor comercial	30	68,75	12	45	67,5	8	231,25
Auxiliar de servicios	30	68,75	12	45	15	36	206,75

**4.3.1.6 Equivalencia salarial.** Una vez se conoce la cantidad de puntos por cargo, es posible pasar al siguiente paso, en donde se relaciona la equivalencia de sueldos respecto a cada cargo, teniendo como referente los sueldos de una empresa que se dedica a la confección y cuenta con un grupo de apoyo similar al descrito por el proyecto, se utilizó regresión lineal para conocer la ecuación y de esta manera conocer los sueldos correspondientes a cada cargo según los puntos asignados, como se muestra en la Tabla 89., y en el Gráfico 51.

### Ecuación 8. Función de nivel salarial

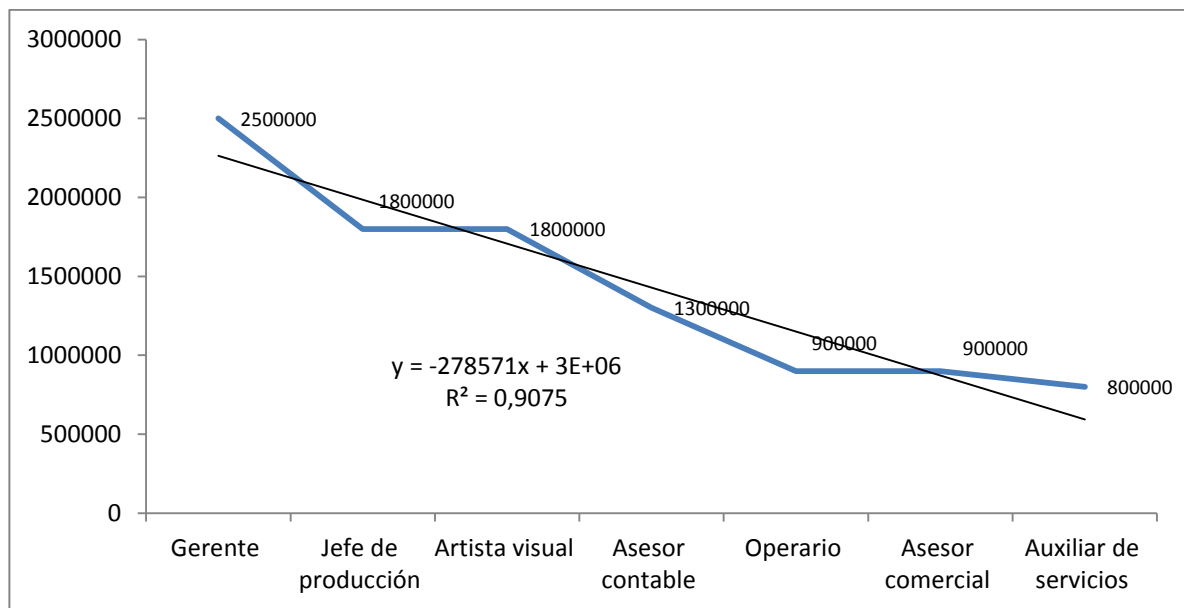
$$Y = a + bX$$

$$Y = 140.735 + 3.662X$$

Tabla 89. Asignación sueldos

Cargo	Puntos	Sueldo referente	Sueldo base
Gerente	674,00	\$ 2.500.000	\$ 2.608.402
Jefe de producción	429,00	\$ 1.800.000	\$ 1.711.401
Artista visual	422,00	\$ 1.800.000	\$ 1.685.773
Asesor contable	266,25	\$ 1.300.000	\$ 1.115.537
Operario	233,00	\$ 900.000	\$ 993.801
Asesor comercial	231,25	\$ 900.000	\$ 987.394
Auxiliar de servicios	206,75	\$ 800.000	\$ 897.694

Gráfico 51. Sueldos



**4.3.2 Nómina.** Corresponde al registro de los pagos efectuados por la empresa a sus trabajadores, no solo tiene en cuenta el monto correspondiente al salario pactado sino que especifica aportes en salud, pensión, auxilio de transporte, bonificaciones y deducciones.

**4.3.2.1 Prestaciones sociales.** Es el pago adicional al salario, que se le otorga al empleado, reconociendo su aporte en la generación de ingresos para la empresa, dentro de las prestaciones sociales se encuentran: las vacaciones, la prima de servicios, las cesantías, los intereses sobre cesantías y el auxilio de transporte.

- **Vacaciones.** Es un derecho de todo trabajador a recibir 15 días hábiles de descanso remunerado por un año de trabajo, las vacaciones constituyen el 4,17%.
- **Prima de servicios.** La prima de servicios corresponde a un salario adicional que se le paga al trabajador en dos contados una a mitad de año y otra a finales de este.
- **Cesantías.** Son una prestación social que corresponde al 8,33% mensual del salario, y tienen como finalidad dar soporte económico al trabajador si de manera momentánea se desvincula laboralmente, su cancelación no se efectúa directamente con el trabajador sino que es consignada en un fondo.
- **Intereses sobre cesantías.** Este valor corresponde al 1% mensual sobre el valor de las cesantías, a diferencia de las cesantías estas se pagan una vez al iniciar el año directamente al empleado
- **Auxilio de transporte.** Este auxilio se le otorga a los trabajadores que ganen dos salarios mínimos o menos, lo que para este caso equivale a \$1'378.910; dicho subsidio tiene un monto asignado de \$77.700 mensuales.

**4.3.2.2 Seguridad social.** “Es la protección que una sociedad proporciona a los individuos y los hogares para asegurar el acceso a la asistencia médica y garantizar la **seguridad** del ingreso, en particular en caso de vejez, desempleo, enfermedad, invalidez, accidentes del trabajo, maternidad o pérdida del sostén de familia.”<sup>19</sup>

- **Pensiones.** Corresponde a un ahorro obligatorio que se realiza durante la vida laboral ya sea como empleado o independiente, el objetivo de dicho aporte es asegurar ingresos durante la vejez así como acceso a salud; la empresa responde por el 12% de este aporte y el empleado por el 4%.
- **Salud.** Es un aporte mensual que cubre las necesidades en el ámbito de salud que pueda tener el trabajador o su familia, en este caso el empleador responde por el 8,5% mientras que al empleado le corresponde un 4%.
- **Riesgos laborales.** Este aporte se realiza con la finalidad de cubrir las posibles situaciones que ocurran dentro de la ejecución de las actividades asociadas a la empresa que puedan llegar a generar impactos negativos en la salud del empleado, el porcentaje asignado a este aporte es de 0,522%.

---

<sup>19</sup> Fuente: OIT. “Hechos concretos sobre la seguridad social”. [En línea]. Disponible en: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms\\_067592.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_067592.pdf) [Consultado el: 12/04/2016].

**4.3.2.3 Aportes parafiscales.** Este aporte comprende un porcentaje del 4% a cajas de compensación, 2% al SENA y 3% al ICBF.

**4.3.2.4 Pago nómina 2017.** Una vez se tienen en cuenta los aportes relacionados al pago salarial, es posible determinar el costo total en el que incurre la empresa respecto a la mano de obra para la operación de un año completo. A continuación de la Tabla 90., a la Tabla 95., se muestran los valores asociados a cada aporte y el total que debe asumir la empresa por el número de trabajadores en cada cargo.

Tabla 90. Cálculo de prestaciones sociales por cargo (COP)

Cargo	Salario	Prestaciones sociales				
		Prima	Auxilio de transporte	Cesantías	Intereses sobre cesantías	Vacaciones
Gerente	2.608.402	217.367	-	217.280	2.173	108.770
Jefe de producción	1.711.401	142.617	-	142.560	1.426	71.365
Artista visual	1.685.773	140.481	-	140.425	1.404	70.297
Asesor contable	1.115.537	92.961	-	92.924	929	46.518
Operario	993.801	82.817	77.700	82.784	828	41.441
Asesor comercial	987.394	82.283	77.700	82.250	822	41.174
Auxiliar de servicios	897.694	74.808	77.700	74.778	748	37.434

Tabla 91. Cálculo de Seguridad social por cargo (COP)

Cargo	Salario	Seguridad Social		
		AFP	EPS	ARL
Gerente	2.608.402	313.008	221.714	13.616
Jefe de producción	1.711.401	205.368	145.469	8.934
Artista visual	1.685.773	202.293	143.291	8.800
Asesor contable	1.115.537	133.864	94.821	5.823
Operario	993.801	119.256	84.473	5.188
Asesor comercial	987.394	118.487	83.928	5.154
Auxiliar de servicios	897.694	107.723	76.304	4.686

Tabla 92. Cálculo de parafiscales (COP)

Cargo	Salario	Parafiscales		
		Caja de compensación	SENA	ICBF
Gerente	2.608.402	104.336	52.168	78.252
Jefe de producción	1.711.401	68.456	34.228	51.342
Artista visual	1.685.773	67.431	33.715	50.573
Asesor contable	1.115.537	44.621	22.311	33.466
Operario	993.801	39.752	19.876	29.814
Asesor comercial	987.394	39.496	19.748	29.622
Auxiliar de servicios	897.694	35.908	17.954	26.931

Tabla 93. Costo anual total por cargo (COP)

Cargo	Salario	Total mensual	Total anual
Gerente	2.608.402	3.937.086	47.245.031
Jefe de producción	1.711.401	2.583.166	30.997.987
Artista visual	1.685.773	2.544.482	30.533.785
Asesor contable	1.115.537	1.683.776	20.205.308
Operario	993.801	1.577.729	18.932.752
Asesor comercial	987.394	1.568.058	18.816.701
Auxiliar de servicios	897.694	1.432.666	17.191.997

Tabla 94. Deducciones del salario por cargo (COP)

Cargo	Salario	Auxilio de transporte	AFP	EPS	Total
Gerente	2.608.402	-	104.336	104.336	2.399.730
Jefe de producción	1.711.401	-	68.456	68.456	1.574.489
Artista visual	1.685.773	-	67.431	67.431	1.550.911
Asesor contable	1.115.537	-	44.621	44.621	1.026.294
Operario	993.801	77.700	39.752	39.752	991.997
Asesor comercial	987.394	77.700	39.496	39.496	986.102
Auxiliar de servicios	897.694	77.700	35.908	35.908	903.578

Tabla 95. Gasto en nómina (COP)

Cargo	Pago anual	Número de trabajadores	Neto
Gerente	47.245.031	1	47.245.031
Jefe de producción	30.997.987	1	30.997.987
Artista visual	30.533.785	1	30.533.785
Asesor contable	20.205.308	1	20.205.308
Operario	18.932.752	5	94.663.758
Asesor comercial	18.816.701	1	18.816.701
Auxiliar de servicios	17.191.997	1	17.191.997
Total			259.654.566



## 5. ESTUDIO LEGAL

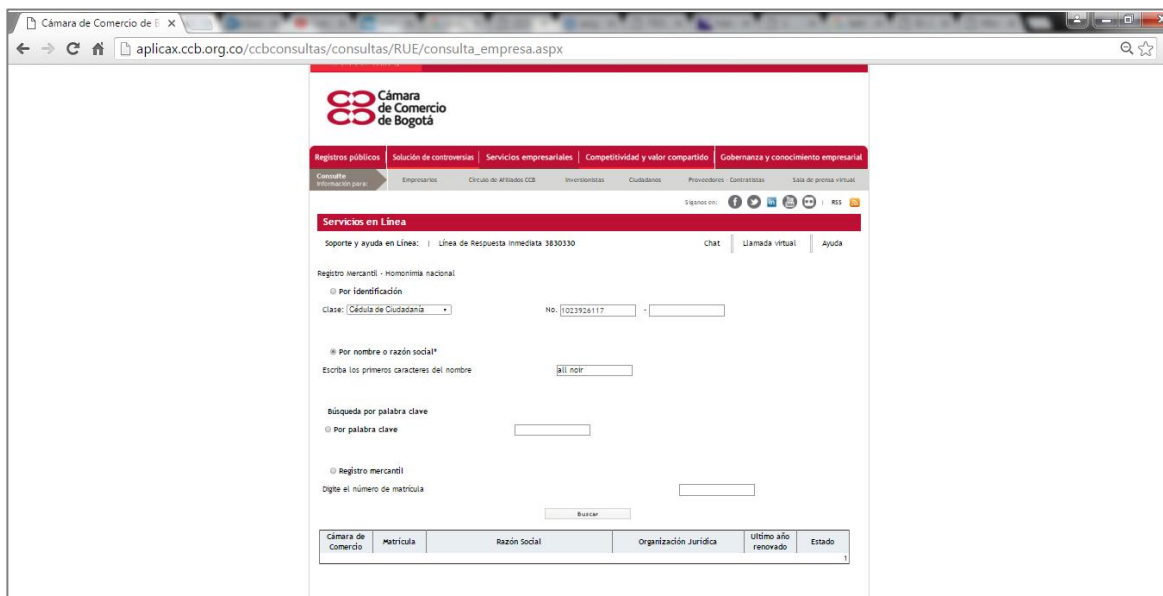
El desarrollo de este capítulo permite identificar los requerimientos a nivel legal en Colombia, para formalizar la constitución de una empresa, la legislación asociada con el desarrollo de las actividades propias de dicha empresa, la legislación laboral y las obligaciones tributarias, todo con la finalidad de constituir una empresa bajo el marco legal cumpliendo todos los requerimientos necesarios para funcionar de manera adecuada.

### 5.1 ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN

Los aspectos legales a tener en cuenta en una primera fase de registro y formalización de una empresa, son la Razón social, el Objeto social y el uso del suelo, teniendo en cuenta el local que se destinará para desarrollar las actividades propias de la empresa.

**5.1.1 Razón social.** La razón social corresponde al nombre legal de una empresa, por ello debe ser único y para garantizar dicha característica se verificó ante la cámara de comercio, la disponibilidad del nombre y como se muestra en la Imagen 19., aún no existe alguna empresa registrada ante la Cámara de Comercio con esta razón social.

Imagen 19. Verificación de homonimia



The image shows a screenshot of the Cámara de Comercio de Bogotá website. The browser address bar displays the URL: [aplicax.ccb.org.co/ccbconsultas/consultas/RUE/consulta\\_empresa.aspx](http://aplicax.ccb.org.co/ccbconsultas/consultas/RUE/consulta_empresa.aspx). The page header includes the logo of the Cámara de Comercio de Bogotá and a navigation menu with options like 'Registros públicos', 'Solución de controversias', 'Servicios empresariales', 'Competitividad y valor compartido', and 'Gobernanza y conocimiento empresarial'. Below the header, there is a 'Servicios en Línea' section with links for 'Soporte y ayuda en Línea', 'Línea de Respuesta inmediata 3830330', 'Chat', 'Llamada virtual', and 'Ayuda'. The main content area is titled 'Registro Mercantil - Homonimia nacional' and contains a search form. The form has two radio buttons: 'Por identificación' (selected) and 'Por nombre o razón social\*'. Under 'Por identificación', there is a 'Clase' dropdown menu set to 'Cédula de Ciudadanía' and a 'No.' field with the value '1023926117'. Under 'Por nombre o razón social\*', there is a text input field with the value 'all non'. Below this, there is a 'Búsqueda por palabra clave' section with a radio button for 'Por palabra clave' and an empty text input field. At the bottom, there is a 'Registro mercantil' section with a radio button and a 'Digite el número de matrícula' text input field. A 'Buscar' button is located at the bottom right of the form. At the very bottom of the page, there is a table with the following columns: 'Cámara de Comercio', 'Matrícula', 'Razón Social', 'Organización Jurídica', 'Último año renovado', and 'Estado'.

Fuente: Cámara de comercio. “Consultas”. [En línea]. Disponible en: [http://aplicax.ccb.org.co/ccbconsultas/consultas/RUE/consulta\\_empresa.aspx](http://aplicax.ccb.org.co/ccbconsultas/consultas/RUE/consulta_empresa.aspx) [Consultado el: 17/04/2016].

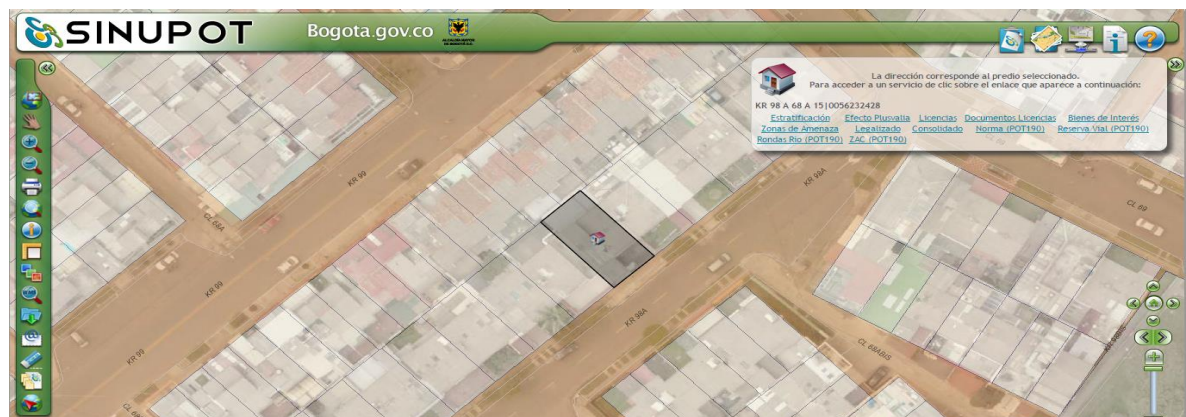
Según la actividad económica de la empresa el tipo de sociedad más recomendable para constituir la legalmente es la S.A.S. Sociedad por Acciones Simplificada, sus características favorecen esta etapa inicial de la empresa en la que apenas empezará a ingresar en el mercado, este tipo de sociedad tiene responsabilidad limitada, lo cual compromete solo el monto del capital invertido, posee una estructura flexible de capital debido a que no exige un monto mínimo en el momento de crearla y además de ello cuenta con excepciones tributarias hasta el cuarto año de haberse constituido.

**5.1.2 Objeto social.** Indica la actividad específica a la cual se dedicará la empresa, existe la posibilidad de establecer una actividad principal y otras secundarias, debido a que dichas especificaciones limitan la acción de la empresa, es necesario decidir muy bien la razón de ser de la empresa; estas actividades se clasifican por medio de un código denominado código de Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIU.

En el caso de la empresa All Noir, el CIU que refleja su actividad económica principal, pertenece a la Sección C. Industrias manufactureras; que a su vez pertenece a la División 14. Fabricación de prendas de vestir, el código CIU determinado es el 1410, que corresponde a las actividades de confección de prendas de vestir excepto prendas de piel.

**5.1.3 Uso del suelo.** Es un documento que establece el uso que se le podría dar a un inmueble dependiendo de la ubicación geográfica del mismo. La secretaria distrital de planeación es el ente encargado de regular esta distribución, en el SINUPOT se consultó según los datos del inmueble descrito en el ESTUDIO TÉCNICO desarrollado en el Capítulo 3, como se muestra a continuación en la Imagen 20.

Imagen 20. Consulta uso del suelo



Fuente: SINUPOT. "Consultas". [En línea]. Disponible en: <http://sinupotp.sdp.gov.co/sinupot/index.jsf#> [Consultado el: 17/04/2016].

En esta zona predomina el uso de vivienda familiar, mas sin embargo no hay restricciones para el desarrollo de las actividades propias de este tipo de actividades económicas relacionadas con la confección, puesto que el nivel de ruido emitido y el tipo de desechos, no constituyen riesgos potenciales a los demás habitantes del sector.

## **5.2 TRÁMITES DE LEGALIZACIÓN**

Una vez se han establecido los datos referentes a la razón social, el objeto social y el uso del suelo, existen una serie de trámites que deben realizar para formalizar la constitución de la empresa, dichos trámites se describen a continuación.

**5.2.1 RUE.** Esta sigla traduce Registro Único Empresarial, permite registrar la empresa, a él se anexan el acta de constitución, las notas de aceptación y los estatutos, Ver Anexo K.

**5.2.2 RUT.** Es el Registro Único Tributario. Es el mecanismo de identificación, clasificación y ubicación, tanto de las personas como de las entidades que sean contribuyentes, en general todos aquellos sujetos a obligaciones administradas por la DIAN, ver Anexo M.

**5.2.3 NIT.** El Número de Identificación Tributaria, identifica los inscritos en el RUT, para todos los efectos relacionados a las obligaciones aduaneras, cambiarias y tributarias, buscando el cumplimiento de las mismas.

**5.2.4 Resolución facturación.** Este requisito se contempla en la administración de impuestos en la resolución 3878 de 1996, como una medida de control, todo tipo de facturación debe contar con una resolución que avale la numeración relacionada, dicha resolución es emitida por la DIAN y tiene una vigencia de 2 años, ver Anexo N.

**5.2.5 RIT.** El Registro de Información Tributaria es un mecanismo de identificación de los contribuyentes del impuesto de Industria y Comercio, Tableros y Avisos. Este se registra dos meses después de iniciar operaciones, además si existe algún cambio respecto a la empresa como ubicación, cierre o cambio de actividad debe reportarse ante la Secretaria Distrital de Hacienda por medio del formulario pertinente.

**5.2.6 Formulario adicional de registro con otras entidades.** “Con este formulario, la Cámara de Comercio envía la información a la Secretaría de

Hacienda Distrital de Bogotá con el propósito de llevar a cabo la inscripción en el Registro de Información Tributaria (RIT))<sup>20</sup>, ver Anexo O.

**5.2.7 Matricula mercantil.** “La Cámara de Comercio de Bogotá define la Matrícula Mercantil como el registro que certifica la existencia y la constitución de las empresas y de los negocios. Es uno de los requisitos exigidos para el funcionamiento de todo establecimiento comercial y de toda empresa. Por lo tanto, están en la obligación de inscribirse en el registro mercantil de la Cámara de Comercio de Bogotá las personas naturales que ejerzan el comercio de manera habitual, las sociedades anónimas, limitadas, colectivas y en comandita, las empresas unipersonales, los establecimientos de comercio, agencias y sucursales de sociedades nacionales y extranjeras, ver Anexo L.

### 5.3 ASPECTOS TRIBUTARIOS

Teniendo en cuenta que la empresa All Noir se constituirá como Sociedad por acciones simplificadas S.A.S., se describen las obligaciones tributarias con el estado, que se adquieren una vez se formaliza una empresa. “La sociedad Anónima Simplificada contribuye al impuesto sobre renta, impuestos sobre las ventas, impuesto de industria y comercio y tendrá calidad de agente retenedor a título de renta, IVA e ICA”.<sup>21</sup>

**5.3.1 Impuesto sobre la renta.** Este impuesto es un gravamen efectuado sobre todos los ingresos que obtiene un contribuyente durante el año, que produzcan incremento en el patrimonio, está integrado por los impuestos de renta y complementarios de ganancias ocasionales y remesas.

Es un impuesto de orden nacional, debido a que tiene cobertura en todo el territorio nacional, es directo porque grava los rendimientos a las rentas de quien responde por su pago ante el estado.

**5.3.2 Impuesto sobre las ventas.** Es un impuesto que se grava sobre el consumo de bienes y servicios, en el país se aplica tanto en la producción como en la importación e incluso en la distribución.

**5.3.3 Impuesto de Industria y comercio.** Este gravamen se da sobre las actividades a nivel industrial, de servicios y comerciales. Dicho impuesto tiene la finalidad de beneficiar el distrito o municipio en el que la empresa esté en funcionamiento, los obligados a pagar este impuesto son todas las personas

---

<sup>20</sup> EMPRESARIO. “Registro otras entidades”. [En línea]. Disponible en: [http://www.empresario.com.co/recursos/instructivos/CCB/pasos\\_crear/persona\\_jur\\_p06.html](http://www.empresario.com.co/recursos/instructivos/CCB/pasos_crear/persona_jur_p06.html). [Consultado el: 16/04/2016].

<sup>21</sup> CAMARA DE COMERCIO. “Obligaciones tributarias”. [En línea]. Disponible en: <http://www.ccc.org.co/servicios/registros-publicos/mercantil/tramites/constituciones-reformas-y-nombramientos/sociedad-por-acciones-simplificada-sas>. [Consultado el: 16/04/2016].

naturales o jurídicas que dentro de un lugar determinado desarrollen actividades como ya se mencionó de carácter industrial de servicios e incluso comercio; este impuesto se liquida con base en los ingresos netos del contribuyente.

**5.3.4 Retención en la fuente, IVA e ICA.** Es un sistema de recaudo que se da de manera anticipada del impuesto de renta y complementarios, IVA e ICA, en este tipo de recaudo el retenedor deduce al retenido un porcentaje determinado sobre el valor a pagar, por concepto de compras y servicios, los montos retenidos por estos conceptos son descontables a la hora de declarar.

## **5.4 OBLIGACIONES LABORALES DEL EMPLEADOR**

La realización de aportes tanto al sistema de salud como al de pensiones y al de riesgos profesionales, el pago de parafiscales y de prestaciones sociales constituye una obligación para el empleador, además del cumplimiento en el pago del salario dentro de las fechas pactadas y los montos acordados.

**5.4.1 Código sustantivo del trabajo (CST).** Este código es un compendio de las normas que permiten regular la relación entre empleador y empleado, en Colombia ha regido desde 1950 y su finalidad es defender los derechos de los trabajadores a continuación se presenta un fragmento perteneciente a dicho código, en el que se exponen algunas de las características más relevantes presentes en una relación laboral, en el Artículo 57 del CST se exponen las obligaciones que adquiere el empleador como se muestra a continuación.

“Son obligaciones especiales del empleador:

1. Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulación en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.
2. Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra los accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garanticen razonablemente la seguridad y la salud.
3. Prestar inmediatamente los primeros auxilios en caso de accidente o de enfermedad. A este efecto en todo establecimiento, taller o fábrica que ocupe habitualmente más de diez (10) trabajadores, deberá mantenerse lo necesario, según reglamentación de las autoridades sanitarias.
4. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos.
5. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador, a sus creencias y sentimientos.

6. Conceder al trabajador las licencias necesarias para el ejercicio del sufragio; para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa aceptación; en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada; para desempeñar comisiones sindicales inherentes a la organización o para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avise con la debida oportunidad al {empleado}r o a su representante y que, en los dos (2) últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal que perjudique el funcionamiento de la empresa. En el reglamento de trabajo se señalarán las condiciones para las licencias antedichas. Salvo convención en contrario, el tiempo empleado en estas licencias puede descontarse al trabajador o compensarse con tiempo igual de trabajo efectivo en horas distintas de su jornada ordinaria, a opción del empleador.

7. Dar al trabajador que lo solicite, a la expiración de contrato, una certificación en que consten el tiempo de servicio, la índole de la labor y el salario devengado; e igualmente, si el trabajador lo solicita, hacerle practicar examen sanitario y darle certificación sobre el particular, si al ingreso o durante la permanencia en el trabajo hubiere sido sometido a examen médico. Se considera que el trabajador, por su culpa, elude, dificulta o dilata el examen, cuando transcurrido cinco (5) días a partir de su retiro no se presenta donde el médico respectivo para la práctica del examen, a pesar de haber recibido la orden correspondiente.

8. Pagar al trabajador los gastos razonables de ida y de regreso, si para prestar sus servicios lo hizo cambiar de residencia, salvo si la terminación del contrato se origina por culpa o voluntad del trabajador. Si el trabajador prefiere radicarse en otro lugar, el empleador le debe costear su traslado hasta la concurrencia de los gastos que demandaría su regreso al lugar donde residía anteriormente. En los gastos de traslado del trabajador, se entienden comprendidos los de los familiares que con él convivieren.

9. Cumplir el reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto a las leyes.

10. Conceder al trabajador en Caso de fallecimiento de su cónyuge, compañero o compañera permanente o de un familiar hasta el grado segundo de consanguinidad, primero de afinidad y primero civil, una licencia remunerada por luto de cinco (05) días hábiles, cualquiera sea su modalidad de contratación o de vinculación laboral. La grave calamidad doméstica no incluye la Licencia por Luto que trata este numeral. Este hecho deberá demostrarse mediante documento expedido por la autoridad competente, dentro de los treinta (30) días siguientes a su ocurrencia. Parágrafo: Las EPS tendrán la obligación de prestar la asesoría psicológica a la familia.

11. Conceder en forma oportuna a la trabajadora en estado de embarazo, la licencia remunerada consagrada en el numeral 1 del artículo 236, de forma tal que empiece a disfrutarla de manera obligatoria una (1) semana antes o dos (2) semanas antes de la fecha probable del parto, según decisión de la futura madre

conforme al certificado médico a que se refiere el numeral 3 del citado artículo 236”<sup>22</sup>

**5.4.2 Pagos laborales.** Como se definió en el Estudio Administrativo desarrollado en el Capítulo 4, el empleador tiene que asumir ciertos pagos adicionales al salario por concepto de prestaciones sociales, seguridad social y parafiscales, a continuación en el Cuadro 33., se expone la legislación que establece el monto de estos pagos y sus condiciones.

Cuadro 33. Legislación Laboral

Ley		Implicación
Artículo 145 del Código Sustantivo del Trabajo		Establece el monto del Salario Mínimo Legal Vigente.
Ley 50 de 1990	Artículo 20	Establece que la jornada laboral es de 8 horas diarias y máximo 48 horas semanales.
	Artículo 24	Establece que el valor de las horas laboradas en horario nocturno corresponde al valor de la hora ordinaria más el 75% de recargo.
Artículo 186 del Código Sustantivo del Trabajo		Establece que el trabajador tiene derecho a 15 días consecutivos de vacaciones remuneradas por un año de trabajo.
Artículo 249 del Código Sustantivo del Trabajo		El trabajador tiene derecho a un aporte en cesantías correspondiente a un mes de salario por cada año laborado.
Ley 52 de 1975		Establece que el trabajador tiene derecho a recibir el pago del 12% sobre las cesantías acumuladas en un año.
Artículo 306 del Código Sustantivo del Trabajo		Establece que el trabajador tiene derecho a recibir un mes de salario pagado en dos contados, el primero el último día de Julio y el segundo los primeros 20 días de Diciembre, este pago se denomina Prima de Servicios.
Ley 1607 de 2012	Artículo 25	Establece los casos en los que hay lugar a excepción de aportes a salud.
Ley 11 de 1984	Artículo 7	Establece que se entrega a quienes reciban hasta dos Salarios Mínimos mensuales, y tengan más de tres meses de servicios.
Ley 1122 del 2007	Artículo 10	Establece que el porcentaje de aportes en salud correspondiente al empleador es de 8,5% y el correspondiente al empleado es del 4%.
Ley 797 de 2003	Artículo 7	Establece que el trabajador tiene derecho a cotizar en Pensión obligatoria, y que el monto asumido por el empleador corresponde al 12%, y al empleado 4%.

<sup>22</sup> Fuente: LABORAL PARA TODOS. “Obligaciones especiales del empleador”. [En Línea]. Disponible en: <http://laboralparatodos.com/articulo-57-obligaciones-especiales-del-empleador/> [Consultado el: 16/04/2016]

Cuadro 33. (Continuación)

Ley		Implicación
Decreto 1772 de 1994	Artículo 13	Establece los porcentajes asignados a cada nivel de riesgo, respecto al aporte destinado a Riesgos Profesionales.
Ley 789 de 2002	Artículo 3	Establece el derecho del trabajador a ser parte de una caja de compensación familiar si devenga hasta cuatro Salarios Mínimos mensuales.
Ley 89 de 1988		Establece que el aporte en relación al ICBF debe ser del 3%.
Ley 21 de 1982		Establece que el aporte correspondiente al SENA es de 2%.

## 5.5 ASPECTOS LEGALES Y JURÍDICOS

Es bastante importante conocer además de las obligaciones con los trabajadores y de los requerimientos de constitución de una empresa, la legislación relacionada a la actividad principal de la misma.

**5.5.1 Legislación medio ambiental.** La legislación relacionada con el subsector confecciones se describe a continuación resaltando los aspectos más relevantes de cada Ley y Decreto.

“**Ley 9 de 24 de enero de 1979.** Por la cual se dictan medidas sanitarias. Dentro del título I de la ley se establecen los parámetros generales de protección al medio ambiente, en temas como residuos líquidos, residuos sólidos, disposición de excretas, emisiones atmosféricas y áreas de captación.

**Ley 99 de 22 de diciembre de 1993,** del Congreso de la República por el cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el sector público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones

**Decreto 1753 de 3 de agosto de 1994,** del Ministerio del Medio Ambiente por el cual se reglamenta parcialmente los títulos VIII y XII de la Ley 99 de 1993 sobre licencias ambientales. El decreto define una licencia ambiental como la autorización que otorga la autoridad competente para la ejecución de un proyecto o actividad que puede afectar los recursos naturales y/o el medio ambiente.

**Resolución 655 de 21 de junio de 1996,** del Ministerio de Medio Ambiente por la cual se establecen los requisitos y condiciones para la solicitud y obtención de la licencia ambiental, establecida por el artículo 132 del Decreto-ley 2150 de 1995. Así mismo, especifica los casos en que se debe modificar una licencia ambiental, como la falta de especificación del aprovechamiento que se va a dar a los recursos o variación en el uso de estos.



**Ley 6 de 1995** En su artículo 123 establece: «Deducción por inversiones en control y mejoramiento del medio ambiente. Adiciónase el Estatuto Tributario con el siguiente artículo: Artículo 158-2. Deducción por inversiones en control y mejoramiento del medio ambiente. Las personas jurídicas que realicen directamente inversiones en control y mejoramiento del medio ambiente, tendrán derecho a deducir anualmente de su renta el valor de dichas inversiones que hayan realizado en el respectivo año gravable.

**Decreto 3172 del 7 de noviembre de 2003**, por medio del cual se reglamenta el artículo 158-2 del Estatuto Tributario. Sobre procedimientos para acceder a las deducciones tributarias establecidas para inversiones en control y mejoramiento del medio ambiente.”<sup>23</sup>

**5.5.2 Normatividad aplicable en la ciudad de Bogotá.** A continuación se encuentra la normatividad que rige dentro de la ciudad de Bogotá referente a los recursos hídricos, el componente atmosférico y los residuos sólidos.

**5.5.2.1 Componente hídrico Vertimientos.** Las leyes que regulan el manejo de los recursos hídricos y que tienen relación con el proyecto son la Ley 373, el Decreto 1594 y la Resolución 1074, descritos a continuación.

“**Ley 373 de 1997:** por la cual se establece el programa para uso eficiente y ahorro de agua.

**Decreto 1594 de 1984:** por el cual se reglamentan los usos del agua y el manejo de los residuos líquidos.

**Resolución 1074 de 1997:** por la cual el DAMA establece estándares ambientales en materia de vertimientos.”<sup>24</sup>

**5.5.2.2 Componente atmosférico.** El componente atmosférico no solo se puede vulnerar por la emisión de gases o por las partículas en suspensión, sino que también presenta afectaciones por el nivel de ruido emitido en el desarrollo de las actividades propias de la empresa, la legislación relacionada con la protección de dicho componente se expone a continuación.

- **Emisiones contaminantes.** Los decretos y resoluciones asociados a la preservación del medio ambiente y de las condiciones atmosféricas apropiadas

---

<sup>23</sup> Fuente: GUÍA AMBIENTAL PARA EL SECTOR TEXTIL. “Marco Nacional”. [En Línea]. Disponible en: <http://ambientebogota.gov.co/documents/24732/3988209/Gu%C3%ADa+ambiental+para+el+sector+textil.pdf> [Consultado el: 16/04/2016]

<sup>24</sup> Fuente: GUÍA AMBIENTAL PARA EL SECTOR TEXTIL. “Normatividad aplicable en la ciudad de Bogotá”. [En Línea]. Disponible en: <http://ambientebogota.gov.co/documents/24732/3988209/Gu%C3%ADa+ambiental+para+el+sector+textil.pdf> [Consultado el: 16/04/2016]

buscan disminuir el nivel de emisión de gases contaminantes, por parte no solo de la industria sino en general de la ciudadanía.

“**Decreto 02 de 1982:** por el cual se reglamentan parcialmente el título I de la Ley 09 de 1979 y el Decreto Ley 2811 de 1974: en cuanto a emisiones atmosféricas.

**Decreto 948 de 1995:** define el marco de las acciones y los mecanismos administrativos de las autoridades ambientales para mejorar y preservar la calidad del aire.

**Resolución 898 de 1995:** por la cual se regulan los criterios ambientales de calidad de los combustibles.

**Resolución 391 de 2001:** establece normas técnicas y estándares ambientales para la prevención y control de la contaminación atmosférica y la protección de la calidad del aire en el parámetro urbano de la ciudad de Bogotá, D.C.”<sup>25</sup>

- **Ruido.** El ruido constituye otro de los factores que generan contaminación atmosférica, por lo tanto es importante también identificar la legislación que regula los niveles de ruido permisibles y las condiciones en las que se debe operar, para no causar impacto negativo en ningún grado sobre el medio ambiente.

“**Resolución 8321 de 1983:** por la cual se dictan normas sobre protección y conservación de la audición, de la salud y el bienestar de las personas, por causa de la producción y emisión de ruidos. Véase tablas 26 y 27.

**Resolución 832 de 2000:** se adopta el sistema de clasificación empresarial por el impacto sonoro sobre el componente atmosférico denominado «Unidades de Contaminación por ruido UCR» para la jurisdicción del DAMA.

**Resolución 391 de 2001:** establece normas técnicas y estándares ambientales para la prevención y control de la contaminación atmosférica en Bogotá D.C.

**5.5.2.3 Residuos sólidos.** La disposición de los residuos sólidos se reglamenta mediante los Decretos recopilados a continuación.

“**Decreto 2104 de 1983:** residuos sólidos y normas sanitarias aplicables al almacenamiento, transporte, tratamiento y disposición sanitaria de los mismos.

---

<sup>25</sup> Fuente: GUÍA AMBIENTAL PARA EL SECTOR TEXTIL. “Emisiones contaminantes”. [En Línea]. Disponible en: <http://ambientebogota.gov.co/documents/24732/3988209/Gu%C3%ADa+ambiental+para+el+sector+textil.pdf> [Consultado el: 16/04/2016]

**Decreto 605 de 1996:** del Ministerio de Desarrollo Económico, reglamenta la Ley 142 de 1994 (Régimen de los servicios públicos domiciliarios) en relación con la prestación del servicio público de aseo, su recolección, disposición, transporte y aprovechamiento de residuos sólidos. Prohibiciones, sanciones y procedimientos.

**Decreto 357 de 1997:** regula el manejo, transporte y disposición final de los escombros y materiales de construcción.<sup>26</sup>

**5.5.3 Constitución política de Colombia.** Los artículos de la Constitución Política de Colombia que se relacionan con el proyecto se muestran a continuación.

**“ARTICULO 53.** La ley correspondiente tendrá en cuenta por lo menos los siguientes principios mínimos fundamentales: Igualdad de oportunidades para los trabajadores; remuneración mínima vital y móvil, proporcional a la cantidad y calidad de trabajo; estabilidad en el empleo; irrenunciable a los beneficios mínimos establecidos en normas laborales; facultades para transigir y conciliar sobre derechos inciertos y discutibles; situación más favorable al trabajador en caso de duda en la aplicación e interpretación de las fuentes formales de derecho; primacía de la realidad sobre formalidades establecidas por los sujetos de las relaciones laborales; garantía a la seguridad social, la capacitación, el adiestramiento y el descanso necesario; protección especial a la mujer, a la maternidad y al trabajador menor de edad. El estado garantiza el derecho al pago oportuno y al reajuste periódico de las pensiones legales. Los convenios internacionales del trabajo debidamente ratificados, hacen parte de la legislación interna. La ley, los contratos, los acuerdos y convenios de trabajo, no pueden menoscabar la libertad, la dignidad humana ni los derechos de los trabajadores.

**ARTÍCULO 54.** Es obligación del Estado y de los empleadores ofrecer formación y habilitación profesional y técnica a quienes lo requieran. El Estado debe propiciar la ubicación laboral de las personas en edad de trabajar y garantizar a los minusválidos el derecho a un trabajo acorde con sus condiciones de salud.

**ARTÍCULO 55.** Se garantiza el derecho de negociación colectiva para regular las relaciones laborales, con las excepciones que señale la ley. Es deber del Estado promover la concertación y los demás medios para la solución pacífica de los conflictos colectivos de trabajo.

**ARTÍCULO 78.** La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten

---

<sup>26</sup> Fuente: GUÍA AMBIENTAL PARA EL SECTOR TEXTIL. “Ruido”. [En Línea]. Disponible en: <http://ambientebogota.gov.co/documents/24732/3988209/Gu%C3%ADa+ambiental+para+el+sector+textil.pdf> [Consultado el: 16/04/2016]

contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.”<sup>27</sup>

**5.5.4 Ministerio de Industria y Comercio.** La Resolución 1950 de 2009, surge a partir de la necesidad de regular el etiquetado de las prendas de vestir nacionales e importadas que se comercialicen en el país, estipulando la información puntual que deben contener dichas etiquetas.

**5.5.5 Requisitos para la apertura y funcionamiento de la empresa.** La formalización de una empresa se logra tras la ejecución de ciertos pasos ante las entidades del estado como ya se mencionó anteriormente; el decreto 1879 de 2008 establece las normas que permiten el funcionamiento de los establecimientos comerciales en Bogotá.

## 5.6 COSTOS DE CONSTITUCIÓN

Teniendo en cuenta la documentación requerida para formalizar la constitución de una empresa se consolido en la Tabla 96., presentada a continuación los datos referentes a los costos de constitución, (Ver cotización Anexo P).

Tabla 96. Costos asociados a la formalización de una empresa

Concepto	Valor
Matrícula mercantil	\$ 268.000
Derechos por registro de matrícula	\$ 116.000
Existencia y representación legal	\$ 4.800
Autenticación en notaria	\$ 6.900
Radicación RUE	\$ 4.500
Compra libros	\$ 11.200
Registro de libros	\$ 12.000
Formulario RUT	\$ 0
Formulario ICA	\$ 0
Registro de marca	\$ 55.000
Uso del suelo	\$ 46.200
<b>Total</b>	<b>\$ 524.600</b>

<sup>27</sup> Fuente: CONSULTA DE LA NORMA. “Constitución política de Colombia”. [En Línea]. Disponible en: <http://ambientebogota.gov.co/documents/24732/3988209/Gu%C3%ADa+ambiental+para+el+sector+textil.pdf> [Consultado el: 16/04/2016]

## 6. ESTUDIO AMBIENTAL

Se desarrolla por medio de la implementación de herramientas técnico-administrativas que permiten identificar y sobre todo prevenir los impactos medio ambientales, que se pueden generar a causa de la ejecución del proyecto. Se tendrán en cuenta cuatro de los principios de la moda ética, ya que tienen relación puntual con la preservación del medio ambiente; dichos principios promueven el uso ecológico de recursos, el uso de técnicas de reciclaje, el desarrollo sostenible y el uso de material orgánico.

### 6.1 GESTIÓN AMBIENTAL

Es un proceso que busca minimizar, prevenir e incluso resolver las problemáticas de carácter ambiental presentes en el entorno, para de esta manera lograr un desarrollo sostenible. Básicamente se establece lo que hay que hacer para proteger el medio ambiente, teniendo en cuenta la forma adecuada de utilizar los recursos que nos ofrece el planeta para obtener un equilibrio entre el desarrollo de la población y la armonía con su entorno.

**6.1.1 Desarrollo sostenible.** “Según la definición provista por Naciones Unidas, el desarrollo sostenible busca satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades. Denota la relación del hombre con su entorno, tanto el medio ambiente como la comunidad y sus instituciones”<sup>28</sup>.

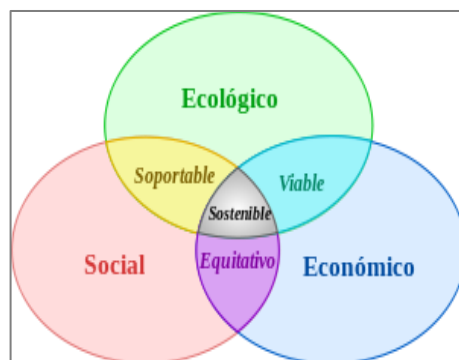
Los tres pilares principales del desarrollo sostenible se enfocan en la interacción equilibrada del ámbito económico, ecológico y social, como se muestra en la Imagen 21. Una moda sostenible se basa en la implementación de procesos eficientes sin generar contaminación, se trata de un proceso dinámico en el que se busca adaptarse al entorno cierto impacto positivo en él. El nivel de cumplimiento de los diez ítems del pacto global permite medir el desempeño sostenible de una empresa, además de ello se desarrolló el Código de Conducta y Manual para el Sector Textil y de la Moda, que además de los diez ítems principales añade seis específicos en este ámbito.

All Noir siguiendo los principios de sostenibilidad basa sus políticas empresariales en el respeto hacia las personas que se vinculan con la empresa, tanto dentro como fuera de la misma, así como plantea sus prácticas empresariales en torno del reconocimiento de la escases de recursos y del desarrollo en un ambiente ético de trabajo.

---

<sup>28</sup> Fuente: MODA ÉTICA. “Principios”. [En Línea]. Disponible en: [http://www.modaetica.com/principios\\_detalle.php#prin\\_4](http://www.modaetica.com/principios_detalle.php#prin_4) [Consultado el: 22/04/2016]

Imagen 21. Tres pilares del desarrollo sostenible



Fuente: DESARROLLO SOSTENIBLE. “Pilares”. [En línea]. Disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo\\_sostenible](https://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_sostenible) [Consultado el: 23/04/2016].

**6.1.2 Uso ecológico de los recursos.** Este principio se da debido al reconocimiento de la escasez de recursos, por lo que se identifica la necesidad de darles un manejo responsable, además de que son indispensables no solo para desarrollar actividades a nivel industrial sino para la vida en general. Buscando minimizar el impacto negativo causado por las actividades propias de la confección.

All Noir tendrá como pilares principales el uso de energías limpias, el reciclaje de materiales tanto a nivel de producción como administrativo, y la reducción respecto al uso de algunos materiales altamente contaminantes como el plástico, por esta razón las bolsas herméticas usadas en bodega se reutilizarán al máximo y el material de las bolsas en las que el cliente llevará el producto final son elaboradas en tela quirúrgica como se mostró en el Estudio de Mercados; adicional a ello dentro de la producción se destinará un almacenamiento de retal que posteriormente será reutilizado, otro de los puntos importantes a resaltar es que las fibras adquiridas como materia prima para la elaboración de los productos provienen de Laffayet, que es una empresa textil que implementa procesos respetuosos con el ambiente y se enfocan en la producción más limpia .

**6.1.3 Técnicas de reciclaje.** “Reciclar los materiales de un objeto mediante la técnica 'de la cuna a la cuna', volviendo a insertar tales materias primas dentro del ciclo productivo. Esta práctica busca evitar la generación de desechos durante los ciclos de producción y el uso de los productos, e implica un involucramiento tanto de productores como de consumidores.”<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Fuente: MODA ETICA. “Principios”. [En Línea]. Disponible en: [http://www.modaetica.com/principios\\_detalle.php#prin\\_4](http://www.modaetica.com/principios_detalle.php#prin_4) [Consultado el: 22/04/2016]

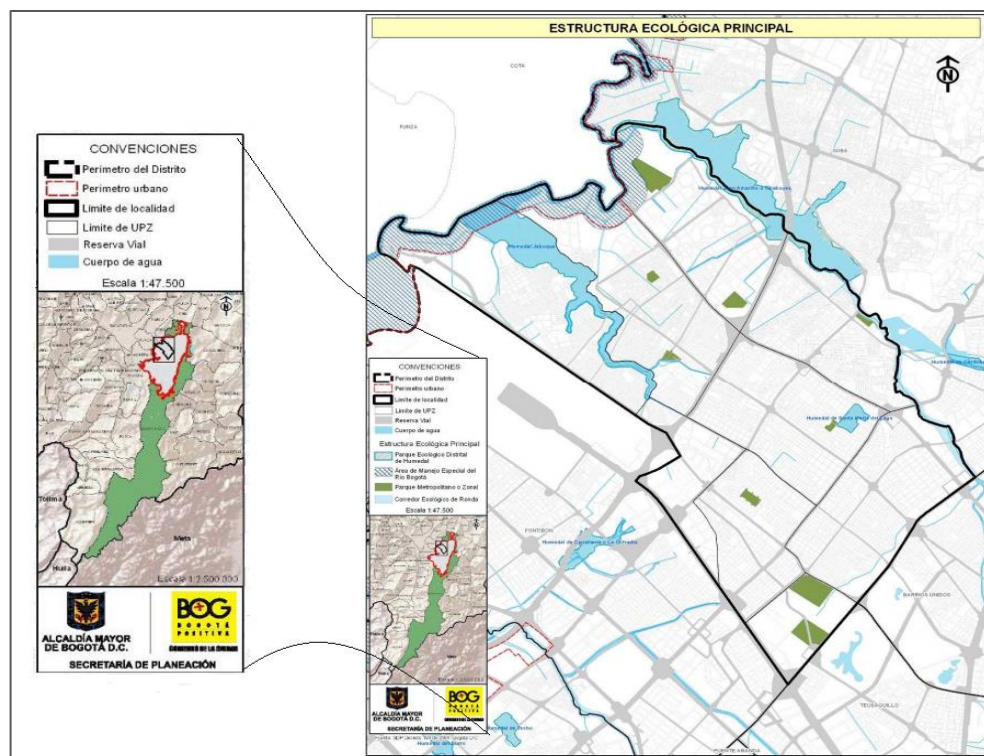
Dentro de All Noir se desarrollarán programas de reutilización de recursos como las fibras textiles, el papel, el agua y las bolsas plásticas, todo encaminado a la minimización de la emisión de desperdicios.

## 6.2 ANÁLISIS AMBIENTAL DE LA LOCALIDAD DE ENGATIVÁ

Teniendo en cuenta que la ubicación más favorable para el proyecto corresponde a la localidad de Engativá, se presentan a continuación algunos datos relevantes respecto al estado medio ambiental de dicha localidad, estos datos corresponden al diagnóstico de los aspectos físicos, demográficos y socioeconómicos, realizado por la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C.

**6.2.1 Estructura Ecológica Principal.** En el Decreto 190 de 2004, se encuentra la cartografía oficial que permite identificar la estructura ecológica principal del Distrito Capital, y del suelo urbano; ver Imagen 22.

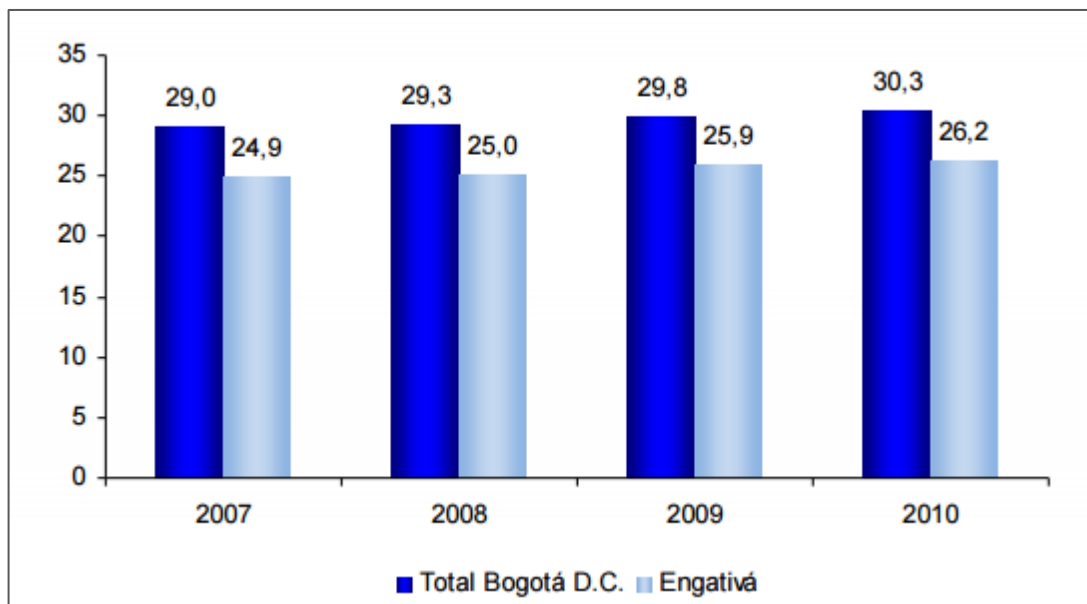
Imagen 22. Estructura ecológica principal de Engativá



Fuente: DIAGNÓSTICO DE LA LOCALIDAD DE ENGATIVÁ. "Aspectos ambientales". [En Línea]. Disponible en: <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionEnLinea/InformacionDescargable> [Consultado el: 26/04/2016]

**6.2.2 Arbolado urbano.** “Los árboles cumplen diversas funciones y mejoran la calidad ambiental urbana en muchos aspectos: capturan dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), producen oxígeno, son reguladores de la temperatura, sirven como hábitat a especies tanto animales como vegetales, mejoran la calidad paisajística, entre otros. Su importancia se acentúa en una gran urbe como Bogotá, donde se concentra población al tiempo que fuentes de contaminación fijas y móviles que a su vez constituyen un factor de morbilidad para dicha población.”<sup>30</sup> A continuación en el Gráfico 52., se muestra el número de árboles por hectárea urbana correspondientes a la localidad de Engativá.

Gráfico 52. Número de árboles por hectárea en el área urbana



Fuente: DIAGNÓSTICO DE LA LOCALIDAD DE ENGATIVÁ. “Aspectos ambientales”. [En Línea]. Disponible en: <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionEnLinea/InformacionDescargableUPZs/Localidad%2010%20Engativ%E1/Monografia/10%20Engativa%20monografia%202011.pdf> [Consultado el: 26/04/2016]

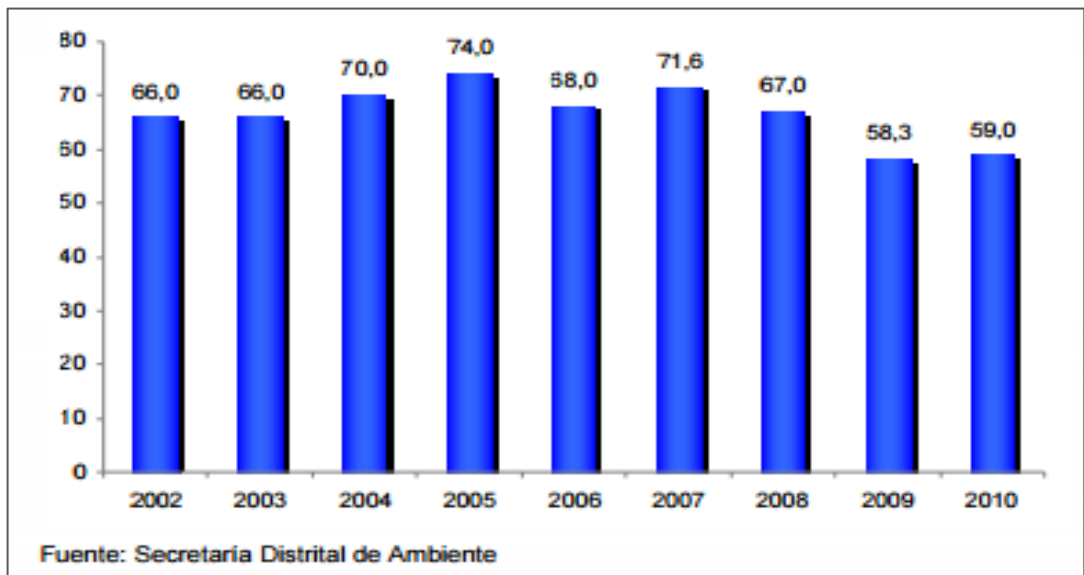
Como se muestra en el Gráfico 52., la cantidad de árboles registrada anualmente en la localidad de Engativá, presenta una tendencia creciente, casi que proporcional al crecimiento registrado en la ciudad de Bogotá.

<sup>30</sup> Fuente: DIAGNÓSTICO DE LA LOCALIDAD DE ENGATIVÁ. “Aspectos ambientales”. [En Línea]. Disponible en: <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionEnLinea/InformacionDescargableUPZs/Localidad%2010%20Engativ%E1/Monografia/10%20Engativa%20monografia%202011.pdf> [Consultado el: 26/04/2016].



**6.2.3 Calidad del aire.** “La calidad del aire es un factor determinante en la calidad de vida de la población, especialmente en las grandes urbes, debido a los efectos que tiene sobre la salud humana; de allí, que su monitoreo revista especial importancia. En el Distrito Capital, la Secretaría Distrital de Ambiente – SDA – ha establecido la Red de Monitoreo de Calidad del Aire de Bogotá D.C. (RMCAB) que evalúa el cumplimiento de los estándares de calidad del aire de la ciudad definidos por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial – MAVDT – mediante 16 estaciones (incluidas una estación móvil y dos meteorológicas) que monitorean las concentraciones de material particulado (PM10, PM2.5, PST), de gases contaminantes (SO2, NO2, CO, O3) y los parámetros meteorológicos de precipitaciones, vientos, temperatura, radiación solar y humedad relativa.”

Gráfico 53. Nivel promedio de PM10



Fuente: DIAGNÓSTICO DE LA LOCALIDAD DE ENGATIVÁ. “Aspectos ambientales”. [En Línea]. Disponible en: <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionEnLinea/InformacionDescargableUPZs/Localidad%2010%20Engativ%E1/Monografia/10%20Engativa%20monografia%202011.pdf> [Consultado el: 26/04/2016]

Como se observa en el Gráfico 53., la cantidad de partículas contaminantes en la atmosfera presentó tendencias crecientes entre los años 2002 y 2005 para 2006 se registró una disminución considerable y a 2007 incrementó nuevamente, desde ese año se ha registrado una tendencia decreciente.

### **6.3 DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA AMBIENTAL DEL SECTOR**

Actualmente las tendencias del sector confecciones, no solo en Colombia sino en general a nivel mundial están basadas en la moda rápida y el consumismo, lo que quiere decir que los fabricantes emplean insumos de baja calidad en la fabricación de sus productos con la finalidad de darle un menor tiempo de vida útil a los mismos y que de esta manera el mercado se vea obligado a comprar cada vez más en menor tiempo, esto además de ser poco ético, tiene repercusiones negativas en el medio ambiente bastante grandes, debido al nivel tan alto de desechos sólidos que produce la industria y además de los procesos asociados como el teñido de telas y la explotación de recursos naturales como el algodón, según el informe realizado por Greenpeace cada año son producidas aproximadamente 80.000 millones de prendas a nivel mundial, esto equivale a 11 prendas por habitante al año, “estas cantidades enormes de ropa, que siguen aumentando, amplifican los impactos medioambientales de las prendas a lo largo de su ciclo de vida, comenzando por las enormes cantidades de agua y sustancias químicas, como los plaguicidas, utilizadas en la producción de fibra como el algodón.

El teñido de tejidos y su acabado también utilizan cantidades considerables de agua hasta 200 toneladas de agua por cada tela producida, y un gran número de sustancias químicas y sus derivados, algunas de las cuales son peligrosas. Hay, por ejemplo, más de 10.000 tipos diferentes de tintes para teñir e imprimir. Cuando se utilizan o liberan sustancias químicas persistentes, tóxicas o bioacumulativas, el impacto medioambiental de la moda rápida se acumula durante años. Es más, algunos pueden causar daños significativos incluso cuando se encuentran en concentraciones muy bajas. La globalización de la moda, supone la globalización de la contaminación.”<sup>31</sup>

Es posible concluir entonces que la contaminación generada por el sector de la moda compromete a las fábricas de confección a las fábricas textiles, e incluso a los consumidores finales, que terminan siendo cómplices de la emisión de agentes contaminantes al medio ambiente.

### **6.4 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

All Noir S.A.S. es una empresa dedicada a la confección y comercialización de blusas y chaquetas para dama, en la ciudad de Bogotá, su estructura interna se compone por dos grandes áreas, el área administrativa y el área de producción, todas las actividades que permiten el funcionamiento de la empresa están guiadas por los principios de la moda ética.

---

<sup>31</sup> Fuente: GREENPEACE. “Puntadas tóxicas: el oscuro secreto de la moda”. [En Línea]. Disponible en: <http://www.greenpeace.org/espana/Global/espana/report/contaminacion/detox.pdf> [Consultado el: 25/04/2016]

El área administrativa, se encarga de coordinar en general muchos aspectos a nivel interno, esta área se enfoca en las actividades propias de recursos humanos, de finanzas, de comercio y además integra los procesos visuales de la compañía, aquí se incluyen aspectos como el diseño de los productos y la publicidad de la misma.

El área de producción, abarca los procesos de confección que permiten obtener el producto terminado, y todas las actividades asociadas a ello como la programación de producción los pedidos de requerimientos a proveedores, el manejo de inventarios y el almacenamiento, todo ello orientado al aseguramiento de la disponibilidad del producto.

## 6.5 IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS AMBIENTALES

Teniendo en cuenta que los aspectos ambientales son todos los elementos derivados de los productos, servicios o actividades desarrollados por una empresa, que pueden llegar a interactuar con el medio ambiente, se identificaron los aspectos ambientales asociados a la empresa All Noir S.A.S., como se muestra en el Cuadro 34.

Cuadro 34. Identificación de aspectos ambientales

Ingreso	Área o proceso	Aspecto ambiental
Papelería	Administrativa	Desechos sólidos.
Agua	Administrativa	Consumo de recursos hídricos.
Luz	Administrativa y producción	Consumo de energía.
Telas	Área de producción, proceso de confección.	Desechos sólidos, material particulado y emisión de químicos.
Hilos	Área de producción, proceso de confección.	Desechos sólidos.
Agujas	Área de producción, proceso de confección.	Desechos sólidos.
Cartón	Área de producción, proceso de delineado de piezas.	Desechos sólidos.
Bolsas plásticas	Área de Producción, proceso de almacenamiento.	Desechos sólidos.
Producto terminado	Área administrativa, proceso comercial.	Desechos sólidos.

La mayoría de los aspectos ambientales identificados, dentro de cada proceso relacionado a la empresa, son asociados a los desechos sólidos, por ello es muy importante implementar medidas que permitan reciclar, y reutilizar al máximo los recursos utilizados, debido a que de esto dependerá el nivel de contaminación generado por parte del proyecto.

## 6.6 IDENTIFICACIÓN IMPACTOS AMBIENTALES

Se considera impacto ambiental, “Cualquier cambio en el medio ambiente, ya sea adverso o beneficioso, como resultado total o parcial de los aspectos ambientales de una organización”<sup>32</sup>. Teniendo en cuenta los aspectos ambientales previamente identificados se procedió a llevar a cabo la identificación de los impactos asociados como se muestra en el Cuadro 35.

Cuadro 35. Impactos ambientales

Impacto	Descripción
Producción de residuos sólidos	Los residuos sólidos producidos por la empresa pueden ser retazos, papel, cartón, agujas y empaques plásticos.
Consumo de recursos hídricos	La operación en producción directamente no requiere la utilización del recurso hídrico, este impacto se asocia con las actividades que suplen las necesidades básicas del ser humano,
Producción de material particulado	El material particulado suele ser fibras que se desprenden de la tela y de los insumos principales al ser manipulados, estas cantidades no afectan el entorno propiamente sino a quien está en contacto directo con el material por espacios de tiempo prolongados y en repetitivas ocasiones.
Emisión de sustancias tóxicas	La inclusión de materia prima sin previa verificación, puede llegar a causar la implicación de telas que contienen sustancias tóxicas en la línea de producción, y por tanto generar impactos negativos en el ambiente una vez la prenda está en uso.
Emisión de ruido	Las maquinas usadas en el proceso productivo pueden llegar a causar ruido en decibeles que lo consideren como contaminación auditiva, y por lo tanto es muy importante la realización de mantenimiento preventivo, no solo para evitar este efecto sino para mantener el rendimiento de la máquina.

<sup>32</sup> Fuente: SGS ACADEMY. “Aspectos e impactos ambientales”. [En Línea]. Disponible en: [http://ambientebogota.gov.co/c/document\\_library/get\\_file?uuid=1c697920-c8b1-4425-8952-1b16718a223b&groupId=24732](http://ambientebogota.gov.co/c/document_library/get_file?uuid=1c697920-c8b1-4425-8952-1b16718a223b&groupId=24732) [Consultado el: 22/04/2016]

## 6.7 PLAN DE MEJORAMIENTO

Reconociendo los impactos ambientales que se pueden generar con la ejecución del proyecto se plantean las acciones preventivas para mitigar dichos impactos e incluso eliminarlos, como se muestra en el Cuadro 36.

Cuadro 36. Plan de acción ambiental

Impacto ambiental	Acción preventiva	Descripción
Emisión de residuos sólidos	Gestión de residuos sólidos	Se realizarán programas de recolección responsable de desechos, de manera tal que se faciliten las labores de reciclaje. Respecto a la tela se reutilizarán los retazos sobrantes de los procesos ya sea en productos desarrollados a futuro o como insumos para otras empresas.
Consumo de recursos hídricos	Sistema de ahorro de agua	Se implementará un sistema de llaves y cisternas ahorradoras que disminuyan el consumo en las operaciones diarias de la empresa.
Producción de material particulado	Utilización de elementos de protección personal	La cantidad de material particulado emitido especialmente en la zona de corte no genera impactos significativos en el ambiente en general, debido a que no se presenta en grandes volúmenes, teniendo en cuenta esto, la medida preventiva que mitiga este impacto será la utilización de tapabocas obligatorio, por parte de los operarios que tengan relación con la manipulación de fibras.
Emisión de sustancias tóxicas	Evaluación minuciosa de insumos y materia prima	Para evitar contribuir con la cadena de contaminación que conlleva el uso de algunos tipos de telas, la empresa realizará evaluaciones minuciosas respecto a las composiciones de las fibras y de ser posible conocerá las condiciones en las que dichos insumos fueron elaborados.
Emisión de ruido	Programa de mantenimiento preventivo	Las máquinas de costura, vaporizado y fusión, operando bajo condiciones normales no emiten altos decibeles, pero puede ocurrir que por fricción o un desajuste de las piezas genere ruidos incómodos que deterioren la calidad del ambiente, por ello la empresa realizará mantenimiento a toda su maquinaria de manera periódica no solo para atender averías sino para prevenirlas.

## 7. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero permite analizar la capacidad de un proyecto para ser sustentable en el tiempo y conocer su viabilidad financiera; por ello, su realización es una parte muy importante en la evaluación del mismo; la realización de este estudio requiere principalmente información respecto a los costos, las inversiones, la demanda y los requerimientos laborales asociados a dicho proyecto. Para el desarrollo del estudio financiero se utilizarán herramientas tales como el VPN y la TIR.

### 7.1 INDICADOR ECONÓMICO

Se define como un dato estadístico que permite analizar factores económicos de periodos pasados, presentes e incluso permite pronosticar el comportamiento de dichos factores a futuro, en este caso se tendrá en cuenta el Índice de Precios al Consumidor (IPC). Este indicador mide el comportamiento del costo promedio de una serie de productos específicos que hacen parte de la canasta familiar, respecto a un periodo base, los datos del IPC utilizados para proyectar las variaciones anuales de distintos aspectos financieros del proyecto se exponen a continuación en la Tabla 97.

Tabla 97. IPC anual

Año	Variación
2016	5,40%
2017	3,16%
2018	3,10%
2019	3,04%
2020	3,00%
2021	3,60%

Fuente: BANCOLOMBIA. “Indicadores macroeconómicos”. [En línea]. Disponible en: <http://www.grupobancolombia.com/wps/portal/empresas/capital-inteligente/investigaciones-economicas/> [Consultado el: 12/05/2016].

### 7.2 INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial permite estimar el monto de dinero necesario para poner en marcha el proyecto, teniendo en cuenta los activos fijos, los gastos de adecuación e insumos requeridos para dos meses, basándose en el cumplimiento del programa de producción; a continuación se muestra en la Tabla 98., el monto de la inversión inicial total

Tabla 98. Consolidado inversión inicial (COP)

Concepto	Valor
Activos fijos	16.040.300
Capital de trabajo	118.922.230
Diferidos	3.672.300
Total	138.634.830

**7.2.1 Activos fijos.** Son aquellos bienes que son explotados para desarrollar las actividades propias relacionadas al cumplimiento del objeto social de la empresa, y no están destinados a la venta, en la Tabla 99., se encuentra el valor total correspondiente a los activos fijos que deben adquirirse para poner en marcha el proyecto.

Tabla 99. Activos fijos (COP)

Concepto	Valor
Maquinaria y equipo	10.228.000
Equipo de computo	2.233.000
Muebles y enseres	3.579.300
Total	16.040.300

**7.2.2 Capital de trabajo.** El capital de trabajo se refiere a todos aquellos recursos que necesita la empresa para poder desarrollar sus actividades, aquí se incluyen los insumos y la materia prima necesarios para cubrir las proyecciones de producción, en la Tabla 100., se encuentra el monto total correspondiente al capital de trabajo requerido para desarrollar el proyecto.

Tabla 100. Capital de trabajo (COP)

Concepto	Valor
Materia prima	57.250.437
Mano de obra directa	22.012.489
Costos indirectos de fabricación	8.080.000
Gastos administrativos	26.814.645
Gastos de ventas	4.764.660
Total	118.922.230

**7.2.3 Cargos diferidos.** Los cargos diferidos son pagos efectuados por anticipado por concepto de gastos, bienes, servicios y costos que se relacionan con un beneficio económico a futuro, los diferidos asociados al proyecto se muestran en la Tabla 101.

Tabla 101. Capital de trabajo (COP)

Concepto	Valor
Adecuaciones	2.249.900
Constitución	524.600
Equipo de primeros auxilios	474.400
Protección personal	45.900
Papelería	213.400
Herramientas	164.100
<b>Total</b>	<b>3.672.300</b>

De la totalidad de la inversión inicial correspondiente a \$ 138.634.830, el 64% que equivale a \$ 88.634.830 (cifra redondeada), será asumido por el emprendedor o accionista y el 36% restante, que equivale a \$ 50.000.000 (cifra redondeada), se financiará bajo las condiciones especificadas a continuación en el numeral 7.3 AMORTIZACIONES.

### 7.3 AMORTIZACIONES

Las amortizaciones representan el pago de las mensualidades correspondientes a la financiación del 36% de la inversión inicial, que se realizará en el banco AV villas, en un plazo de 60 meses, a una tasa del 19,56% E.A., esta tasa se convirtió a nominal mensual utilizando la Ecuación 9., dando como resultado una tasa de 1,5%, esta tasa se aplicó al cálculo de la cuota fija mensual, que se calcula a continuación haciendo uso de la Ecuación 10., la cual dio como resultado una cuota fija mensual de \$ 1.269.671. En la Tabla 102., se muestran los cálculos respectivos al primer año de pagos; los demás cálculos para los cuatro años restantes se encuentran en el Anexo Q.

Ecuación 9. Tasa nominal mensual

$$j + 1 = (1 + le)^{\frac{1}{m}}$$

En donde:

j: tasa nominal mensual

le: tasa efectiva anual

M: número de periodos en el año

$$j + 1 = (1 + 19,56\%)^{\frac{1}{12}}$$

$$j = ((1 + 19,56\%)^{\frac{1}{12}}) - 1$$

$$j = (1,014998714) - 1$$

$$j = 0,149998 \cong 0,015$$



Ecuación 10. Cuota fija

$$Cuota = V * \left( \frac{j * (1 + j)^n}{(1 + j)^n - 1} \right)$$

En donde:

V: valor a financiar

j: tasa nominal mensual

n: número de periodos

$$Cuota = \$50.000.000 * \left( \frac{1,5\% * (1 + 1,5\%)^{60}}{(1 + 1,5\%)^{60} - 1} \right)$$

$$Cuota = \$50.000.000 * \left( \frac{1,5\% * 2,4432}{2,4432 - 1} \right)$$

$$Cuota = \$50.000.000 * \left( \frac{0,036648}{1,4432} \right)$$

$$Cuota = \$50.000.000 * (0,02539)$$

$$Cuota = \$1.269.671$$

Tabla 102. Amortización primer año de financiación (COP)

Periodo	Saldo Inicial	Intereses	Cuota	Abono a capital	Saldo final
Formula	= saldo final	= S. I. * j	Ecuación 12.	= Cuota - Interés	=S.I.+Int-cuota
0	50.000.000	0	0	0	50.000.000
1	50.000.000	750.000	1.269.671	519.671	49.480.329
2	49.480.329	742.205	1.269.671	527.466	48.952.862
3	48.952.862	734.293	1.269.671	535.378	48.417.484
4	48.417.484	726.262	1.269.671	543.409	47.874.075
5	47.874.075	718.111	1.269.671	551.560	47.322.514
6	47.322.514	709.838	1.269.671	559.834	46.762.681
7	46.762.681	701.440	1.269.671	568.231	46.194.450
8	46.194.450	692.917	1.269.671	576.755	45.617.695
9	45.617.695	684.265	1.269.671	585.406	45.032.289
10	45.032.289	675.484	1.269.671	594.187	44.438.102
11	44.438.102	666.572	1.269.671	603.100	43.835.002
12	43.835.002	657.525	1.269.671	612.146	43.222.856

Anualmente se realizaron las sumas correspondientes a los intereses y al abono a capital, como se encuentra a continuación en la Tabla 103.

Tabla 103. Consolidado intereses y abono a capital (COP)

Concepto	2017	2018	2019	2020	2021
Intereses	8.458.912	7.133.180	5.548.110	3.652.971	1.387.109
A. Capital	6.777.144	8.102.877	9.687.947	11.583.085	13.848.947

## 7.4 DEPRECIACIONES

“Es el mecanismo que reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él.”<sup>33</sup> En la Tabla 104., se encuentra el tiempo de depreciación según el tipo bien, la depreciación de cada activo se encuentra en la Tabla 105., su cálculo se realizó mediante la depreciación en línea recta.

Tabla 104. Vida útil

Activo	Vida útil
Inmuebles (incluidos los oleoductos)	20 años
Barcos, trenes, aviones, maquinaria, equipo y bienes muebles	10 años
Vehículos automotores y computadores	5 años

Tabla 105. Depreciación anual (COP)

Producción			
Concepto	Valor	Tiempo	Depreciación
Maquina plana	1.400.000	10 años	140.000
Maquina fileteadora	2.790.000	10 años	279.000
Fusionadora	1.200.000	10 años	120.000
Mesa de corte	534.000	10 años	53.400
Vaporizador	104.000	10 años	10.400
<b>Total</b>			<b>602.800</b>
Administración			
Concepto	Valor	Tiempo	Depreciación
Equipo de computo	1.000.000	5 años	200.000
Impresoras	149.000	5 años	29.800
Teléfonos	199.900	5 años	39.980
Sillas	609.200	5 años	121.840
Escritorio	399.900	5 años	79.980
Archivador	289.900	5 años	57.980
Mesa auxiliar	169.900	5 años	33.980
Biblioteca baja	199.900	5 años	39.980
Escritorio	179.900	5 años	35.980
Maniquí	190.000	5 años	38.000
Lámpara de escritorio	79.800	5 años	15.960
Calculadora de escritorio	84.000	5 años	16.800
Horno microondas	131.500	5 años	26.300
Mesa comedor	399.900	5 años	79.980
<b>Total</b>			<b>816.560</b>
Ventas			
Concepto	Valor	Tiempo	Depreciación
Mostrador	576.500	5 AÑOS	115.300
Silla de espera	559.600	5 AÑOS	111.920
Mesa auxiliar	169.900	5 AÑOS	33.980
<b>Total</b>			<b>261.200</b>
<b>Total depreciación anual</b>			<b>1.680.560</b>

<sup>33</sup> GERENCIE. “Depreciación”. [En línea]. Disponible en: <http://www.gerencie.com/depreciacion.html> [Consultado el: 09/05/2016].

## 7.5 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción son aquellos en los que incurre la empresa para que la producción se mantenga en funcionamiento; estos costos se asocian a los requerimientos de mano de obra, materia prima y otros costos indirectos que inciden en dicho proceso, tales como los servicios públicos, las depreciaciones y el arriendo. A continuación se muestran los costos asociados a la producción de blusas y chaquetas para dama, en la Tabla 106.

Tabla 106. Costos de producción (COP)

Materia prima					
Año	2017	2018	2019	2020	2021
Chaquetas	236.248.991	244.551.807	253.139.503	264.182.559	279.638.981
Blusas	118.124.429	122.228.113	126.561.449	132.068.884	139.808.485
Total M.P.	354.373.420	366.779.920	379.700.952	396.251.443	419.447.466
Mano de obra					
Año	2017	2018	2019	2020	2021
Total M.O.	136.248.501	140.472.205	144.742.560	149.084.837	177.704.785
Costos indirectos de fabricación					
Año	2017	2018	2019	2020	2021
Total CIF	44.324.071	45.679.431	47.049.760	48.443.169	50.591.348
Costo total	534.945.993	552.931.555	571.493.272	593.779.449	647.743.599

**7.5.1 Materia prima.** Son todos los elementos que sufren una transformación para llegar a formar parte del producto final. Para llegar a calcular los costos totales asociados a la materia prima anual por producto, como se muestra en la Tabla 109., para el caso de las blusas y en la Tabla 111., para el caso de las chaquetas, se consideró la variación de los precios año a año según el IPC, como se muestra en la Tabla 107., y adicional a ello los requerimientos de materia prima por producto año tras año según la demanda, como se evidencia en la Tabla 108., y en la Tabla 110., para blusas y chaquetas respectivamente.

Tabla 107. Variación de precios materia prima (COP)

M.P.	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Algodón	800	825	851	877	903	936
Tejido	3.700	3.817	3.935	4.055	4.177	4.327
Hilo	800	825	851	877	903	936
Viscosa	15.800	16.299	16.805	17.315	17.835	18.477
Brioni	10.050	10.368	10.689	11.014	11.344	11.753
Entretela	3.500	3.611	3.723	3.836	3.951	4.093
Mola	8.000	8.253	8.509	8.767	9.030	9.355
Marquilla	600	619	638	658	677	702
Etiqueta	50	52	53	55	56	58
Empaque	80	83	85	88	90	94
Bolsa	500	516	532	548	564	585

Tabla 108. Requerimientos de materia prima (unidades)

M.P.	Unidad	2017	2018	2019	2020	2021
Demanda	-	11.065	11.108	11.160	11.307	11.554
Hilo	30	790	793	797	808	825
Algodón	1,8	19.917	19.994	20.088	20.353	20.797
Tejido	2	22.130	22.216	22.320	22.614	23.108
Marquilla	1	11.065	11.108	11.160	11.307	11.554
Etiqueta	1	11.065	11.108	11.160	11.307	11.554
Empaque	1	11.065	11.108	11.160	11.307	11.554
Bolsa	1	11.065	11.108	11.160	11.307	11.554

Tabla 109. Costo de materia prima blusas (COP)

Insumo	2017	2018	2019	2020	2021
Hilo	651.750	674.843	698.969	729.624	773.136
Algodón	76.023.189	78.676.390	81.456.840	85.014.481	89.988.619
Tejido	27.396.940	28.347.616	29.350.800	30.641.970	32.420.524
Marquilla	6.849.235	7.086.904	7.343.280	7.654.839	8.110.908
Etiqueta	575.380	588.724	613.800	633.192	670.132
Empaque	918.395	944.180	982.080	1.017.630	1.086.076
Bolsa	5.709.540	5.909.456	6.115.680	6.377.148	6.759.090
Total	118.124.429	122.228.113	126.561.449	132.068.884	139.808.485

Tabla 110. Requerimientos de materia prima (unidades)

M.P.	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Demanda	-	4.059	4.075	4.094	4.148	4.238
Hilo	98	947	951	955	968	989
Viscosa	1,94	7.874	7.906	7.942	8.047	8.222
Brioni	1,54	6.251	6.276	6.305	6.388	6.527
Entretela	0,25	1.015	1.019	1.024	1.037	1.060
Mola	1	4.059	4.075	4.094	4.148	4.238
Marquilla	1	4.059	4.075	4.094	4.148	4.238
Etiqueta	1	4.059	4.075	4.094	4.148	4.238
Empaque	1	4.059	4.075	4.094	4.148	4.238
Bolsa	1	4.059	4.075	4.094	4.148	4.238

Tabla 111. Costo de materia prima chaquetas (COP)

Insumo	2017	2018	2019	2020	2021
Hilo	781.686	809.080	837.549	874.075	925.251
Viscosa	128.358.505	132.856.760	137.531.583	143.529.434	151.932.748
Brioni	64.811.581	67.082.868	69.443.309	72.471.782	76.714.836
Entretela	3.664.155	3.792.564	3.926.013	4.097.229	4.337.112
Mola	33.500.849	34.674.869	35.894.972	37.460.377	39.653.595
Marquilla	2.512.564	2.600.615	2.692.123	2.809.528	2.974.020
Etiqueta	209.380	216.718	224.344	234.127	247.835
Empaque	335.008	346.749	358.950	374.604	396.536
Bolsa	2.093.803	2.167.179	2.243.436	2.341.274	2.478.350
Total	236.248.991	244.551.807	253.139.503	264.182.559	279.638.981

**7.5.2 Mano de obra directa.** Es el costo de la mano de obra directamente implicada en la elaboración de los productos terminados, puntualmente son los gastos en los salarios de los operarios y del jefe de producción que son los responsables de cumplir con las metas propuestas. Para calcular el costo de mano de obra directa se sumaron los valores anuales, correspondientes al salario del jefe de producción y de los operarios respectivos en cada periodo ver Tabla 112, en donde se especifica el neto a pagar que corresponde a lo que recibirá el trabajador con los descuentos respectivos del 4% para AFP, y 4% para EPS.

Tabla 112. Costos de personal (COP)

Concepto	%	2016		2017		2018	
		Operario	Jefe de p.	Operario	Jefe de p.	Operario	Jefe de p.
Sueldo b.	-	993.801	1.711.401	1.025.205	1.765.481	1.056.986	1.820.211
Neto pagar	(-8%)	914.296	1.574.488	943.188	1.624.242	972.427	1.674.594
Prima	8,33 %	82.817	142.617	85.434	147.123	88.082	151.684
Auxilio de t	-	77.700	0	80.155	0	82.640	0
Cesantías	8,33%	82.784	142.560	85.400	147.065	88.047	151.624
Intereses c.	1%	828	1.426	854	1.471	880	1.516
Vacaciones	4,17%	41.441	71.365	42.751	73.621	44.076	75.903
Pensión	16%	59.008	273.824	164.033	282.477	169.118	291.234
Salud	12,5%	24.225	213.925	128.151	220.685	132.123	227.526
Riesgos p.	0,52%	5.188	8.934	5.352	9.216	5.517	9.502
Caja de c.	4%	39.752	68.456	41.008	70.619	42.279	72.808
SENA	2%	19.876	34.228	20.504	35.310	21.140	36.404
ICBF	3%	29.814	51.342	30.756	52.964	31.710	54.606
<b>Total mensual</b>		<b>1.657.233</b>	<b>2.720.078</b>	<b>1.709.602</b>	<b>2.806.032</b>	<b>1.762.600</b>	<b>2.893.019</b>
<b>Total anual</b>		<b>19.886.800</b>	<b>32.640.932</b>	<b>20.515.223</b>	<b>33.672.385</b>	<b>21.151.195</b>	<b>34.716.229</b>
Número de t.		5	1	5	1	5	1
<b>Total por cargo</b>		<b>99.434.002</b>	<b>32.640.932</b>	<b>102.576.116</b>	<b>33.672.385</b>	<b>105.755.976</b>	<b>34.716.229</b>
<b>Total costo m.o.</b>		<b>132.074.933</b>		<b>136.248.501</b>		<b>140.472.205</b>	

Tabla 112. (Continuación)

Concepto	%	2019		2020		2021	
		Operario	Jefe de P.	Operario	Jefe de P.	Operario	Jefe de P.
Sueldo b. Neto pagar	(-8%)	1.089.119	1.875.546	1.121.792	1.931.812	1.162.155	2.001.321
Prima	8,33 %	1.001.989	1.725.502	1.032.048	1.777.267	1.069.182	1.841.215
Auxilio de t.	-	90.760	156.295	93.483	160.984	96.846	166.777
Cesantías	8,33%	85.152	0	87.707	0	90.863	0
I. cesantías	1%	90.724	156.233	93.445	160.920	96.808	166.710
Vacaciones	4,17%	907	1.562	934	1.609	968	1.667
Pensión	16%	45.416	78.210	46.779	80.557	48.462	83.455
Salud	12,5%	174.259	300.087	179.487	309.090	185.945	320.211
Riesgos	0,52%	136.140	234.443	140.224	241.477	145.269	250.165
Caja de c.	4%	5.685	9.790	5.856	10.084	6.066	10.447
SENA	2%	43.565	75.022	44.872	77.272	46.486	80.053
ICBF	3%	21.782	37.511	22.436	38.636	23.243	40.026
		32.674	56.266	33.654	57.954	34.865	60.040
<b>Total mes</b>		<b>1.816.183</b>	<b>2.980.967</b>	<b>1.870.668</b>	<b>3.070.396</b>	<b>1.937.977</b>	<b>3.180.872</b>
<b>Total año</b>		<b>21.794.191</b>	<b>35.771.603</b>	<b>22.448.017</b>	<b>36.844.751</b>	<b>23.255.720</b>	<b>38.170.463</b>
<b>Número t.</b>		<b>5</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>1</b>
<b>Total cargo</b>		<b>108.970.957</b>	<b>35.771.603</b>	<b>112.240.086</b>	<b>36.844.751</b>	<b>139.534.322</b>	<b>38.170.463</b>
<b>Total M.O.</b>		<b>144.742.560</b>		<b>149.084.837</b>		<b>177.704.785</b>	

**7.5.3 Costos indirectos de fabricación.** Estos costos no están directamente relacionados con el proceso productivo, pero de alguna manera participan en su desarrollo, en la Tabla 113., se presentan los costos indirectos de fabricación asociados al proyecto, dichos cálculos se establecieron teniendo en cuenta que el área de producción corresponde al 50% de la planta.

Tabla 113. Costos indirectos de fabricación (COP)

Concepto	Valor total	2017	2018	2019	2020	2021
Depreciación		602.800	602.800	602.800	602.800	602.800
Energía (mensual)	2.852.000	7.652.739	8.199.974	8.753.253	9.315.851	20.010.855
Agua (bimensual)	2.200.000	680.856	701.963	723.302	745.001	771.807
Arriendo (mensual)	2.800.000	17.330.880	17.868.137	18.411.329	18.963.669	19.646.001
Teléfono (mensual)	960.000	5.942.016	6.126.218	6.312.456	6.501.829	6.735.772
Dotación (semestral)	70.000	722.120	744.506	767.139	790.153	982.300
Mantenimiento (cuatrimestral)	75.000	1.392.660	1.435.832	1.479.482	1.523.866	1.841.813
<b>Total</b>		<b>44.324.071</b>	<b>45.679.431</b>	<b>47.049.760</b>	<b>48.443.169</b>	<b>50.591.348</b>

## 7.6 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Los gastos administrativos son todos aquellos en los que incurre la empresa en su dirección y desarrollo, son todos los gastos que no están asociados a la producción y a las ventas. De la Tabla 114., a la Tabla 119., se muestran los gastos anuales asociados a los salarios de los empleados que desempeñan labores propias del área administrativa. En la Tabla 120., se encuentran los gastos asociados a servicios, arriendo y depreciación propios de las actividades administrativas de la empresa, estos gastos se establecieron teniendo en cuenta que la parte administrativa corresponde al 40,9% de la empresa; finalmente se consolidaron los gastos totales de administración en la Tabla 121.

Tabla 114. Gastos de personal administrativo 2016 (COP)

Concepto	%	2016			
		Gerente	Artista visual	Asesor contable	Auxiliar en servicios
Sueldo b	-	2.608.402	1.685.773	1.115.537	897.694
Neto pagar	(-8%)	2.399.729	1.550.911	1.026.294	825.878
Prima	8,33 %	217.367	140.481	92.961	74.808
Auxilio de t.	-	-	-	-	77.700
Cesantías	8,33%	217.280	140.425	92.924	74.778
I. cesantías	1%	2.173	1.404	929	748
Vacaciones	4,17%	108.770	70.297	46.518	37.434
Pensión	16%	417.344	269.724	178.486	143.631
Salud	12,5%	326.050	210.722	139.442	112.212
Riesgos	0,52%	13.616	8.800	5.823	4.686
Caja de c.	4%	104.336	67.431	44.621	35.908
SENA	2%	52.168	33.715	22.311	17.954
ICBF	3%	78.252	50.573	33.466	26.931
<b>Total mensual</b>		<b>4.145.758</b>	<b>2.679.344</b>	<b>1.773.019</b>	<b>1.504.482</b>
<b>Total anual</b>		<b>49.749.096</b>	<b>32.152.127</b>	<b>21.276.223</b>	<b>18.053.783</b>
<b>Total costo m. o.</b>		<b>121.231.229</b>			

Tabla 115. Costos en personal administrativo 2017(COP)

Concepto	%	2017			
		Gerente	Artista visual	Asesor contable	Auxiliar en servicios
Sueldo b	-	2.690.827	1.739.043	1.150.788	926.061
Neto pagar	(-8%)	2.475.560	1.599.919	1.058.724	851.976
Prima	8,33 %	224.236	144.920	95.899	77.172
Auxilio de t.	-	-	-	-	80.155
Cesantías	8,33%	224.146	144.862	95.861	77.141
l. cesantías	1%	2.241	1.449	959	771
Vacaciones	4,17%	112.207	72.518	47.988	38.617
Pensión	16%	430.532	278.247	184.126	148.170
Salud	12,5%	336.353	217.380	143.848	115.758
Riesgos	0,52%	14.046	9.078	6.007	4.834
Caja de c.	4%	107.633	69.562	46.032	37.042
SENA	2%	53.817	34.781	23.016	18.521
ICBF	3%	80.725	52.171	34.524	27.782
Total mensual		4.276.764	2.764.011	1.829.046	1.552.024
Total anual		51.321.168	33.168.134	21.948.551	18.624.282
Total costo m.o.		125.062.136			

Tabla 116. Costos en personal administrativo 2018 (COP)

Concepto	%	2018			
		Gerente	Artista visual	Asesor contable	Auxiliar en servicios
Sueldo b	-	2.774.243	1.792.953	1.186.462	954.769
Neto pagar	(-8%)	2.552.303	1.649.516	1.091.545	878.387
Prima	8,33 %	231.187	149.413	98.872	79.564
Auxilio de t.	-	-	-	-	82.640
Cesantías	8,33%	231.094	149.353	98.832	79.532
l. cesantías	1%	2.311	1.494	988	795
Vacaciones	4,17%	115.686	74.766	49.475	39.814
Pensión	16%	443.879	286.873	189.834	152.763
Salud	12,5%	346.780	224.119	148.308	119.346
Riesgos	0,52%	14.482	9.359	6.193	4.984
Caja de c.	4%	110.970	71.718	47.458	38.191
SENA	2%	55.485	35.859	23.729	19.095
ICBF	3%	83.227	53.789	35.594	28.643
Total mensual		4.409.344	2.849.696	1.885.746	1.600.136
Total anual		52.912.124	34.196.347	22.628.956	19.201.635
Total costo m.o.		128.939.062			



Tabla 117. Costos en personal administrativo 2019 (COP)

Concepto	%	2019			
		Gerente	Artista visual	Asesor contable	Auxiliar en servicios
Sueldo b.	-	2.858.580	1.847.459	1.222.530	983.794
Neto pagar	(-8%)	2.629.893	1.699.662	1.124.727	905.090
Prima	8,33 %	238.215	153.955	101.878	81.983
Auxilio de t.	-	-	-	-	85.152
Cesantías	8,33%	238.120	153.893	101.837	81.950
l. cesantías	1%	2.381	1.539	1.018	820
Vacaciones	4,17%	119.203	77.039	50.980	41.024
Pensión	16%	457.373	295.593	195.605	157.407
Salud	12,5%	357.322	230.932	152.816	122.974
Riesgos	0,52%	14.922	9.644	6.382	5.135
Caja de c.	4%	114.343	73.898	48.901	39.352
SENA	2%	57.172	36.949	24.451	19.676
ICBF	3%	85.757	55.424	36.676	29.514
Total mensual		4.543.388	2.936.326	1.943.073	1.648.780
Total anual		54.520.652	35.235.915	23.316.877	19.785.365
Total costo m.o.		132.858.809			

Tabla 118. Costos en personal administrativo 2020 (COP)

Concepto	%	2020			
		Gerente	Artista visual	Asesor contable	Auxiliar en servicios
Sueldo b	-	2.944.337	1.902.883	1.259.206	1.013.307
Neto pagar	(-8%)	2.708.790	1.750.652	1.158.469	932.242
Prima	8,33 %	245.361	158.574	104.934	84.442
Auxilio de t.	-	-	-	-	87.707
Cesantías	8,33%	245.263	158.510	104.892	84.409
l. cesantías	1%	2.453	1.585	1.049	844
Vacaciones	4,17%	122.779	79.350	52.509	42.255
Pensión	16%	471.094	304.461	201.473	162.129
Salud	12,5%	368.042	237.860	157.401	126.663
Riesgos	0,52%	15.369	9.933	6.573	5.289
Caja de c.	4%	117.773	76.115	50.368	40.532
SENA	2%	58.887	38.058	25.184	20.266
ICBF	3%	88.330	57.086	37.776	30.399
Total mensual		4.679.689	3.024.416	2.001.365	1.698.244
Total anual		56.156.272	36.292.993	24.016.383	20.378.926
Total costo m.o.		136.844.573			

Tabla 119. Costos en personal administrativo 2021 (COP)

Concepto	%	2021			
		Gerente	Artista visual	Asesor contable	Auxiliar en servicios
Sueldo b	-	3.050.278	1.971.351	1.304.514	1.049.767
Neto pagar	(-8%)	2.806.255	1.813.642	1.200.152	965.785
Prima	8,33 %	254.190	164.279	108.709	87.481
Auxilio de t.	-	-	-	-	90.863
Cesantías	8,33%	254.088	164.214	108.666	87.446
I. cesantías	1%	2.541	1.642	1.087	874
Vacaciones	4,17%	127.197	82.205	54.398	43.775
Pensión	16%	488.044	315.416	208.722	167.963
Salud	12,5%	381.285	246.419	163.064	131.221
Riesgos	0,52%	15.922	10.290	6.810	5.480
Caja de c.	4%	122.011	78.854	52.181	41.991
SENA	2%	61.006	39.427	26.090	20.995
ICBF	3%	91.508	59.141	39.135	31.493
<b>Total mensual</b>		<b>4.848.069</b>	<b>3.133.238</b>	<b>2.073.376</b>	<b>1.759.348</b>
<b>Total anual</b>		<b>58.176.833</b>	<b>37.598.853</b>	<b>24.880.517</b>	<b>21.112.181</b>
<b>Total costo m.o.</b>		<b>141.768.384</b>			

Tabla 120. Otros gastos de administración (COP)

Concepto	Valor U.	2017	2018	2019	2020	2021
Energía (mensual)	2.852.000	3.997.616	14.439.941	14.887.579	15.340.161	15.800.366
Agua (bimensual)	2.200.000	539.880	556.940	574.205	591.661	609.411
Arriendo (mensual)	2.800.000	13.742.400	14.176.660	14.616.136	15.060.467	15.512.281
Teléfono (mensual)	960.000	4.711.680	4.860.569	5.011.247	5.163.589	5.318.496
Depreciación		816.560	816.560	816.560	816.560	816.560
<b>Total</b>		<b>33.808.136</b>	<b>34.850.670</b>	<b>35.905.727</b>	<b>36.972.438</b>	<b>38.057.114</b>

Tabla 121. Total gastos administrativos (COP)

Concepto	2017	2018	2019	2020	2021
Nómina	125.062.136	128.939.062	132.858.809	136.844.573	141.768.384
otros	33.808.136	34.850.670	35.905.727	36.972.438	38.057.114
<b>Total</b>	<b>158.870.272</b>	<b>163.789.732</b>	<b>168.764.536</b>	<b>173.817.011</b>	<b>179.825.498</b>

## 7.7 GASTOS DE VENTAS

Son los gastos asociados al desarrollo de las actividades en ventas, como el salario del asesor comercial, los servicios del área de ventas, los gastos telefónicos en actividades comerciales e incluso gastos de envíos, en la Tabla 122., se muestran los gastos asociados al asesor comercial. En la Tabla 123., se encuentran los gastos indirectos asociados a las ventas, estos gastos se asignaron teniendo en cuenta que la zona de ventas equivale a un 9,10% de la

planta, y finalmente en la Tabla 124., se muestra el valor consolidado total de los gastos en ventas.

Tabla 122. Gastos de personal de ventas (COP)

Concepto	%	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Sueldo b	-	987.394	1.018.595	1.050.172	1.082.097	1.114.560	1.154.663
Neto pagar	(-8%)	908.402	937.107	966.158	995.529	1.025.395	1.062.289
Prima	8,33 %	82.283	84.883	87.514	90.175	92.880	96.222
Auxilio de t.	-	77.700	80.155	82.640	85.152	87.707	90.863
Cesantías	8,33%	82.250	84.849	87.479	90.139	92.843	96.183
I. cesantías	1%	822	848	875	901	928	962
Vacaciones	4,17%	41.174	42.475	43.792	45.123	46.477	48.149
Pensión	16%	157.983	162.975	168.027	173.136	178.330	184.746
Salud	12,5%	123.424	127.324	131.271	135.262	139.320	144.333
Riesgos	0,52%	5.154	5.317	5.482	5.649	5.818	6.027
Caja de c.	4%	39.496	40.744	42.007	43.284	44.582	46.187
SENA	2%	19.748	20.372	21.003	21.642	22.291	23.093
ICBF	3%	29.622	30.558	31.505	32.463	33.437	34.640
<b>Total mensual</b>		<b>1.647.050</b>	<b>1.699.097</b>	<b>1.751.769</b>	<b>1.805.022</b>	<b>1.859.173</b>	<b>1.926.068</b>
<b>Total anual</b>		<b>19.764.599</b>	<b>20.389.160</b>	<b>21.021.224</b>	<b>21.660.270</b>	<b>22.310.078</b>	<b>23.112.818</b>

Tabla 123. Otros gastos en ventas (COP)

Concepto	Valor total	2017	2018	2019	2020	2021
Energía (mensual)	2.852.000	3.212.799	3.312.395	3.413.092	3.515.485	3.641.976
Agua (bimensual)	2.200.000	123.916	127.757	131.641	135.590	140.469
Arriendo (mensual)	2.800.000	3.154.220	3.252.001	3.350.862	3.451.388	3.575.572
Teléfono (mensual)	960.000	1.081.447	1.114.972	1.148.867	1.183.333	1.225.910
Depreciación		261.200	261.200	261.200	261.200	261.200
<b>Total</b>		<b>7.833.581</b>	<b>8.068.325</b>	<b>8.305.662</b>	<b>8.546.996</b>	<b>8.845.127</b>

Tabla 124. Gastos en ventas (COP)

Concepto	2017	2018	2019	2020	2021
Nómina	20.389.160	21.021.224	21.660.270	22.310.078	23.112.818
Otros	7.833.581	8.068.325	8.305.662	8.546.996	8.845.127
<b>Total</b>	<b>28.222.742</b>	<b>29.089.550</b>	<b>29.965.931</b>	<b>30.857.073</b>	<b>31.957.945</b>

## 7.8 COSTO UNITARIO

Es el costo total que tiene en cuenta los costos indirectos de fabricación, los costos en la materia prima y la mano de obra directa, además de los costos indirectos de fabricación, especificados por unidad de un producto. En la Tabla 125., y en la Tabla 126., se encuentran los costos unitarios asociados a la producción de blusas y chaquetas respectivamente; el cálculo del costo de la mano de obra se efectuó teniendo en cuenta la proporción del tiempo requerido para cada producto por operario, en donde la producción de blusas requiere el 19% del tiempo, mientras que las chaquetas el 81% restante.

Tabla 125. Costo unitario de producción blusas (COP)

Concepto	2017	2018	2019	2020	2021
M.P.	118.124.429	122.228.113	126.561.449	132.068.884	139.808.485
M.O.	27.249.700	28.094.441	28.948.512	29.816.967	35.540.957
C.I.F.	26.594.443	27.407.658	28.229.856	29.065.901	30.354.809
Total costos	171.968.572	177.730.212	183.739.817	190.951.753	205.704.251
Total demanda	11.065	11.108	11.160	11.307	11.554
Costo unitario	15.542	16.000	16.464	16.888	17.804

Tabla 126. Costo unitario de producción chaquetas (COP)

Concepto	2017	2018	2019	2020	2021
M.P.	236.248.991	244.551.807	253.139.503	264.182.559	279.638.981
M.O.	108.998.801	112.377.764	115.794.048	119.267.869	142.163.828
C.I.F.	17.729.628	18.271.772	18.819.904	19.377.268	20.236.539
Total costos	362.977.421	375.201.343	387.753.455	402.827.696	442.039.348
Total unidades	4059	4075	4094	4148	4239
Costo unitario	89.425	92.074	94.713	97.114	104.304

## 7.9 PRECIO DE VENTA

El precio de venta se fija teniendo en cuenta los costos unitarios de producción de los dos productos y además teniendo en cuenta un porcentaje de ganancia sobre estos, que en este caso para las blusas el porcentaje equivale al 40%, ver Tabla 127., y para el caso de las chaquetas corresponde al 30%, ver Tabla 128. El cálculo del precio de venta se efectuó aplicando la Ecuación 11., como se muestra a continuación.

Ecuación 11. Precio de venta

$$P = \frac{\text{Costo unitario}}{(1 - (\%))}$$

$$P(\text{Blusas}) = \frac{\text{Costo unitario}}{(1 - (40\%))} \quad P(\text{Chaquetas}) = \frac{\text{Costo unitario}}{(1 - (30\%))}$$

Tabla 127. Precio de ventas blusas (COP)

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Precio v.	25.903	26.667	27.440	28.147	29.673
Redondeado	26.000	27.000	28.000	29.000	30.000

Tabla 128. Precio de venta chaquetas (COP)

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Precio v.	127.750	131.534	135.304	138.734	149.005
Redondeado	128.000	132.000	136.000	139.000	149.500

## 7.10 ESTADO DE RESULTADOS

A continuación en la Tabla 129., se encuentran los estados de resultados anuales asociados al proyecto, estos datos son la base para calcular el flujo de caja. El impuesto sobre la renta graba el 25% sobre la utilidad antes de impuestos, por ser una S.A.S. el porcentaje a pagar del impuesto va variando como se especifica.

Tabla 129. Estados financieros (COP)

Concepto	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	807.242.000	837.816.000	869.264.000	904.475.000	980.201.000
-Costo de producción	534.945.993	552.931.555	571.493.272	593.779.449	647.743.599
Utilidad bruta	272.296.007	284.884.445	297.770.728	310.695.551	332.457.401
Gastos administrativos	158.870.272	163.789.732	168.764.536	173.817.011	179.825.498
Gastos de ventas	28.222.742	29.089.550	29.965.931	30.857.073	31.957.945
-Total gastos	187.093.013	192.879.281	198.730.468	204.674.085	211.783.443
Utilidad operacional	85.202.994	92.005.163	99.040.260	106.021.467	120.673.958
-Gastos financieros	8.458.912	7.133.180	5.548.110	3.652.971	1.387.109
Utilidad antes de i.	76.744.082	84.871.984	93.492.150	102.368.495	119.286.848
Porcentaje del impuesto	25%	50%	75%	100%	100%
-Impuesto de renta 25%	4.796.505	10.608.998	17.529.778	25.592.124	29.821.712
Utilidad neta	71.947.577	74.262.986	75.962.372	76.776.371	89.465.136

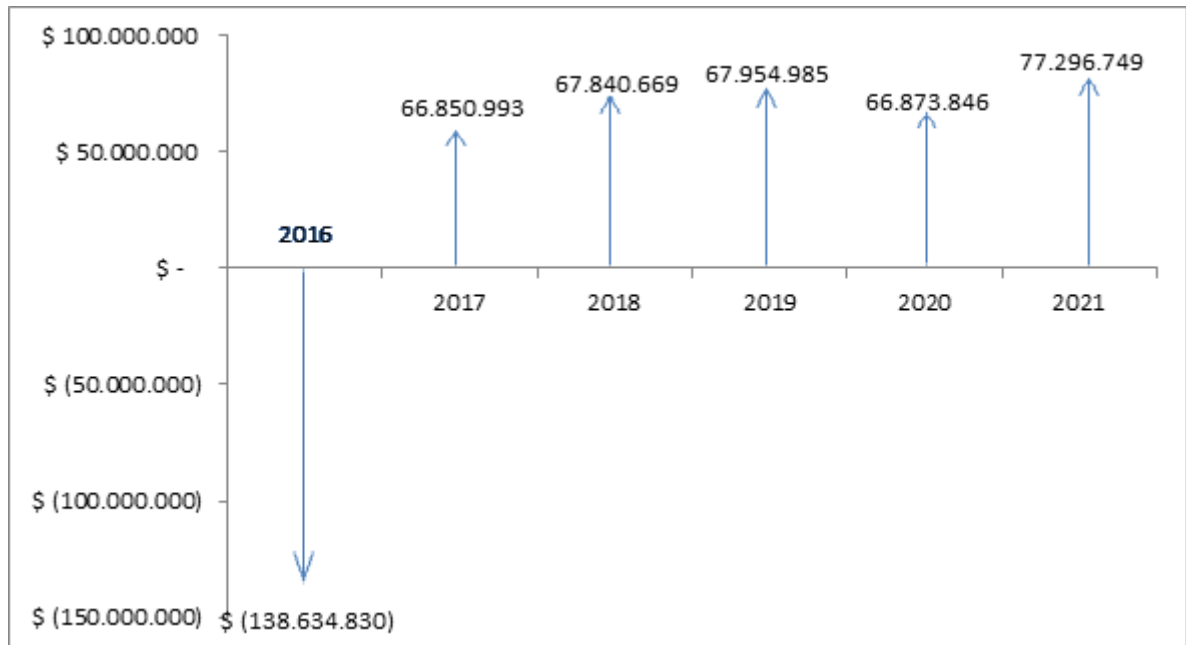
## 7.11 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es un estado financiero, pretende brindar información de interés a nivel financiero de una empresa en un periodo de tiempo, contemplando factores económicos como las variaciones anuales presentadas en los ingresos y gastos, como se muestra en la Tabla 130., y se ilustra en el Gráfico 54.

Tabla 130. Flujo de caja (COP)

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Utilidad neta		71.947.577	74.262.986	75.962.372	76.776.371	89.465.136
Depreciaciones		1.680.560	1.680.560	1.680.560	1.680.560	1.680.560
Abono a capital		6.777.144	8.102.877	9.687.947	11.583.085	13.848.947
Inversiones	(138.634.830)	-	-	-	-	-
Flujo de caja	(138.634.830)	66.850.993	67.840.669	67.954.985	66.873.846	77.296.749

Gráfico 54. Flujo de caja



## 7.12 INDICADORES FINANCIEROS

Son herramientas de naturaleza financiera que permiten conocer el estado actual de una compañía y evaluar su comportamiento futuro, los indicadores financieros pretenden brindar un conocimiento de factores influyentes dentro de la empresa y de este modo brindar las bases para tomar decisiones encaminadas al beneficio y desarrollo de la misma.

**7.12.1 TIO.** La tasa de interés de oportunidad es el mínimo de ganancia que está dispuesto a aceptar el inversionista tras el desarrollo de un proyecto.

La inflación esperada para este año está alrededor del 6%, según un artículo publicado por la revista Dinero, que a su vez se basa en información proporcionada por el Banco de la Republica. Conociendo el promedio del DTF en los últimos 12 meses ver Tabla 129., la inflación esperada para este año e identificando que la tasa de rendimiento esperada equivale al 15%, se determinó una tasa interna de oportunidad del 26%.

Tabla 131. DTF mensual

Mes	DTF
Mayo	4,42%
Junio	4,40%
Julio	4,52%
Agosto	4,47%
Septiembre	4,41%
Octubre	4,72%
Noviembre	4,92%
Diciembre	5,24%
Enero	5,74%
Febrero	6,25%
Marzo	6,35%
Abril	6,65%
Promedio	5,17 %

Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. “DTF”. [En línea]. Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/df> [Consultado el: 09/05/2016].

**7.12.2 VPN.** El valor presente neto es una herramienta usada para la evaluación financiera de un proyecto debido a que “permite “transformar” los costos a lo largo de la vida del proyecto a valores actuales, teniendo en cuenta el efecto de las tasas de interés financieras,”<sup>34</sup> y ratificar que cumpla con la finalidad de maximizar la utilidad que se busca con el desarrollo e implementación de un proyecto a nivel empresarial.

Ecuación 12. Valor presente neto

$$VPN = -Inversion\ inicial + \frac{Fc1}{(1+i)} + \frac{Fc1}{(1+i)^2} + \frac{Fc1}{(1+i)^3} + \frac{Fc1}{(1+i)^4} + \frac{Fc1}{(1+i)^5}$$

$$VPN = -138.634.830 + \frac{66.850.993}{(1+26\%)} + \frac{67.840.669}{(1+26\%)^2} + \frac{67.954.985}{(1+26\%)^3} + \frac{66.873.846}{(1+26\%)^4} + \frac{77.296.749}{(1+26\%)^5}$$

$$VPN = -138.634.830 + 52.983.106 + 42.613.699 + 33.830.622 + 26.386.059 + 24.171.801$$

$$VPN = 41.350.456$$

Tras la aplicación de la Ecuación 12., presentada anteriormente se obtuvo el valor presente neto correspondiente, dichos cálculos arrojaron un valor de \$ 41.350.456. Dado que el VPN obtenido es mayor a cero es posible concluir que el proyecto es factible.

<sup>34</sup> INGENIERÍA. “Valor presente neto”. [En línea]. Disponible en: <http://ingenieriacivil.tutorialesaldia.com/evaluacion-financiera-en-la-gestion-de-proyectos-el-valor-presente-neto-vpn/> [Consultado el: 09/05/2016].

**7.12.3 TIR.** La tasa interna de retorno es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones; la tasa interna de retorno se utiliza habitualmente para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos (Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto).<sup>35</sup> El cálculo de la TIR se efectuó por medio de la aplicación del método del tanteo, buscando obtener un VPN muy cercano a cero, variando la tasa como se muestra en la Ecuación 13.

Ecuación 13. TIR

$$0 = -Inversion\ inicial + \frac{Fc1}{(1+i)} + \frac{Fc1}{(1+i)^2} + \frac{Fc1}{(1+i)^3} + \frac{Fc1}{(1+i)^4} + \frac{Fc1}{(1+i)^5}$$

$$0 = -138.634.830 + \frac{66.850.993}{(1+i)} + \frac{67.840.669}{(1+i)^2} + \frac{67.954.985}{(1+i)^3} + \frac{66.873.846}{(1+i)^4} + \frac{77.296.749}{(1+i)^5}$$

$$0 = -138.634.830 + \frac{66.850.993}{(1+40\%)} + \frac{67.840.669}{(1+40\%)^2} + \frac{67.954.985}{(1+40\%)^3} + \frac{66.873.846}{(1+40\%)^4} + \frac{77.296.749}{(1+40\%)^5}$$

$$0 = -138.634.830 + 47.711.451 + 34.555.696 + 24.703.905 + 17.350.634 + 14.313.144$$

La tasa interna de retorno obtenida tras el reconocimiento del flujo de caja del proyecto, equivale a 40%, al ser mucho mayor que la tasa interna de oportunidad es posible afirmar que el proyecto es rentable.

---

<sup>35</sup> CARDONA, Alberto, Formulación y evaluación de proyectos agrarios. Segunda edición. Editorial Ecoe. [Consultado el: 13/05/2016].



## 8. CONCLUSIONES

- En general la industria manufacturera es una industria que ha cobrado mucha fuerza en el país en los últimos años y si se trata de la industria de la confección en especial, es una industria muy atractiva que va en crecimiento y que ha generado aportes considerables en el empleo en Bogotá y Medellín primordialmente; se concluye así que este es un ambiente propicio para la creación de empresa.
- El mercado objetivo para los productos ofrecidos por el proyecto lo constituyen mujeres entre los 15 y 44 años de edad, que viven en las localidades de Usaquén y Chapinero, además se identificó que la ubicación más favorable para el proyecto se encuentra en la localidad de Engativá; finalmente se estableció la demanda para el 2016 mostrando un panorama alentador respecto a las proyecciones establecidas hasta el 2021.
- El proceso de producción requiere de la implementación de técnicas responsables con el ambiente que no generen impactos negativos en él; el proceso descrito tanto para blusas como para chaquetas obedece a una estructura lineal, en donde solo se requerirá el aumento de la inversión en maquinaria hasta el quinto año del proyecto, según lo identificado tras el cálculo de las capacidades que estableció 6 máquinas y 5 operarios.
- La estructura organizacional requerida para el adecuado funcionamiento del proyecto es una estructura pequeña y compacta, que abarca los principales frentes empresariales, además de que tiene en cuenta el comercio justo, que es uno de los principios éticos de la moda, principalmente en el establecimiento de la política salarial y en la asignación de funciones para cada cargo.
- La forma más apropiada de constitución según las características del proyecto, es como Sociedad por Acciones Simplificada, y para que pueda empezar a funcionar de manera legal se requiere la realización de ciertos trámites accesibles y específicos, tanto a nivel jurídico como tributario.
- El desarrollo de las actividades propias de la confección aunque no generan impactos negativos en grandes proporciones exigen la implementación de programas de reciclaje y de disposición responsable de residuos sólidos, con la finalidad de evitar la explotación irracional de los recursos y la contaminación del entorno en el que se desarrollará el proyecto.
- El proyecto tiene una evaluación financiera positiva, debido a que el VPN es de \$41.350.456 y la TIR es de 40% se puede afirmar que el proyecto es factible y rentable. Se espera ejecutar dicho proyecto a futuro, dado que el margen de rentabilidad es del 14%.

## 9. RECOMENDACIONES

- Establecer relaciones de mutuo beneficio con comunidades de indígenas o artesanos que permitan incluir técnicas ancestrales artesanales en los diseños de las prendas que no solo les brinden oportunidades sino que además le den un mayor valor agregado al producto final.
- Estudiar la factibilidad de abrir un punto de venta en las localidades de Usaquén y Chapinero que brinde mayor proximidad y accesibilidad al mercado objetivo.
- Desarrollar un estudio de mercados internacional, debido a que por el enfoque de diseño artesanal que poseen los productos, pueden llegar a tener una gran acogida en mercados extranjeros.
- Identificar productos que permitan ampliar el portafolio y que de la misma manera permitan ampliar el mercado.

## BIBLIOGRAFÍA

ACOSTA, Leidy; GUERRERO, Lorena y RODRIGUEZ, Clara. Evolución De La Competitividad De Las Pymes Del Sector Textil En Bogotá, Para El Subsector Textil-Confecciones, En El Periodo 2000-2005. <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/12086/T10.08%20A72e.pdf?sequence=1>. En línea.: Universidad de la Salle, 2014. p. 16.

AITECO. Gestión De La Calidad y De La Excelencia. [Electronic(1)]. 22/03/2016. [Consultado el 03/262016]. Disponible en: <http://www.aiteco.com/>

AKTIVA. Estudios Sectoriales. [Electronic(1)]. 06/06/2013. [Consultado el 03/262016]. Disponible en: <http://aktiva.com.co/blog/Estudios%20sectoriales/2013/confeccion.pdf>

BACA Urbina, Gabriel. Evaluación de proyectos. Quinta Edición. Editorial Mc Graw Hill.

BANCO DE LA REPÚBLICA. Tasas De Empleo y Desempleo. [Electronic(1)]. 14/05/2016. [Consultado el 05/142016]. Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/tasas-empleo-desempleo>

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. La Cámara De Comercio De Bogotá Le Apuesta Al Sector De Textil Confección. [Electronic(1)]. 05/02/2016. [Consultado el 04/242016]. Disponible en: <file:///C:/Users/user/Downloads/La%20C%C3%A1mara%20de%20Comercio%20de%20Bogot%C3%A1%20le%20apuesta%20al%20sector%20de%20textil%20confecci%C3%B3n.pdf>

CARDONA, Alberto, Formulación y evaluación de proyectos agrarios. Segunda edición. Editorial Ecoe.

CARTEL, Urbano. "¿quién Hizo Mi Ropa?" : El #fashrev Le Ayuda a Buscar La Respuesta. [Electronic(1)]. 31/08. [Consultado el 01/092015]. Disponible en: <http://cartelurbano.com/moda/quien-hizo-mi-ropa-el-fashrev-le-ayuda-buscar-la-respuesta>

CASTAÑO, Pilar. Dvotio, La Devocion Por El Trabajo De Los Artesanos De Colombia. [Electronic(1)]. 04/07. [Consultado el 27/082015]. Disponible en: <http://pilarmode.com/dvotio-la-devocion-por-el-trabajo-de-los-artesanos-de-colombia/>

CORTE Y CONFECCIÓN. Herramientas De Trabajo. [Electronic(1)]. 11/03/2016. [Consultado el 03/152016]. Disponible en: <http://corteyconfeccioncnp.blogspot.com.co/2010/05/herramientas-de-trabajo.html>

DANE. Índice De Precios Al Consumidor (IPC). [Electronic(1)]. 28/08/2014. [Consultado el 02/082016]. Disponible en: [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/ipc\\_autocapacita.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/ipc_autocapacita.pdf)

DANE. Encuesta Mensual Manufacturera (Noviembre De 2015). [Electronic(1)]. 18/01/2016. [Consultado el 03/162016]. Disponible en: [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mmm/bol\\_mmm\\_nov15.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mmm/bol_mmm_nov15.pdf)

DIAN. Aspectos Generales RUT. [Electronic(1)]. 04/03/2011. [Consultado el 03/242016]. Disponible en: [http://www.dian.gov.co/descargas/ayuda/guia\\_rut/content/Generalidades1.htm](http://www.dian.gov.co/descargas/ayuda/guia_rut/content/Generalidades1.htm)

DINERO. ¿Qué Nos Deja El Índice Departamental De Competitividad 2015? [Electronic(1)]. 08/03/2016. [Consultado el 03/082016]. Disponible en: <http://www.dinero.com/economia/articulo/resultados-del-indice-departamental-competitividad-2015/216129>

DINERO. Bogotá Una Ciudad Sostenible. [Electronic(1)]. 26/09/2008. [Consultado el 3/04/20162016]. Disponible en: <http://www.dinero.com/Buscador?query=economia%20bogota&post=dinero&limit=10&offset=0>

DINERO. Congestión Poblacional En Bogotá. [Electronic(1)]. 24/03/2016. [Consultado el 03/242016]. Disponible en: <http://www.dinero.com/pais/articulo/densidad-poblacional-bogota/207534>

EL ESPECTADOR. Buenas Calificaciones De Bogotá En Finanzas Públicas. [Electronic(1)]. 11/04/2016. [Consultado el 04/112016]. Disponible en: <http://www.elspectador.com/noticias/bogota/buenas-calificaciones-de-bogota-finanzas-publicas-articulo-607431>

EL TIEMPO. Sabe Qué Es La Matrícula Mercantil. [Electronic(1)]. 25/04/2016. [Consultado el 04/252016]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-482174>

ENCICLOPEDIA FINANCIERA. Estructura Organizacional. [Electronic(1)]. 18/04/2016. [Consultado el 04/222016]. Disponible en: <http://www.encyclopediafinanciera.com/organizaciondeempresas/estructura-organizacional.htm>

ESPINOSA,Roberto. Cómo Definir Misión, Visión y Valores, En La Empresa. [Electronic(1)]. 19/04/2016. [Consultado el 04/192016]. Disponible en: <http://robertoespinosa.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa/>

FASHION REVOLUTION. We are Fashion Revolution Colombia. [Electronic(1)]. 23/03. [Consultado el 26/082015]. Disponible en: <http://fashionrevolution.org/country/colombia/>

FENALCO. Bitácora Económica Mayo De 2016. [Electronic(1)]. 18/04/2016. [Consultado el 19/04/2016]. Disponible en: <http://www.fenalco.com.co/bitacoraeconomica>

FORO DE LA MODA ÉTICA. Principios De Moda Etica. [Electronic(1)]. [Consultado el 08/182015]. Disponible en: [http://www.modaetica.com/principios\\_detalle.php](http://www.modaetica.com/principios_detalle.php)

FUNDES. Guía De Buenas Prácticas Para El Sector Textiles. [Electronic(1)]. 28/03/2003. [Consultado el 05/042016]. Disponible en: [http://www.siame.gov.co/siame/documentos/Guias\\_Ambientales/Gu%C3%ADas%20Resoluci%C3%B3n%201023%20del%2028%20de%20julio%20de%202005/INDUSTRIAL%20Y%20MANUFACTURERO/Gu%C3%ADa%20Buenas%20Pr%C3%A1cticas%20Textiles.pdf](http://www.siame.gov.co/siame/documentos/Guias_Ambientales/Gu%C3%ADas%20Resoluci%C3%B3n%201023%20del%2028%20de%20julio%20de%202005/INDUSTRIAL%20Y%20MANUFACTURERO/Gu%C3%ADa%20Buenas%20Pr%C3%A1cticas%20Textiles.pdf)

GARCÍA, Roberto. Estudio Del Trabajo. Segunda ed. México: McGraw-Hill, 2012. 450 p.

GERENCIE. Sistema De Facturación. [Electronic(1)]. 22/04/2016. [Consultado el 04/222016]. Disponible en: <http://www.gerencie.com/resolucion-de-facturacion-cuando-es-autorizada-o-habilitada-en-papel-no-se-puede-utilizar-para-facturar-por-computador>

GREENPACE. El Tratamiento De Textiles y Sus Repercusiones Ambientales. [Electronic(1)]. 06/18. [Consultado el 25/082015]. Disponible en: <http://www.greenpeace.org/espana/Global/espana/report/other/el-tratamiento-de-textil>

HECHO X NOSOTROS. Moda Ética En Accion. [Electronic(1)]. 10/11. [Consultado el 30/082015]. Disponible en: <http://www.hechoxnosotros.com/pdf/ModaEtica.pdf>

HERNÁNDEZ, Fernando y GALVIS, Mauricio. Estudio Analítico Del Sector Estratégico De Confecciones Para El Direccionamiento Estratégico. Caso: Confecciones Sifer Ltda. <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4581/1022367424-2013.pdf?sequence=1>. En línea.: Universidad del Rosario, 2013. p. 35.

HERRERA, Nicolás. Plan De Negocios Para Producir y Comercializar Confecciones Con Un Excelente Nivel De Diseño y Calidad, Siñendonos Al Cumplimiento Cabal Que Exige El Marco De La Responsabilidad Social Empresarial, Con Énfasis En El Capital Humano. <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis443.pdf>. En Línea.: Pontificia Universidad Javeriana, 2011. p. 63-74.

HURTADO, Jhonny. Diseño Del Programa De Salud Ocupacional y Adecuación Planta Para La Empresa Confecciones Gaudy. <http://repositorio.utp.edu>.

co/dspace/bitstream/11059/2190/1/61362H967.pdf. En línea.: Universidad tecnológica de Pereira, 2013. p. 14.

INGENIERÍA,Industrial. Cálculo De Tiempos Estandar. [Electronic(1)]. 10/03/2016. [Consultado el 03/102016]. Disponible en: <http://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/estudio-de-tiempos/c%C3%A1lculo-del-tiempo-est%C3%A1ndar-o-tipo/>

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TECNICAS Y CERIFICACION, Norma Técnica Colombiana NTC 1486- “Documentación, presentación de tesis, trabajos de grado y otros trabajos de investigación”, Bogotá D.C. ICONTEC 2008.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TECNICAS Y CERIFICACION, Norma Técnica Colombiana NTC 4490- “Referencias documentales para fuentes de información electrónicas”, Bogotá D.C. ICONTEC 2008.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TECNICAS Y CERIFICACION, Norma Técnica Colombiana NTC 5613- “Referencias Bibliográficas. Contenido, forma y estructura”, Bogotá D.C. ICONTEC 2008.

LEGISCOMEX. Textiles y Confecciones En Colombia. [Electronic(1)]. 04/09/2012. [Consultado el 03/112016]. Disponible en: <http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/documento-completo-estudio-de-mercado-sector-textil-confecciones-colombia-2012-actualizado-legiscomex.pdf>

LÓPEZ,María y PELLAT,Adriana. Estudio Administrativo.. Un Apoyo En La Estructura Organizacional Del Proyecto De Inversión. [Electronic(1)]. 17/09/2012. [Consultado el 15/04/20162016]. Disponible en: <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudioadmtivo.pdf>

MAATHAI,Organic. Nuestra Filosofía. [Electronic(1)]. 06/08. [Consultado el 27/082015]. Disponible en: <http://www.maathaiorganic.com/shop/about-us-2/>

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Decreto 210 De Febrero 3 De 2003. [Electronic(1)]. 15/02/2007. [Consultado el 25/03/20162016]. Disponible en: [http://www.puntofocal.gov.ar/notific\\_otros\\_miembros/col86\\_t.pdf](http://www.puntofocal.gov.ar/notific_otros_miembros/col86_t.pdf)

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Informes De Industria. [Electronic(1)]. 7/02/2016. [Consultado el 02/072016]. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=15695>

MUÑOZ,Martín. Diseño De Distribución En Planta De Una Empresa Textil. [Electronic(1)]. 05/01/2009. [Consultado el 08/05/20162016]. Disponible en: [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/monografias/ingenie/munoz\\_cm/contenido](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/monografias/ingenie/munoz_cm/contenido)

NARESH K. Malhotra. Investigación de mercados. Quinta Edición. Editorial Pearson.

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. El Presidente Santos Anuncia Medidas Para Impulsar El Sector Textil. [Electronic(1)]. 07/05/2016. [Consultado el 05/072016]. Disponible en: [http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2013/Enero/Paginas/20130122\\_03.aspx](http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2013/Enero/Paginas/20130122_03.aspx)

PREZI. Analisis a Partir De Las Cinco Fuerzas De Porter. [Electronic(1)]. 4 septiembre de 2015. [Consultado el 02/072016]. Disponible en: <https://prezi.com/iapooskabbrj/analisis-a-partir-de-las-5-fuerzas-de-porter/>

PROCAFTINATIONS. Moda Etica y Sostenible. [Electronic(1)]. 28/07. [Consultado el 27/082015]. Disponible en: <http://procraftinations.co.uk/>

PROCOLOMBIA. Oportunidad De Negocios En Sector Confecciones. [Electronic(1)]. 04/03/2016. [Consultado el 04/03/20162016]. Disponible en: <http://www.colombiatrade.com.co/oportunidades/sectores/prendas-de-vestir/confecciones>

PROCOLOMBIA. Oportunidades De Inversión En Bogotá - Cundinamarca. [Electronic(1)]. 03/03/2016. [Consultado el 03/032016]. Disponible en: <http://www.inviertaencolombia.com.co/informacion-regional/bogota-dc.html>

SABRIA, Federico. Cadena de suministro. Segunda Edición. Editorial Alfaomega.

SECRETARÍA DISTRITAL DE HACINEDA. Registro De Información Tributaria. [Electronic(1)]. 24/04/2016. [Consultado el 04/242016]. Disponible en: <http://www.shd.gov.co/shd/registro-de-informacion-tributaria>

SENA. Modisteria, La Máquina De Coser. [Electronic(1)]. 20/01/2013. [Consultado el 02/172016]. Disponible en: [http://biblioteca.sena.edu.co/exlibris/aleph/u21\\_1/alephe/www\\_f\\_spa/icon/40399/hilos\\_maquina/maquina\\_coser.html](http://biblioteca.sena.edu.co/exlibris/aleph/u21_1/alephe/www_f_spa/icon/40399/hilos_maquina/maquina_coser.html)

SGS,Academy. Aspectos e Impactos Ambientales. [Electronic(1)]. 17/03/2016. [Consultado el 03/172016]. Disponible en: [http://ambientebogota.gov.co/c/document\\_library/get\\_file?uuid=1c697920-c8b1-4425-8952-1b16718a223b&groupId=24732](http://ambientebogota.gov.co/c/document_library/get_file?uuid=1c697920-c8b1-4425-8952-1b16718a223b&groupId=24732)

TRIVIÑO, Luz Ángela. Aglomeración Productiva y Desarrollo Local: Textiles y Confecciones, Puente Aranda, Bogotá. [http://cider.uniandes.edu.co/@Publicaciones/documentos/27\\_Aglomeracion\\_productiva\\_Luz\\_Angela\\_Trivino.pdf](http://cider.uniandes.edu.co/@Publicaciones/documentos/27_Aglomeracion_productiva_Luz_Angela_Trivino.pdf). En línea.: Universidad de los Andes, 2013. p. 41.

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA. Gestión Del Talento Humano. [Electronic(1)]. 30/10/2012. [Consultado el 13/04/20162016]. Disponible en: [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/107010/107010/ejercicio\\_de\\_una\\_escalade\\_valoracin\\_de\\_puestos.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/107010/107010/ejercicio_de_una_escalade_valoracin_de_puestos.html)

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA. Guía Para El Manejo Integral De Residuos. [Electronic(1)]. 27/07/2011. [Consultado el 02/272016]. Disponible en: <http://www.metropol.gov.co/Residuos/Documents/Cartillas/confeccion,%20telas%20y%20vestuario.pdf>



## **ANEXOS**

ANEXO A  
ENCUESTAS

Heidy Peralta

Esta encuesta se realiza con el objetivo de determinar algunos aspectos a la hora de comprar prendas de vestir como blusas y chaquetas para dama. Las preguntas formuladas a continuación se relacionan con el proyecto, resolverlas tomará 2 minutos de su tiempo, responda marcando con una X. Gracias por su atención.

1. ¿Conoce las ecofibras o las telas ecológicas?

Sí  No

(si marca si pase a la 2 y si no a la 3)

2. ¿Qué tipo de ecofibras conoce?

\_\_\_\_\_

3. ¿Qué estilo prefiere en prendas como blusas y chaquetas?

Sport / casual  Vintage  
 Denim  Elegante

4. ¿Qué tipo de tela prefiere para prendas como blusas y chaquetas?

Eco fibras  
 Lana  
 Algodón orgánico  
 Telas sintéticas  
 Le es indiferente

5. ¿Cuáles de las siguientes marcas tienen mayor posicionamiento en el mercado?

Amelia Toro  Rapsodia  
 Desigual  Zara  
 Otra ¿Cuál? \_\_\_\_\_

6. ¿Con que frecuencia compra blusas?

No compra  
 De 1 a 2 veces al año  
 De 3 a 5 veces al año  
 De 6 a 8 veces al año  
 Más de 8 veces al año

7. ¿con que frecuencia compra chaquetas?

No compra  
 De 1 a 2 veces al año  
 De 3 a 5 veces al año  
 De 6 a 8 veces al año  
 Más de 8 veces al año

8. ¿Dónde acostumbra a comprar blusas y chaquetas?

Centros comerciales  Tiendas  
 Almacenes de cadena  Otro

9. ¿Qué talla utiliza usted?

XS  S  L  
 M  XL

10. ¿En qué rango de edad se encuentra ubicada usted?

15 a 24 años  25 a 34 años  
 35 a 44 años  Ninguna de las anteriores

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una blusa?

\$50.000 a \$100.000  
 \$101.000 a \$150.000  
 \$151.000 a \$200.000  
 \$201.000 o más

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una chaqueta?

\$70.000 a \$225.000  
 \$226.000 a \$380.000  
 \$381.000 a \$535.000  
 \$536.000 a más

13. ¿Cuál es su motivo de compra más frecuente?

Uso personal  
 Regalo

Diana Rincon

Esta encuesta se realiza con el objetivo de determinar algunos aspectos a la hora de comprar prendas de vestir como blusas y chaquetas para dama. Las preguntas formuladas a continuación se relacionan con el proyecto, resolverlas tomará 2 minutos de su tiempo, responda marcando con una X. Gracias por su atención.

1. ¿Conoce las ecofibras o las telas ecológicas?

Sí  No

(si marca si pase a la 2 y si no a la 3)

2. ¿Qué tipo de ecofibras conoce?

\_\_\_\_\_

3. ¿Qué estilo prefiere en prendas como blusas y chaquetas?

Sport / casual  Vintage  
 Denim  Elegante

4. ¿Qué tipo de tela prefiere para prendas como blusas y chaquetas?

Eco fibras  
 Lana  
 Algodón orgánico  
 Telas sintéticas  
 Le es indiferente

5. ¿Cuáles de las siguientes marcas tienen mayor posicionamiento en el mercado?

Amelia Toro  Rapsodia  
 Desigual  Zara  
 Otra ¿Cuál? \_\_\_\_\_

6. ¿Con que frecuencia compra blusas?

No compra  
 De 1 a 2 veces al año  
 De 3 a 5 veces al año  
 De 6 a 8 veces al año  
 Más de 8 veces al año

7. ¿con que frecuencia compra chaquetas?

No compra  
 De 1 a 2 veces al año  
 De 3 a 5 veces al año  
 De 6 a 8 veces al año  
 Más de 8 veces al año

8. ¿Dónde acostumbra a comprar blusas y chaquetas?

Centros comerciales  Tiendas  
 Almacenes de cadena  Otro

9. ¿Qué talla utiliza usted?

XS  S  L  
 M  XL

10. ¿En qué rango de edad se encuentra ubicada usted?

15 a 24 años  25 a 34 años  
 35 a 44 años  Ninguna de las anteriores

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una blusa?

\$50.000 a \$100.000  
 \$101.000 a \$150.000  
 \$151.000 a \$200.000  
 \$201.000 o más

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una chaqueta?

\$70.000 a \$225.000  
 \$226.000 a \$380.000  
 \$381.000 a \$535.000  
 \$536.000 a más

13. ¿Cuál es su motivo de compra más frecuente?

Uso personal  
 Regalo

ANEXO B  
COTIZACIONES DE ELEMENTOS PUBLICITARIOS

## Cotización página WEB



Av. Calle 19 No. 10 - 06  
 Tel: 284 49 55 • 282 31 42 • 409 52 54  
 • 483 91 24 • 341 85 32  
 Cel: 310 288 1682 • 316 342 7321  
 310 266 2588 • 321 231 8390  
[ventas@ofimax.org](mailto:ventas@ofimax.org) • Bogotá D.C.

---

Diseño web

### Economicó

- Diseño web  
PLAN FLAYER
- Diseño web  
PLAN BROCHURE
- Diseño web  
PLAN PORTAFOLIO
- Diseño web  
PLAN EMPRESARIAL
- Diseño web  
PLAN PREMIUM
- Diseño web  
PLAN SUPERPLUS

## Diseño Plan Portafolio

Para empresas con mucho más por ofrecer.



**Descripción del plan:**

- **Fotografías:** Hasta 15 imágenes por pantalla.
- **Pantallazos:** 6 paginas con respectivo enlace.
- **Desarrollo:** Html y javascript.
- **Dominio y hosting:** Por un año.
- **Correos corporativos:** 10 correos empresariales.
- **Contactenos:** Formulario web incluido.
- **Modificaciones:** Podras tener 6 cambios de contenido. (Sin ningun costo)
- **Publicación en google:** Enviaremos a Google su Direccion WEB.

Desde

# \$600.000 pesos

[Ver más](#)
[Contactar](#)

## Cotización volantes



Av. Calle 19 No. 10 - 06  
 Tel: 284 49 55 • 282 31 42 • 409 52 54 • 483 91 24  
 Cel: 310 288 1682 • 316 342 7321  
 310 266 2588 • 321 231 8390  
[ventas@ofimax.org](mailto:ventas@ofimax.org) • Bogotá D.C.

---

Home | [Paginas Web](#) | [Papelería](#) | [Publicitarios](#) | [Sellos](#) | [Carnets](#) | [Empaques](#) | [Avisos Leds](#) | [Relojes deportivos](#) | [Contactos](#)

### VOLANTES MEDIA CARTA

## OFERTAS

**1.000 VOLANTES \$90MIL**

**90**

Cada Uno

**4.000 VOLANTES \$280MIL**

**70**

Cada Uno

## VOLANTES FULL COLOR x 1 Cara

\* Media Carta 21 x 14 cms.  
 \* Full Color por 1 Cara  
 \* Impresos en propalcote de 115 grs.


**FULL COLOR X1** **FULL COLOR X2** **PAPEL BOND** **PAPEL PERIODICO**

SITIOS AFINES


- [CATALOGOS](#)
- [CARPETAS](#)
- [TARJETAS](#)
- [IMANES](#)
- [TALONARIOS](#)
- [MEMBRETES](#)

## Cotización aviso de neón

Contáctenos en Bogotá +57 315 370 8524



Inicio Productos Avisos de neón Avisos luminosos Avisos acrílicos Avisos metálicos Contacto



Avisos de neón desde \$1'300.000

## ANEXO C

### ESTUDIO DE TIEMPOS

Fuente: INGENIERÍA INDUSTRIAL. "Herramientas para el estudio de tiempos". [En línea]. Disponible en: <http://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/estudio-de-tiempos/herramientas-para-el-estudio-de-tiempos/> [Consultado el: 09/03/2016].





## FORMATO DE TOMA DE TIEMPOS

Departamento: PRODUCCIÓN							
Estudio de métodos N°: 1				Hoja N° 1 de 2			
Observado por: Andrea Alejandra Garzón Medina							
Producto: Chaqueta para dama Ref Mola							
Fecha de observación: 23/03/2016							
Suplemento: 5%							
Actividad	1	2	3	4	5	Tiempo basico	Tiempo estandar
Selección de la tela, entretela y forro	0,48	0,49	0,46	0,57	0,51	0,5	0,525
Extender tela, entretela y forro	0,18	0,183	0,19	0,182	0,18	0,183	0,193
Acomodar patronaje	0,36	0,4	0,38	0,39	0,385	0,383	0,403
Dibujar guías	0,94	0,932	0,97	0,95	0,958	0,95	0,998
Retirar las guías	0,17	0,168	0,166	0,16	0,171	0,167	0,175
Cortar	4,621	4,59	4,581	4,53	4,593	4,583	4,813
Marcar las piezas	1,21	1,27	1,25	1,15	1,12	1,2	1,260
Guardar los sobrantes de tela, entretela y forro	0,75	0,815	0,75	0,76	0,76	0,767	0,805
Revisar homogeneidad de los cortes	2,037	2,114	2,05	2,067	2,067	2,067	2,170
Transportar las piezas de tela y entretela a la zona de fusionado	0,19	0,192	0,189	0,161	0,183	0,183	0,193
Acomodar piezas en la máquina de fusión térmica	0,83	0,631	0,653	0,674	0,712	0,7	0,735
Fusionar	0,294	0,211	0,127	0,165	0,203	0,2	0,210
Retirar las piezas de la máquina de fusión térmica	0,25	0,267	0,301	0,254	0,263	0,267	0,280
Dejar enfriar	0,123	0,101	0,13	0,115	0,116	0,117	0,123
Hacer revisión de la homogeneidad de la fusión	0,606	0,652	0,612	0,623	0,592	0,617	0,648
Transportar tela fusionada a la zona de confección, junto con las piezas del forro	0,205	0,108	0,114	0,143	0,095	0,133	0,140
Seleccionar hilo	0,132	0,068	0,092	0,098	0,11	0,1	0,105
Preparar maquina	0,22	0,216	0,209	0,219	0,221	0,217	0,228
Unir el diseño de tejido en mola	1,03	1,11	1,051	1,072	1,072	1,067	1,120
Unir las piezas de tela fusionada para formar la prenda	36,98	37,15	37,10	36,992	37,093	37,067	38,920
Unir las piezas del forro para formar la parte interna	23,34	23,88	23,16	23,006	23,011	23,283	24,448
Cocer la etiqueta a al forro	0,512	0,43	0,537	0,432	0,424	0,467	0,490
Unir la prenda en tela fusionada con el forro	13,09	12,99	13,21	13,199	13,246	13,15	13,808



**FORMATO DE TOMA DE TIEMPOS**

Departamento: PRODUCCIÓN							
Estudio de métodos N°: 1				Hoja N° 2 de 2			
Observado por: Andrea Alejandra Garzón Medina							
Producto: Chaqueta para dama Ref Mola							
Fecha de observación: 23/03/2016							
Suplemento: 5%							
Actividad	1	2	3	4	5	Tiempo basico	Tiempo estandar
Perfilar terminaciones	0,676	0,599	0,685	0,634	0,662	0,6512	0,683
Verificar medidas	0,247	0,241	0,237	0,254	0,271	0,25	0,263
Colocar etiqueta colgante	0,232	0,213	0,212	0,223	0,205	0,217	0,228
Transportar a la zona de vaporizado y empaque	0,11	0,092	0,098	0,068	0,132	0,1	0,105
Vaporizar	1,208	1,425	1,514	1,412	1,106	1,333	1,400
Doblar	0,42	0,446	0,416	0,402	0,401	0,417	0,438
Empacar	0,199	0,234	0,189	0,152	0,141	0,183	0,193
Etiquetar empaque	0,211	0,214	0,214	0,228	0,218	0,217	0,228
Transporte al area de producto terminado	0,115	0,12	0,132	0,105	0,113	0,117	0,123
Registrar las entradas al almacen	0,135	0,142	0,161	0,16	0,152	0,15	0,158
Almacenar	0,412	0,398	0,421	0,431	0,423	0,417	0,438



## FORMATO DE TOMA DE TIEMPOS

Departamento: PRODUCCIÓN							
Estudio de métodos N°: 2					Hoja N° 1 de 1		
Observado por: Andrea Alejandra Garzón Medina							
Producto: Blusa para dama							
Fecha de observación: 23/03/2016							
Suplemento: 5%							
Actividad	1	2	3	4	5	Tiempo basico	Tiempo estandar
Selección de tela	0,13	0,14	0,15	0,16	0,17	0,150	0,158
Extender la tela	0,116	0,105	0,131	0,123	0,11	0,117	0,123
Fijar los moldes sobre la tela	0,086	0,095	0,064	0,084	0,086	0,083	0,088
Trazar las líneas de corte	0,523	0,432	0,422	0,438	0,435	0,450	0,473
Retirar los moldes	0,061	0,044	0,055	0,048	0,042	0,050	0,053
Cortar	0,867	0,762	0,808	0,912	0,801	0,833	0,875
Guardar la tela sobrante	0,198	0,32	0,175	0,159	0,148	0,200	0,210
Transladar las piezas a la zona de confección	0,118	0,112	0,119	0,117	0,119	0,117	0,123
Seleccionar el hilo	0,061	0,048	0,044	0,042	0,055	0,050	0,053
Preparación de la máquina	0,225	0,31	0,203	0,195	0,232	0,233	0,245
Unir las piezas en la fileteadora	0,685	0,731	0,645	0,753	0,601	0,683	0,718
Coger dobladillo	4,203	4,381	4,316	4,205	4,23	4,267	4,480
Verificar las costuras	0,32	0,298	0,275	0,259	0,348	0,300	0,315
Ajustar las piezas tejidas	6,32	6,198	6,175	6,159	6,148	6,200	6,510
Verificar las medidas de la prenda	1,164	1,163	1,167	1,169	1,172	1,167	1,225
Fijar etiqueta	1,227	1,221	1,202	1,201	1,234	1,217	1,278
Poner el borde del cuello	4,187	4,32	4,235	4,003	4,09	4,167	4,375
Transportar al área de empaque y vaporizado	0,079	0,068	0,073	0,054	0,072	0,067	0,070
Vaporizar	0,339	0,324	0,311	0,302	0,309	0,317	0,333
Doblar	0,175	0,198	0,159	0,32	0,148	0,200	0,210
Empacar	0,105	0,088	0,103	0,1	0,104	0,100	0,105
Etiquetar empaque	0,088	0,1	0,105	0,104	0,103	0,100	0,105
Transportar al almacén	0,135	0,165	0,154	0,143	0,153	0,150	0,158
Almacenar	0,275	0,348	0,32	0,259	0,298	0,300	0,315

ANEXO D  
COTIZACIONES MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

## Cotización, escritorio

www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/281066/Escritorio-Tripoli-Metal-120x60x76-cm-Negro/281066

HOME CENTER

Inicio sesión Registrarse

Buscar por Categorías | Buscar por Proyectos e Ideas | CUNDINAMARCA

Homecenter.com.co > Catálogos vigentes > Noche Imperdible > Noche Products > Asent Escritorio Tripoli Metal 120x60x76 cm Negro

### Escritorio Tripoli Metal 120x60x76 cm Negro Asenti

SKU: 281066

Mostrar precio en: CUNDINAMARCA

**\$ 399.900** UND  
Acumulas: 399 CMR Puntos

Cantidad: 1

Calcula el valor de tu cuota CMR	N° de cuotas	Valor de la cuota
	1	\$ 399.900

¿FÍJATE SI ENVIÓ RETIRO?

- Envío a domicilio: Ver opciones
- Retira tu compra en tienda: No disponible
- Disponibilidad en tiendas: No disponible

Compra por chat aquí > utiliza cualquiera de estos medios de pago:

## Cotización, sillas de espera

www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/253318/Silla-Escocia-Negra/253318

HOME CENTER

Inicio sesión Registrarse

Buscar por Categorías | Buscar por Proyectos e Ideas | CUNDINAMARCA

Homecenter.com.co > Home Collection Silla Escocia Negra

### Silla Escocia Negra Home Collection

SKU: 253318

Mostrar precio en: CUNDINAMARCA

**\$ 139.900** UND  
Acumulas: 139 CMR Puntos

Cantidad: 1

Calcula el valor de tu cuota CMR	N° de cuotas	Valor de la cuota
	1	\$ 139.900

¿FÍJATE SI ENVIÓ RETIRO?

- Envío a domicilio: Ver opciones
- Retira tu compra en tienda: Ver opciones
- Disponibilidad en tiendas: Ver disponibilidad

Compra por chat aquí > utiliza cualquiera de estos medios de pago:

## Cotización silla ergonómica

www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/238170/Silla-Asis-Con-Brazos-Malla-Negro/238170

HOME CENTER

Inicio sesión Registrarse

Buscar por Categorías | Buscar por Proyectos e Ideas | CUNDINAMARCA

Homecenter.com.co > Asent Silla Asis Con Brazos Malla Negro

### Silla Asis Con Brazos Malla Negro Asenti

SKU: 238170

Mostrar precio en: CUNDINAMARCA

**\$ 139.900**  
Acumulas: 139 CMR Puntos

Cantidad: 1

Calcula el valor de tu cuota CMR	N° de cuotas	Valor de la cuota
	1	\$ 139.900

¿FÍJATE SI ENVIÓ RETIRO?

- Envío a domicilio: Ver opciones
- Retira tu compra en tienda: Ver opciones
- Disponibilidad en tiendas: No disponible

Compra por chat aquí > utiliza cualquiera de estos medios de pago:

## Cotización, mesa auxiliar

www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/253326/Mesa-Belfast-60x51-cm-Negra/253326


**HOME CENTER**  
Inicio sesión Registrarse

Buscar por Categorías Buscar por Proyectos e Ideas CLUNDINAMARCA Ingresar una búsqueda

Homecenter.com.co > Catálogos vigentes > Especial Decoración > Muebles > Home Collection Mesa Belfast 60x51 cm Negra

### Mesa Belfast 60x51 cm Negra Home Collection

SKU 253326



Mostrar precio en: CLUNDINAMARCA

**\$ 169.900** UND  
Acumulas: 169 CMR Puntos

Cantidad: 1 [Agregar al carro](#) [Agregar a mi lista](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR

Nº de cuotas	Valor de la cuota
1	\$ 169.900

¿TIENES DE OÍDIO? RETIRO

- Envío a domicilio Ver opciones
- Retira tu compra en tienda Ver opciones
- Disponibilidad en tiendas Ver disponibilidad

Compra por chat aquí • utiliza cualquiera de estos medios de pago

## Cotización, escritorio diseñador

www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/258764/Escritorio-Chica-Maxis-Metal-110x60x74-cm/258764

**HOME CENTER**  
Inicio sesión Registrarse

Buscar por Categorías Buscar por Proyectos e Ideas CLUNDINAMARCA Ingresar una búsqueda

Homecenter.com.co > Asenté Escritorio Chica Maxis Metal 110x60x74 cm

### Escritorio Chica Maxis Metal 110x60x74 cm Asenti

SKU 258764



Mostrar precio en: CLUNDINAMARCA

**\$ 179.900** C/Ú  
Acumulas: 179 CMR Puntos

Cantidad: 1 [Agregar al carro](#) [Agregar a mi lista](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR

Nº de cuotas	Valor de la cuota
1	\$ 179.900

¿TIENES DE OÍDIO? RETIRO

- Envío a domicilio Ver opciones
- Retira tu compra en tienda Ver opciones
- Disponibilidad en tiendas No disponible

Compra por chat aquí • utiliza cualquiera de estos medios de pago

## Cotización, archivador

www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/243136/Archivador-Nova-2-Cajones-76.5x52x45-cm-Roble/243136


**HOME CENTER**  
Inicio sesión Registrarse

Buscar por Categorías Buscar por Proyectos e Ideas CLUNDINAMARCA Ingresar una búsqueda

Homecenter.com.co > Muebles > Muebles de Estudio y Oficina > Archivadores y lockers > Archivador Nova 2 Cajones 76.5x52x45 cm Roble

### Archivador Nova 2 Cajones 76.5x52x45 cm Roble

SKU 243136



Mostrar precio en: CLUNDINAMARCA

**\$ 289.900** UND  
Acumulas: 289 CMR Puntos

Cantidad: 1 [Agregar al carro](#) [Agregar a mi lista](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR

Nº de cuotas	Valor de la cuota
1	\$ 289.900

SERVICIOS

Servicios Hogar: No, gracias Ver más

¿TIENES DE OÍDIO? RETIRO

- Envío a domicilio Ver opciones

Compra por chat aquí • utiliza cualquiera de estos medios de pago

## Cotización, biblioteca

www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/225812/Biblioteca-Sin-Puertas-129x78.5x29.8-cm-Wengue/225812

HOME CENTER

Inicio sesión 0 Registrarse

Buscar por Categorías | Buscar por Proyectos e Ideas | CUNDINAMARCA | Ingresar una ubicación

Homecenter.com.co > Practimac Biblioteca Sin Puertas 129x78.5x29.8 cm Wengue

### Biblioteca Sin Puertas 129x78.5x29.8 cm Wengue Practimac

SKU: 225812



Mostrar precio en: CUNDINAMARCA

**\$ 199.900** UND  
Acumulas: 199 CMR Puntos

Cantidad: 1

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas	Valor de la cuota
1	\$ 199.900

SERVICIOS

Servicios Hogar:

¿Tienes el envío y retiro?  
 Envío a domicilio

Compra por chat aquí o utiliza cualquiera de estos medios de pago:

## Cotización silla área administrativa

www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/203726/Silla-Escritorio-Juvenil-Sin-Brazos-Malla-Verde/203726

HOME CENTER


Inicio sesión 0 Registrarse

Buscar por Categorías | Buscar por Proyectos e Ideas | CUNDINAMARCA | Ingresar una ubicación

Homecenter.com.co > Asenti Silla Escritorio Juvenil Sin Brazos Malla Verde

### Silla Escritorio Juvenil Sin Brazos Malla Verde Asenti

SKU: 203726



Mostrar precio en: CUNDINAMARCA

**\$ 109.900** UND  
Acumulas: 109 CMR Puntos

Cantidad: 1

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas	Valor de la cuota
1	\$ 109.900

SERVICIOS

Servicios Hogar:

¿Tienes el envío y retiro?  
 Envío a domicilio

Esta silla le sirve perfectamente y no incluye ningún otro escritorio.  
Compra por chat aquí o utiliza cualquiera de estos medios de pago:

## Cotización mesa auxiliar

www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/242299/Mesa-Aluminio-Bahamas/242299

HOME CENTER


Inicio sesión 0 Registrarse

Buscar por Categorías | Buscar por Proyectos e Ideas | CUNDINAMARCA | Ingresar una ubicación

Homecenter.com.co > Jardín y Terrazas > Muebles Jardín y Terraza > Mesas y Sillas de Exterior > Home Collection Mesa Aluminio Bahamas

### Mesa Aluminio Bahamas Home Collection

SKU: 242299



Mostrar precio en: CUNDINAMARCA

**\$ 399.900** UND  
Acumulas: 399 CMR Puntos

Cantidad: 1

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas	Valor de la cuota
1	\$ 399.900

¿Tienes el envío y retiro?

- Envío a domicilio
- Retira tu compra en tienda
- Disponibilidad en tiendas

Compra por chat aquí o utiliza cualquiera de estos medios de pago:

## Cotización, silla para el comedor

The screenshot shows a product page for a dining chair on the Homecenter website. The URL is [www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/207945/Silla-Apilable-Aluminio-y-Rattan-PVC/207945](http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/207945/Silla-Apilable-Aluminio-y-Rattan-PVC/207945). The product is titled "Silla Apilable Aluminio y Rattán-PVC Just Home Collection" with SKU 207945. The price is listed as \$59.900 UND. The page includes a search bar, navigation menus, and a shopping cart icon. Below the product image, there are options to add the item to the cart or wishlist, and a section for financing with a table showing 1 installment of \$59.900. Delivery options include home delivery, in-store pickup, and availability at various stores.

Calcula el valor de tu cuota CMR	N° de cuotas	Valor de la cuota
	1	\$ 59.900

## Cotización, lámpara de escritorio

The screenshot shows a product page for a desk lamp on the Homecenter website. The URL is [www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/243980/Lampara-de-escritorio-metal-turquesa/243980](http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/243980/Lampara-de-escritorio-metal-turquesa/243980). The product is titled "Lámpara de escritorio metal turquesa" with SKU 243980. The price is listed as \$39.900. The page includes a search bar, navigation menus, and a shopping cart icon. Below the product image, there are options to add the item to the cart or wishlist, and a section for financing with a table showing 1 installment of \$39.900. Delivery options include home delivery, in-store pickup, and availability at various stores.

Calcula el valor de tu cuota CMR	N° de cuotas	Valor de la cuota
	1	\$ 39.900

## Cotización maniquí

The screenshot shows a product listing for a mannequin on the Mercado Libre website. The URL is [articulo.mercadolibre.com.co/MCO-421654536-maniqui-decorativo-JM](http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-421654536-maniqui-decorativo-JM). The price is listed as \$190.000. The page includes a search bar, navigation menus, and a shopping cart icon. Below the product image, there are options to buy the item, and a section for financing with a table showing 1 installment of \$190.000. Delivery options include home delivery, in-store pickup, and availability at various stores.

Calcula el valor de tu cuota CMR	N° de cuotas	Valor de la cuota
	1	\$ 190.000



## Cotización, computador portátil

The screenshot shows the Alkosto website interface. At the top, there's a navigation bar with the Alkosto logo and a search bar. Below that, a banner reads "GANAR LA MITAD DE TU COMPRA" with a "25% de descuento" badge. The main product is the "Convertible 2 en 1 HP 11-P101 Blanco". The product image shows the laptop in tablet mode. To the right of the image, there's a "Compra Online" button with a price of "\$ 1.000.000". Below the price, there's a "Compra ya" button. A "ENVÍO GRATIS" badge is also visible. The page includes a star rating section for reviews, a "No olvides llevar" badge for accessories, and a "Pago Seguro" icon. The URL in the browser is www.alkosto.com/convertible-2-en-1-hp-11-p101-blanco.

## Cotización, horno microondas

The screenshot shows the Exito.com website interface. The top navigation bar includes the Exito logo and a search bar. Below the navigation bar, there's a category menu with "Electrohogar" selected. The main product is the "Horno Microondas 0.7 Pc Blanco SIMPLY". The product image shows a white microwave oven. To the right of the image, there's a "Compra Online" button with a price of "\$131.500". Below the price, there's an "Añadir" button. The page includes a "Preguntas frecuentes" section, a "Promesa de entrega" section, a "Pago 100% seguro" section, and a "Devoluciones sin costo" section. The URL in the browser is www.exito.com/products/0000702915975615/Horno+Microondas+0.7+Pc+Blanco?nocity.

## Cotización, teléfono inalámbrico

The screenshot shows the Alkosto website interface. At the top, there's a navigation bar with the Alkosto logo and a search bar. Below that, a banner reads "GANAR LA MITAD DE TU COMPRA" with a "25% de descuento" badge. The main product is the "Teléfono PANASONIC Inalámbrico Dect 2x1 TGC212L". The product image shows two black cordless phones. To the right of the image, there's a "Compra Online" button with a price of "\$ 199.900". Below the price, there's a "Compra ya" button. A "ENVÍO GRATIS" badge is also visible. The page includes a star rating section for reviews, a "No olvides llevar" badge for accessories, and a "Pago Seguro" icon. The URL in the browser is www.alkosto.com/telefono-panasonic-inalambrico-dect-2x1-tgc212l.

## Cotización, impresora multifuncional

The screenshot shows the Alkosto website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Alkosto' logo and 'HiporAhorro' tagline. Below it, a search bar and a 'Carrito' icon are visible. A large banner reads 'GANA LA MITAD DE TU COMPRA' with '25% de descuento' and '50% de ahorro' badges. The main product is the 'Multifuncional HP 21351A', priced at \$149.000. The product image shows a white HP printer with a document being printed. To the right, there's a 'Compra Online' button and a 'Compre ya' button. Below the price, it says 'ENVÍO GRATIS' and 'Pago Seguro'. The page also includes social media sharing icons and a 'Ver disponibilidad en Tienda' link.

## Cotización, papelerera

The screenshot shows the Homecenter website product page for 'Set x 2 Papeleras 7 Lt Home Collection'. The product is a set of two stainless steel paper bins, one larger and one smaller. The price is \$49.900. The page includes a 'Cantidad' selector set to 1, and buttons for 'Agregar al carro' and 'Agregar a mi lista'. Below the price, there's a table for calculating the value of the account (CMR) based on the number of installments (N° de cuotas) and the value of the account (Valor de la cuota). The table shows 1 installment for a value of \$49.900. There are also links for 'Envío a domicilio', 'Retira tu compra en tienda', and 'Disponibilidad en tiendas'. The page footer includes a 'Compra por chat aquí' link and various payment method icons.

## Cotización, mostrador

The screenshot shows the Mercado Libre website product page for 'Entrega Hoy Mismo - Vitrina En Vidrio Para Local Comercial'. The product is a tall, cylindrical glass display case with a metal base. The price is \$576.500. The page includes a 'Cantidad' selector set to 1 and a 'Comprar' button. Below the price, there's a payment section showing '1 cuota de \$ 576.500 con mercado pago' and 'VISA' as a payment option. There's also a section for 'Entrega a acordar con el vendedor' in Medellín (Antioquia). The page footer includes a 'Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador' and a 'Publicidad' section with links to 'Promoción Cera Eléctrica' and 'Alarmas Para Autos Y Moto'.

ANEXO E  
COTIZACIÓN ELEMENTOS DE OFICINA

## Cotización, archivador tipo fuelle

The screenshot shows the Panamericana website interface. The top navigation bar includes the logo, a search bar, and links for 'Principal', '¿Quiénes somos?', 'Contactenos', and 'Preguntas frecuentes'. Below the navigation bar, there are several menu categories: 'Inicio', 'Libros', 'Muebles oficina y hogar', 'Tecnología', 'Videojuegos', 'Música', 'Películas', 'Variedades', and 'Textos escolares'. A secondary menu lists 'Papelería oficina', 'Ventas institucionales', 'Útiles escolares', and 'Su tienda'. The main content area displays the product 'Archivador de fuelle en plástico tamaño oficio' with a price of \$12.800. A 'COMPRAR AHORA' button is visible, along with icons for 'Añadir a Lista de Deseos' and 'Calcular envío'.

## Cotización, gancho legajador

The screenshot shows the Panamericana website interface. The top navigation bar includes the logo, a search bar, and links for 'Principal', '¿Quiénes somos?', 'Contactenos', and 'Preguntas frecuentes'. Below the navigation bar, there are several menu categories: 'Inicio', 'Libros', 'Muebles oficina y hogar', 'Tecnología', 'Videojuegos', 'Música', 'Películas', 'Variedades', and 'Textos escolares'. A secondary menu lists 'Papelería oficina', 'Ventas institucionales', 'Útiles escolares', and 'Su tienda'. The main content area displays the product 'Gancho legajador plástico transparente' with a price of \$3.400. A 'COMPRAR AHORA' button is visible, along with icons for 'Añadir a Lista de Deseos' and 'Calcular envío'.

## Cotización, portalápices

The screenshot shows the Panamericana website interface. The top navigation bar includes the logo, a search bar, and links for 'Principal', '¿Quiénes somos?', 'Contactenos', and 'Preguntas frecuentes'. Below the navigation bar, there are several menu categories: 'Inicio', 'Libros', 'Muebles oficina y hogar', 'Tecnología', 'Videojuegos', 'Música', 'Películas', 'Variedades', and 'Textos escolares'. A secondary menu lists 'Papelería oficina', 'Ventas institucionales', 'Útiles escolares', and 'Su tienda'. The main content area displays the product 'Portalápices de acrílico' with a price of \$9.600. A 'COMPRAR AHORA' button is visible, along with icons for 'Añadir a Lista de Deseos' and 'Calcular envío'. A 'Disponibilidad en Tiendas' button is also present.

## Cotización, calculadora

The screenshot shows the Panamericana website's product page for a desktop calculator. The page features a search bar at the top, navigation menus, and a main product area. The calculator is displayed with a price tag of \$84.000. A 'COMPRAR AHORA' button is visible, along with a 'Disponibilidad en Tiendas' indicator.

Principal | ¿Quiénes somos? | Contáctenos | Preguntas Frecuentes

Buscar en todo el sitio

Inicio | Libros | Muebles oficina y hogar | Tecnología | Videojuegos | Música | Películas | Variedades | Textos escolares

Papelaría oficina | Ventas institucionales | Útiles escolares | Su tienda

Los más vendidos

Cartuchos y fónares | Telefonía | Computadores y tablets | Apple | Calculadoras | Audio | TV y video | Cámaras y videocámaras

Inicio / Tecnología

De escritorio

Calculadora de escritorio con impresora HR-100TM-BK-A Casio

Más vendido

\$84.000

Click para ampliar

Agotado

Disponibilidad

Añadir a Lista de Deseos

Calcularlo

## Cotización, resma

The screenshot shows the Panamericana website's product page for a ream of paper. The page features a search bar at the top, navigation menus, and a main product area. The ream of paper is displayed with a price tag of \$7.000. A 'COMPRAR AHORA' button is visible, along with a 'Disponibilidad en Tiendas' indicator.

Principal | ¿Quiénes somos? | Contáctenos | Preguntas Frecuentes

Buscar en todo el sitio

Inicio | Libros | Muebles oficina y hogar | Tecnología | Videojuegos | Música | Películas | Variedades | Textos escolares

Papelaría oficina | Ventas institucionales | Útiles escolares | Su tienda

Productos de archivo | Blocks y formularios | Suministros de oficina | Papeles | Equipos de trabajo | Útiles

Accesorios para el escritorio y la oficina | Agendas, programadores y directores | Libros de contabilidad | Formas Minerva | Escritura y dibujo

Inicio / Papelaría oficina

Resma de papel

Resma de papel periódico, tamaño oficio

Nuevo | Más vendido

\$ 7.000

Click para ampliar

COMPRAR AHORA

Añadir a Lista de Deseos

Calcularlo

## Cotización, corrector

The screenshot shows the Panamericana website's product page for a liquid corrector. The page features a search bar at the top, navigation menus, and a main product area. The corrector is displayed with a price tag of \$3.000. A 'COMPRAR AHORA' button is visible, along with a 'Disponibilidad en Tiendas' indicator.

Principal | ¿Quiénes somos? | Contáctenos | Preguntas Frecuentes

Buscar en todo el sitio

Inicio | Libros | Muebles oficina y hogar | Tecnología | Videojuegos | Música | Películas | Variedades | Textos escolares

Papelaría oficina | Ventas institucionales | Útiles escolares | Su tienda

Los más vendidos

Cuadernos | Útiles | Escritura y dibujo | Almacenamiento escolar | Uniformes, aseo escolar | Ayudas educativas | Morrales

Inicio / Útiles escolares

Correctores

Corrector en frasco de 22 ml

Más vendido

\$ 3.000

Click para ampliar

COMPRAR AHORA

Añadir a Lista de Deseos

Calcularlo

Disponibilidad en Tiendas

## Cotización, lápices

The screenshot shows the Panamericana website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo and links for 'Principal', '¿Quiénes somos?', 'Contactenos', and 'Preguntas frecuentes'. Below this is a search bar and a menu with categories like 'Inicio', 'Libros', 'Muebles oficina y hogar', 'Tecnología', 'Videojuegos', 'Música', 'Películas', 'Variedades', and 'Textos escolares'. The main content area displays the product 'Lápiz negro Bic, 12 unidades' with a price of \$ 8.500. There is a 'COMPRAR AHORA' button and a 'Disponibilidad en Tiendas' button.

## Cotización, notas adhesivas

The screenshot shows the Panamericana website interface. The main content area displays the product 'Notas adhesivas x 4 Stick'n, colores pastel surtidos' with a price of \$ 4.600. There is a 'COMPRAR AHORA' button and a 'Disponibilidad en Tiendas' button.

## Cotización, carpetas plásticas

The screenshot shows the Panamericana website interface. The main content area displays the product 'Carpetas plásticas surtidas x 10, tamaño carta' with a price of \$8,900. There is a 'COMPRAR AHORA' button and a 'Disponibilidad en Tiendas' button.

## Cotización, kit de oficina

The screenshot shows the Panamericana website interface. The top navigation bar includes the logo, a search bar, and links for 'Principal', '¿Quiénes somos?', 'Contactenos', and 'Preguntas frecuentes'. Below the navigation bar, there are several menu items: 'Inicio', 'Libros', 'Muebles oficina y hogar', 'Tecnología', 'Videojuegos', 'Música', 'Películas', 'Variedades', and 'Textos escolares'. A secondary menu includes 'Papelería oficina', 'Ventas institucionales', 'Útiles escolares', and 'Su tienda'. The main content area displays the product 'Kit de oficina (Cosedora, perforadora, sacaganchos y ganchos)' with a price of \$21.000. A 'COMPRAR AHORA' button is visible, along with a 'Click para ampliar' link and a 'Añadir a Lista de Deseos' button.

## Cotización, bolígrafos

The screenshot shows the Panamericana website interface. The top navigation bar includes the logo, a search bar, and links for 'Principal', '¿Quiénes somos?', 'Contactenos', and 'Preguntas frecuentes'. Below the navigation bar, there are several menu items: 'Inicio', 'Libros', 'Muebles oficina y hogar', 'Tecnología', 'Videojuegos', 'Música', 'Películas', 'Variedades', and 'Textos escolares'. A secondary menu includes 'Papelería oficina', 'Ventas institucionales', 'Útiles escolares', and 'Su tienda'. The main content area displays the product 'Bolígrafo x 50' with a price of \$15.000. A 'COMPRAR AHORA' button is visible, along with a 'Click para ampliar' link and a 'Disponibilidad en Tiendas' button.

## Cotización, sobres de manila

The screenshot shows the Panamericana website interface. The top navigation bar includes the logo, a search bar, and links for 'Principal', '¿Quiénes somos?', 'Contactenos', and 'Preguntas frecuentes'. Below the navigation bar, there are several menu items: 'Inicio', 'Libros', 'Muebles oficina y hogar', 'Tecnología', 'Videojuegos', 'Música', 'Películas', 'Variedades', and 'Textos escolares'. A secondary menu includes 'Papelería oficina', 'Ventas institucionales', 'Útiles escolares', and 'Su tienda'. The main content area displays the product 'Sobres de manila craft sin adhesivo x20' with a price of \$6.500. A 'COMPRAR AHORA' button is visible, along with a 'Click para ampliar' link and a 'Añadir a Lista de Deseos' button.

## Cotización, resaltador

The screenshot shows the Panamericana website interface. The top navigation bar includes the logo, 'Tienda Virtual', and links for 'Principal', '¿Quiénes somos?', 'Contáctenos', and 'Preguntas frecuentes'. A search bar is present with the text 'Buscar en todo el sitio'. Below the navigation, there are category menus for 'Inicio', 'Libros', 'Muebles oficina y hogar', 'Tecnología', 'Videojuegos', 'Música', 'Películas', 'Variedades', and 'Textos escolares'. A secondary menu lists 'Papelería oficina', 'Ventas institucionales', 'Útiles escolares', and 'Su tienda'. A 'Los más vendidos' section is also visible. The main content area displays the product 'Resaltador fluorescente x 8' with a price of '\$ 20.000'. A 'COMPRAR AHORA' button is prominent, along with icons for 'Añadir a Lista de Deseos' and 'Calcular envío'. A 'Disponibilidad en Tiendas' button is located at the bottom of the product information.

## Cotización, clips metálicos

The screenshot displays the Panamericana website for a 'Clips metálicos estándar 5102 Wingo'. The page layout is consistent with the previous one, showing the website's header, navigation, and search options. The product is priced at '\$950'. A 'COMPRAR AHORA' button is clearly visible, along with 'Añadir a Lista de Deseos' and 'Calcular envío' options. A 'Click para ampliar' link is provided for the product image.

## Cotización, borrador de nata

The screenshot shows the Panamericana website for a 'Borrador de nata, 3 unidades' (white eraser, 3 units). The page features the same website structure as the previous screenshots, including the header, navigation, and search bar. The product is priced at '\$1.500'. A 'COMPRAR AHORA' button is present, along with 'Añadir a Lista de Deseos' and 'Calcular envío' options. A 'Disponibilidad en Tiendas' button is also visible. A small error message 'Esperando a disus.corteo.com...' is visible at the bottom left of the product image area.

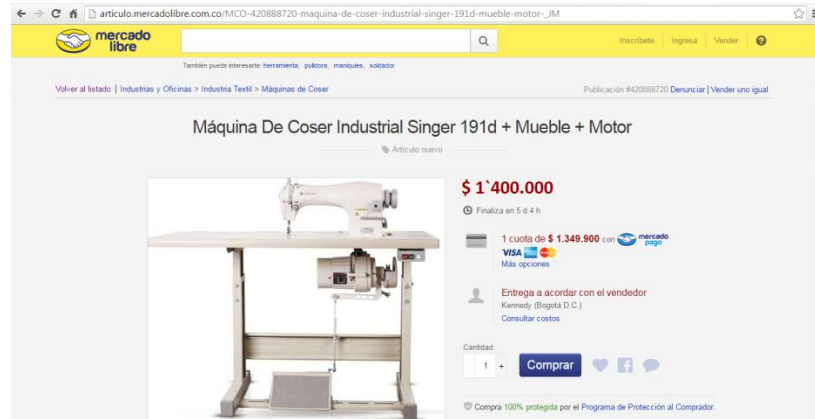


# Cotización, cartelera de corcho

The screenshot shows the Panamericana website's product page for a corkboard. The browser's address bar displays the URL: [www.panamericana.com.co/cartelera-de-corcho/cartelera-de-corcho-con-marco-de-aluminio/16423/p#VyickvnhDU](http://www.panamericana.com.co/cartelera-de-corcho/cartelera-de-corcho-con-marco-de-aluminio/16423/p#VyickvnhDU). The website header features the Panamericana logo and navigation links for 'Inicio', 'Libros', 'Muebles oficina y hogar', 'Tecnología', 'Videojuegos', 'Música', 'Películas', 'Variedades', and 'Textos escolares'. A search bar is located in the top left, and a shopping cart icon is in the top right. The main content area shows the product name 'Cartelera de corcho con marco de aluminio' and a price of '\$ 67.000'. A 'Nuevo' badge is present above the price. To the right of the price, there are three icons: a crossed-out envelope icon labeled 'Agotado' (Out of Stock), a plus sign icon labeled 'Añadir a Lista de Deseos' (Add to Wish List), and a shopping cart icon labeled 'Comprar Ahora' (Buy Now). A blue button at the bottom of the product area indicates 'Disponibilidad en Tienda' (Availability in Store). The breadcrumb trail at the top of the content area reads 'Inicio / Muebles oficina y hogar'. At the bottom left of the page, there is a small text element: 'Esperando a diusuniteo.com...'.

ANEXO F  
COTIZACIONES DE MAQUINARIA

## Cotización, maquina plana



mercado libre


También puede interesarle: herramienta, pulidora, maniqués, soldador

Volver al listado | Industrias y Oficinas > Industria Textil > Máquinas de Coser

Publicación #42088720 Denunciar | Vender uno igual

### Máquina De Coser Industrial Singer 191d + Mueble + Motor

Artículo nuevo



**\$ 1.400.000**

Finaliza en 5 d 4 h

1 cuota de \$ 1.349.900 con **mercado pago**

**VISA**  
Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor  
Kennedy (Bogotá D.C.)  
Consultar costos

Cantidad: 1

Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.

## Cotización, fileteadora



mercado libre

También puede interesarle: maquina plana industrial, soldador inversor, motorbot, herramienta

Volver al listado | Industrias y Oficinas > Industria Textil > Máquinas de Coser

Publicación #421129201 Denunciar | Vender uno igual

### Maquina Fileteadora Industrial Singer 322d Alta Velocidad

Artículo nuevo



**\$ 2.790.000**

1 cuota de \$ 2.790.000 con **mercado pago**

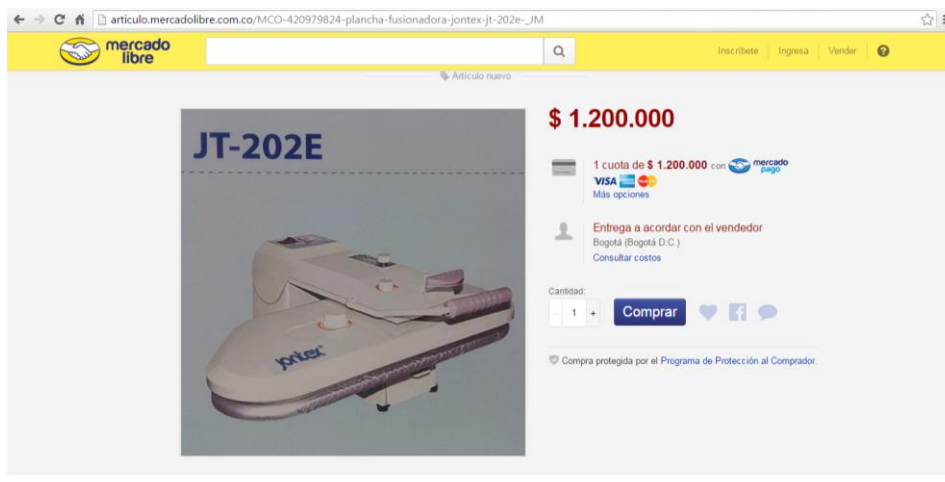
**VISA**  
Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor  
Kennedy (Bogotá D.C.)  
Consultar costos

¡Único disponible!

Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.


## Cotización, máquina fusionadora



mercado libre

Artículo nuevo

### JT-202E



**\$ 1.200.000**

1 cuota de \$ 1.200.000 con **mercado pago**

**VISA**  
Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor  
Bogotá (Bogotá D.C.)  
Consultar costos

Cantidad: 1

Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.

ANEXO G  
COTIZACIÓN HERRAMIENTAS

## Cotización, tijeras

mercado libre

También puede interesarte: botas, collares, cerillos importados, whis, telas

Volver al listado | Otras categorías: Ate y Arreglos de Ate > Libros y Materiales

Publicación #422355910 Denunciar | Vender uno igual

### Confección Tijeras - Draper 20610 Expertos 210mm Tijeras **1** en venta

Artículo nuevo

**\$ 56.000**

Pueden aplicarse impuestos de importación

1 cuota de **\$ 66.073** con **mercado pago**

**VISA** **Mastercard**

Más opciones

Envío internacional gratis desde Reino Unido  
Recibido en 20 días aproximadamente

Contacto: **1** **Comprar**

Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador

## Cotización, tiza de sastre

mercado libre

También puede interesarte: juguetes, libros E, cartuchos, termos acaia

Volver al listado | Industrias > Industria Textil > Materiales

Publicación #85241034 Denunciar | Vender uno igual

### Tiza De Sastre P/ Marcar

Nuevo 31 3 vendidos

**\$ 23.000**

1 cuota de **Ba. 2.916** con **mercado pago**

**VISA** **Mastercard**

Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor  
Pto. La Cruz, Aricaezul  
Consultar costos

Contacto: **1** **Comprar**

Compra está protegida. Ver condiciones

## Cotización, deshebrador

mercado libre

También puede interesarte: books, recamatas, resacas para todo, cartons masa todo

Volver al listado | Otras Categorías > Otras

Publicación #54978953 Denunciar | Vender uno igual

### Deshebrador Con Mango De Platico **1** en venta

Artículo nuevo 32 2 vendidos

**\$ 4.000**

12 meses de **\$ 2** con **mercado pago**

**VISA** **Mastercard**

Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor  
Guillermo A. Mestre (Distrito Federal)  
Consultar costos

¡Último disponible!

**Comprar**

Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador

## Cotización, cinta métrica

mercado libre

También puede interesarte: jarracs, muebles jardín, puestas, recamas

Volver al listado | Hogar, Muebles y Jardín > Herramientas > Herramientas de Medición > Pie de Rey

Publicación #545345738 Denunciar | Vender uno igual

### Silaiké Medición Gobernante 200cm Cinta Métrica Suave 79inch **1** en venta

Artículo nuevo

**\$ 1.500**

12 meses de **\$ 66** con **mercado pago**

**VISA** **Mastercard**

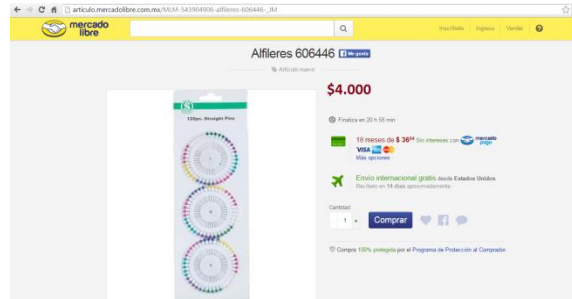
Más opciones

Envíos a todo el país por MercadoEnvíos  
Conoce los tiempos y los costos de envío.  
Calcular costo

Contacto: **1** **Comprar**

Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador

## Cotización, alfileres



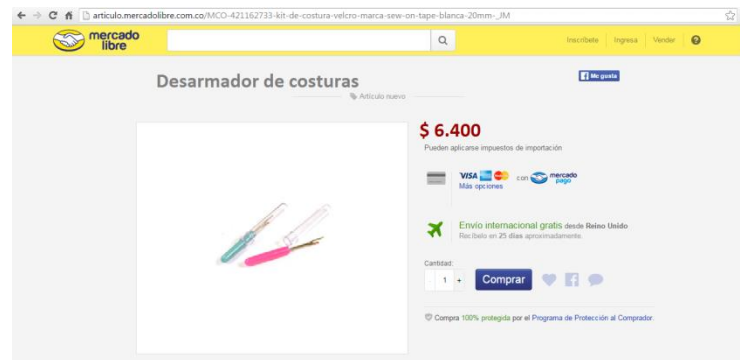
## Cotización, plancha de vapor



## Cotización, mesa de corte



## Cotización, desarmador de costuras



## Cotización, ganchos

The image shows a screenshot of a Mercado Libre product listing. The page title is "Ganchos x 200". The price is listed as \$ 1.300. Below the price, there are logos for payment methods: VISA, MasterCard, and Mercado Pago. A green checkmark icon indicates "Envío internacional gratis desde Reino Unido" (Free international shipping from the United Kingdom) with a note "Recibido en 25 días aproximadamente". The quantity is set to 1, and there is a "Comprar" button. At the bottom, there is a small text: "Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador". The main image shows a white box containing green and silver sewing hooks.

mercado libre

articulo.mercadolibre.com.co/MCO-421162733-kit-de-costura-velcro-marca-sue-on-tape-blanca-20mm-\_JM

Inscríbete Ingresar Vender

Ganchos x 200

Artículo nuevo

**\$ 1.300**

Pueden aplicarse impuestos de importación

VISA MasterCard Mercado Pago

Más opciones

Envío internacional gratis desde Reino Unido  
Recibido en 25 días aproximadamente

Cantidad: 1

Comprar

Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador

ANEXO H  
COTIZACIÓN MATERIA PRIMA E INSUMOS



## Cotización, telas



The screenshot shows the Lafayette Fashion website with a navigation menu (FASHION, DECO, SPORTS, LUT FOR ME, DIGITEX, TEXSOLUTIONS) and a sidebar with social media icons. The main content area features the Lafayette Fashion logo and the tagline "INSPIRACIÓN SUPERIOR QUE TRANSFORMA". Below this, there is a list of fabric quotes for 1.5 meters of material:

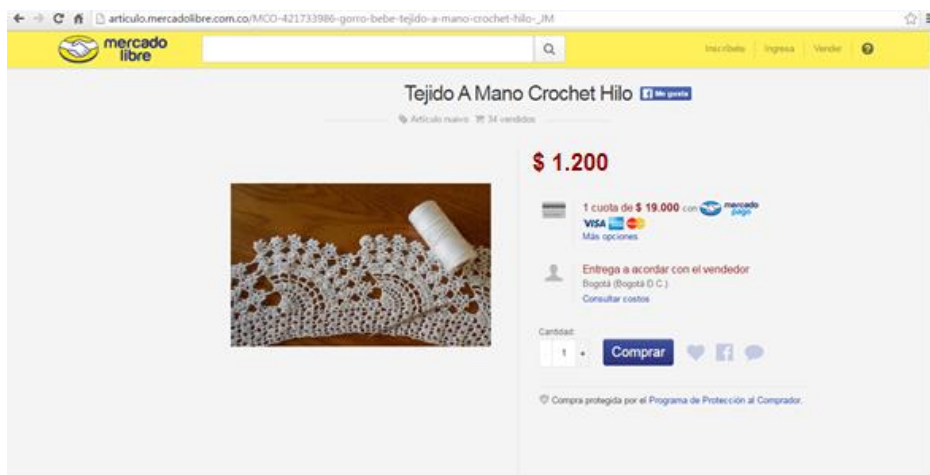
Material	Price
Tela Viscosa (1,5 M)	\$ 15.800
Entretela (1,5 M)	\$ 3.500
Brioni (1,5 M)	\$ 10.050
Algodón (1,5 M)	\$ 3.700

## Cotización, mola



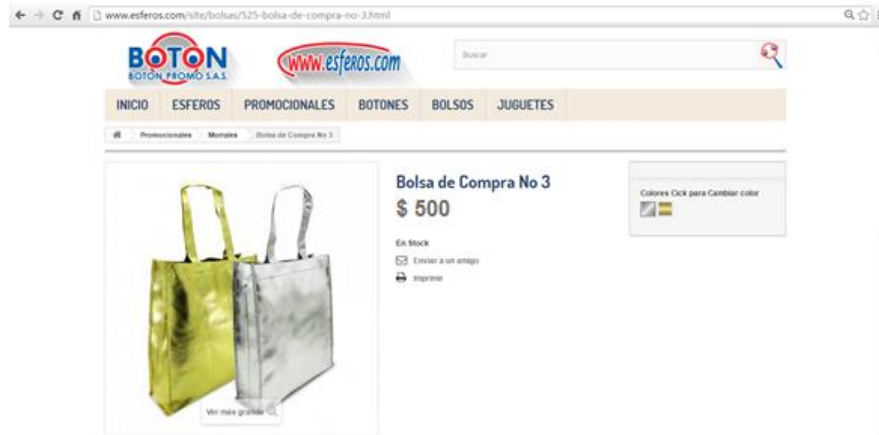
The screenshot shows the Artesanías de Colombia website. The main product is a "Mola corriente aplicación Tela" with a price of \$ 8.000. The page includes a navigation menu, a search bar, and a sidebar with filters for Origin, Materials, Dimensions, Categories, and Price. A "Ver Cotización" button is visible in the top right corner.

## Cotización, tejido crochet



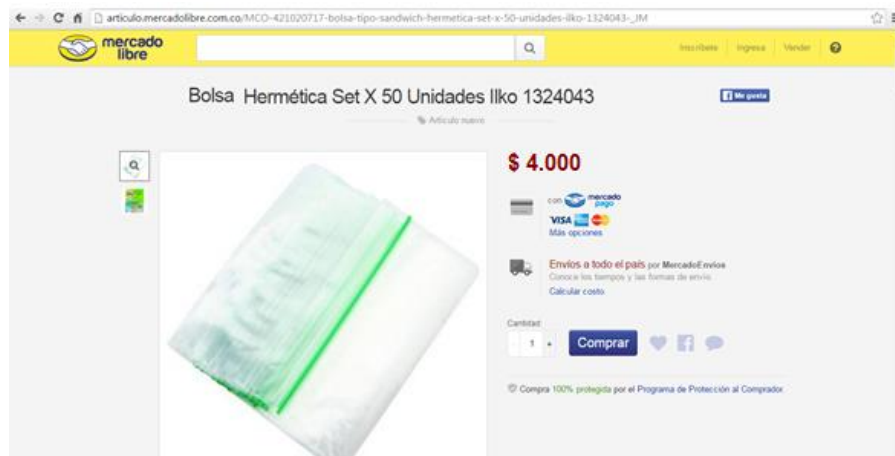
The screenshot shows a Mercado Libre listing for a "Tejido A Mano Crochet Hilo". The price is \$ 1.200. The listing includes a photo of the crocheted lace, a "Comprar" button, and a "Ver Cotización" button. The seller is located in Bogotá (Bogotá D.C.).

## Cotización, bolsa en tela quirúrgica



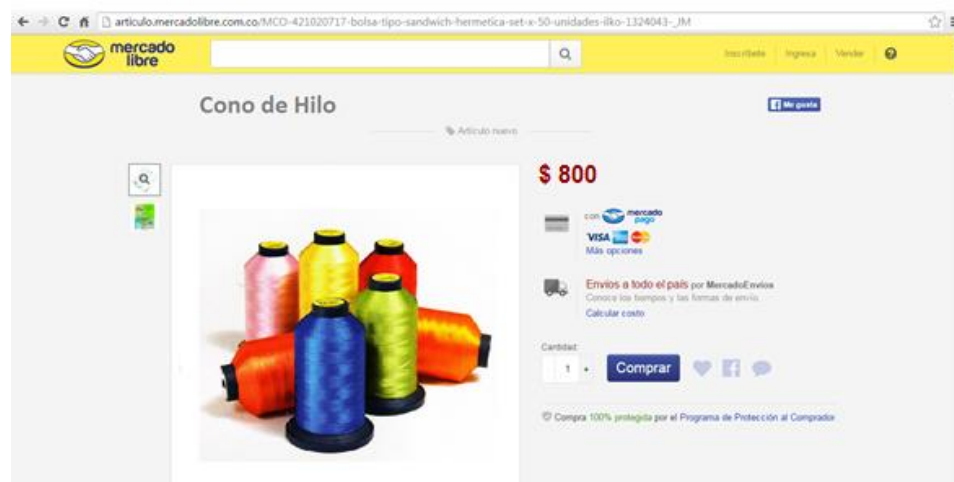
The screenshot shows a web browser window with the URL [www.esferos.com/ite/bolsas/525-bolsa-de-compra-no-3.html](http://www.esferos.com/ite/bolsas/525-bolsa-de-compra-no-3.html). The website header includes the logo for "BOTÓN BOTÓN PROMO S.A.S." and "www.esferos.com". The navigation menu contains links for "INICIO", "ESFEROS", "PROMOCIONALES", "BOTONES", "BOLSOS", and "JUGUETES". The main content area features a product titled "Bolsa de Compra No 3" priced at "\$ 500". The product image shows two bags, one yellow and one silver. To the right of the image, there are options to "Enviar a un amigo" and "Imprimir". A small box on the right says "Colores Click para Cambiar color".

## Cotización, bolsa hermética



The screenshot shows a Mercado Libre listing for "Bolsa Hermética Set X 50 Unidades Ilko 1324043". The price is "\$ 4.000". The product image shows a clear plastic bag with a green zipper. The listing includes payment options for "mercado pago", "VISA", and "MÁS OPCIONES". It also mentions "Envíos a todo el país por MercadoEnvío" and a "Comprar" button. The quantity is set to 1.

## Cotización, hilo



The screenshot shows a Mercado Libre listing for "Cono de Hilo". The price is "\$ 800". The product image shows several spools of thread in various colors (pink, yellow, red, blue, green, orange). The listing includes payment options for "mercado pago", "VISA", and "MÁS OPCIONES". It also mentions "Envíos a todo el país por MercadoEnvío" and a "Comprar" button. The quantity is set to 1.

## Cotización, marquilla colgante

www.fashionlabels.com.co/productos/etiquetas-colgantes

**Fashion Labels**  
RESALTA TU MARCA

INICIO | QUIÉNES SOMOS | PRODUCTOS | TENDENCIAS DE MODA | CATÁLOGO | CONTACTO

### Etiquetas colgantes

Contamos con un portafolio de materiales innovadores orientados a satisfacer las necesidades del mercado actual, así logrando ofrecer a nuestros clientes productos con soluciones graficas diferenciadoras: estampadas, bordadas, laser, sintéticos, textiles, ensambles.



1.000 unidades por \$ 600.000

## Cotización, marquilla

www.marquiarte.com.co/marquillas-marquillas-en-satin/

**MarquiArte**

Dirección: Cr72 a B6 a No.11 B-43 Barrio Villa Alcacia  
Bogotá (Colombia)  
PBX: (1) 472 1923  
Celular: 313 2928369 - 32 4495213

Inicio Misión y visión Productos » Contáctenos

### Marquillas en satín

Marquillas ideales para todo tipo de prenda, se caracteriza por su uso como marquilla principal por tener una apariencia suave y delicada se elabora con técnicas de estampación al calor que permiten que el color de esta muera con la prenda.

Se elabora en anchos desde 1.5 cm hasta 3.5 cm y su variedad de colores permite trabajar desde una tinta hasta policromías.

Marquilla x 1.000 \$ 50.000



ANEXO I  
COTIZACIÓN ELEMENTOS DE SEGURIDAD EN EL TRABAJO

## Cotización, tapa oídos

mercado libre

artículo.mercadolibre.com.co/MCO-422174059-tapa-oido-tipo-tapon-\_JM

Tapa Oído Tipo Tapon x 12

Artículo nuevo

**\$ 4.000**

1 con Mercado Pago

VISA

Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor

Bogotá (Bogotá D.C.)

Ver costos de envío

Cantidad: 1

Comprar

Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador

## Cotización, tapabocas

mercado libre

artículo.mercadolibre.com.co/MCO-421631778-tapaboca-caja-x-50-unidades-\_JM

Tapaboca Caja X 50 Unidades

Artículo nuevo

**\$ 9.900**

1 caja de \$ 9.900 con Mercado Pago

VISA

Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor

Bogotá (Bogotá D.C.)

Consultar costos

Cantidad: 1

Comprar

Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador

## Cotización, guantes

mercado libre

artículo.mercadolibre.com.co/MCO-422543074-construccion-guante-hilaza-puntos-pvc-work-tdt-\_JM

Construcción Guante Hilaza Puntos Pvc Work Tdt

Artículo nuevo

**\$ 8.500**

1 caja de \$ 8.500 con Mercado Pago

VISA

Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor

Puerto Aranda (Bogotá D.C.)

Consultar costos

Cantidad: 1

Comprar

Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador

## Cotización, cofias

mercado libre

artículo.mercadolibre.com.co/MCO-422142988-gorros-o-cofias-desechables-va-facial-consultorio-laborat-\_JM

Gorros O Cofias Desechables X 100

Artículo nuevo

**\$ 15.000**

1 caja de \$ 15.000 con Mercado Pago

VISA

Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor

Bogotá (Bogotá D.C.)

Consultar costos

Cantidad: 1

Comprar

Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador

## Cotización, extintor

www.homecenter.com.uy/homecenter-cs/product/203536/Extintor-multiproposito-20-libras-abc-Arani

HOME CENTER

Inicio sesión Registrarse

Buscar por Categoría Buscar por Producto o Marca CATEGORÍA

Homecenter.com.uy > Homecenter > Seguridad > Extintores > Extintores > Extintor multiproposito 20 libras abc

### Extintor multipropósito 20 libras abc Arani

SKU: 203536

Mostrar precio en: USD/ARGENTINA

\$54.900  
Aproximado 20.000 Pesos

Cantidad: 1

Calcular el valor de la cuota CMI: N° de cuotas: Valor de la cuota: \$ 8.150,00

¿Qué es este ítem?

- Envío a domicilio Ver opciones
- Retira la compra en tienda Ver opciones
- Disponibilidad en tienda Ver disponibilidad

Compra por chat aquí o visita cualquiera de estos medios de pago

## Cotización, botiquin

www.homecenter.com.uy/homecenter-cs/product/228862/Botiquin-primeros-auxilios-3M

HOME CENTER

Inicio sesión Registrarse

Buscar por Categoría Buscar por Producto o Marca CATEGORÍA

Homecenter.com.uy > Homecenter > Seguridad > Botiquines > Botiquines > Botiquin primeros auxilios 3M

### Botiquin primeros auxilios 3M

SKU: 228862

Mostrar precio en: USD/ARGENTINA

\$29.900 USD  
Aproximado 28.000 Pesos

Cantidad: 1

Calcular el valor de la cuota CMI: N° de cuotas: Valor de la cuota: \$ 8.150,00

¿Qué es este ítem?

- Envío a domicilio Ver opciones
- Retira la compra en tienda Ver opciones
- Disponibilidad en tienda Ver disponibilidad

Compra por chat aquí o visita cualquiera de estos medios de pago

## Cotización, camilla de emergencia

www.homecenter.com.uy/homecenter-cs/product/213217/Camilla-emergencia-poliétileno-185-x-45-cm/213217

HOME CENTER

Inicio sesión Registrarse

Buscar por Categoría Buscar por Producto o Marca CATEGORÍA

Homecenter.com.uy > Homecenter > Seguridad > Equipamiento > Equipamiento > Equipamiento > Camilla a 4 Castillos emergencia poliétileno 185 x 45 cm

### Camilla emergencia poliétileno 185 x 45 cm Epcol s. a. s

SKU: 213217

Mostrar precio en: USD/ARGENTINA

\$249.900  
Aproximado 248.000 Pesos

Cantidad: 1

Calcular el valor de la cuota CMI: N° de cuotas: Valor de la cuota: \$ 8.293,00

¿Qué es este ítem?

- Envío a domicilio Ver opciones
- Retira la compra en tienda Ver opciones
- Disponibilidad en tienda Ver disponibilidad

Compra por chat aquí o visita cualquiera de estos medios de pago

## Cotización, señalización

www.homecenter.com.uy/homecenter-cs/product/120116/Señal-puerta-doble-emergencia-cm352-35-x-24-cm/120116

HOME CENTER

Inicio sesión Registrarse

Buscar por Categoría Buscar por Producto o Marca CATEGORÍA

Homecenter.com.uy > Homecenter > Seguridad > Señalización > Señalización > Visual Art Señal puerta doble emergencia cm352-35 x 24 cm

### Señal 35 x 24 cm Visual Art

SKU: 120116

Mostrar precio en: USD/ARGENTINA

\$14.000 USD  
Aproximado 13.000 Pesos

Cantidad: 1

Calcular el valor de la cuota CMI: N° de cuotas: Valor de la cuota: \$ 8.150,00


¿Qué es este ítem?

- Envío a domicilio Ver opciones
- Retira la compra en tienda Ver opciones
- Disponibilidad en tienda Ver disponibilidad

Compra por chat aquí o visita cualquiera de estos medios de pago

ANEXO J  
MANUALES DE FUNCIONES

Fuente: CONTRALORIA DE BOGOTÁ. “Manual de funciones y requisitos”. [En línea]. Disponible en: [http://www.contraloriabogota.gov.co/intranet/contenido/Normatividad/Resoluciones/2004/RR\\_002%20-%20Manual%20de%20Funciones/MANUAL%20DE%20FUNCIONES.pdf](http://www.contraloriabogota.gov.co/intranet/contenido/Normatividad/Resoluciones/2004/RR_002%20-%20Manual%20de%20Funciones/MANUAL%20DE%20FUNCIONES.pdf) [Consultado el: 19/03/2016].


	<p>MANUAL DE FUNCIONES GERENTE</p>	<p>Hoja N° 1 de 1</p>	
<p>OBJETIVO DEL CARGO</p>			
<p>Garantizar el cumplimiento de la planeación estratégica establecida en la organización.</p>			
<p>ÁREA: Administración</p>		<p>ENCARGADO: No aplica</p>	
<p>PERFIL DEL CARGO</p>			
<p>EDUCACIÓN: Título de profesional en Ingeniería industrial o administración de empresas; y posgrado en Gestión Gerencial.</p>			
<p>OBJETIVO: Garantizar el cumplimiento de la planeación estratégica con la que cuenta la organización.</p>			
<p>EXPERIENCIA: Experiencia en el área de la confección mayor a dos años, desempeñando un cargo administrativo que requiera toma de decisiones y manejo de personal.</p>			
<p>HABILIDADES: Capacidad de análisis, capacidad para tomar decisiones, habilidad numérica, liderazgo, comunicación asertiva.</p>			
<p>RELACIONES</p>			
<p>INTERNAS</p>		<p>EXTERNAS</p>	
<p>Manejo de personal en prácticamente todas las áreas de la empresa.</p>		<p>Relación con proveedores, entidades gubernamentales y en general todos los entes externos que interactúen con la empresa.</p>	
<p>RESPONSABILIDADES BÁSICAS</p>			
<p>Alinear el funcionamiento interno de la empresa en miras al cumplimiento de la política empresarial definida.</p>			
<p>Coordinar todas las actividades desarrolladas dentro de la empresa.</p>			
<p>FUNCIONES</p>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer estrategias encaminadas al cumplimiento de la planeación estratégica.</li> <li>• Establecer planes de acción que generen mayor impacto en el reconocimiento de la marca en el mercado.</li> <li>• Representar la empresa legalmente.</li> <li>• Establecer prácticas estratégicas que economicen recursos.</li> <li>• Realizar seguimiento diario del funcionamiento de la empresa.</li> </ul>			
<p>Elaboró: Alejandra Garzón Fecha: 15/05/2016</p>	<p>Revisó: Aldo Dolmen Fecha: 18/05/2016</p>	<p>Aprobó: Fecha</p>	<p>Modificó: Fecha</p>




	<p>MANUAL DE FUNCIONES ASESOR CONTABLE</p>	<p>Hoja N° 1 de 1</p>	
<p align="center"><b>OBJETIVO DEL CARGO</b></p>			
<p align="center">Llevar la contabilidad de la empresa, proveer información real que permita tomar decisiones claves a tiempo por medio de indicadores e informes.</p>			
<p>ÁREA: Administración</p>		<p>ENCARGADO: Gerente</p>	
<p align="center"><b>PERFIL DEL CARGO</b></p>			
<p>EDUCACIÓN: Título profesional en contaduría</p>			
<p>EXPERIENCIA: Mínimo un año de experiencia laborando a cargo del área contable.</p>			
<p>HABILIDADES: Habilidad numérica.</p>			
<p align="center"><b>RELACIONES</b></p>			
<p align="center"><b>INTERNAS</b></p>		<p align="center"><b>EXTERNAS</b></p>	
<p>Relación de subordinación directa con el subgerente</p>		<p align="center">N.A.</p>	
<p align="center"><b>RESPONSABILIDADES BÁSICAS</b></p>			
<p>Manejo de información confidencial</p>			
<p>Transparencia en los reportes</p>			
<p align="center"><b>FUNCIONES</b></p>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar los balances correspondientes a cada mes.</li> <li>• Llevar un registro detallado de los movimientos realizados en el mes.</li> <li>• Evaluar el estado de la empresa, por medio de indicadores e informes económicos.</li> <li>• Presentar informes respecto a alguna inconsistencia encontrada luego de evaluar el estado de la empresa.</li> </ul>			
<p>Elaboró: Alejandra Garzón Fecha: 15/05/2016</p>	<p>Revisó: Aldo Dolmen Fecha: 18/05/2016</p>	<p>Aprobó Fecha</p>	<p>Modificó Fecha</p>

	<p>MANUAL DE FUNCIONES ARTISTA VISUAL</p>	<p>Hoja N° 1 de 1</p>	
<p><b>OBJETIVO DEL CARGO</b></p>			
<p>Manejar la parte visual de la empresa no solo desarrollando campañas publicitarias sino aportando nuevos diseños y estilos vanguardistas.</p>			
<p>ÁREA: Administración</p>		<p>ENCARGADO: Gerente</p>	
<p><b>PERFIL DEL CARGO</b></p>			
<p>EDUCACIÓN: profesional en Artes Visuales ó, profesional en Diseño Industrial ó, profesional en Publicidad, y estudios en Diseño de Modas.</p>			
<p>EXPERIENCIA: Mínimo un año de experiencia en la industria de la confección, en el área de comunicación visual y diseño.</p>			
<p>HABILIDADES: Creatividad y disposición.</p>			
<p><b>RELACIONES</b></p>			
<p><b>INTERNAS</b></p>		<p><b>EXTERNAS</b></p>	
<p>Relación de subordinación directa con el gerente. Relación con los operación en planta.</p>		<p>Relación con proveedores.</p>	
<p><b>RESPONSABILIDADES BÁSICAS</b></p>			
<p>Diseño de prendas Manejo de publicidad</p>			
<p><b>FUNCIONES</b></p>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear campañas publicitarias con propósitos enfocados al reconocimiento por parte del cliente.</li> <li>• Desarrollar propuestas de nuevos diseños.</li> <li>• Crear piezas guías de corte estandarizadas.</li> <li>• Mantener la parte visual de la empresa siempre fresca y agradable no solo para los clientes sino para los colaboradores.</li> </ul>			
<p>Elaboró: Alejandra Garzón Fecha: 15/05/2016</p>	<p>Revisó: Aldo Dolmen Fecha: 18/05/2016</p>	<p>Aprobó Fecha</p>	<p>Modificó Fecha</p>

	<p>MANUAL DE FUNCIONES JEFE DE PRODUCCIÓN</p>	<p>Hoja N° 1 de 1</p>	
<p>OBJETIVO DEL CARGO</p>			
<p>Programar los recursos a nivel de materia prima, tiempo, maquinaria y recursos humanos necesarios para lograr cumplir con las metas de producción y de ventas propuestas.</p>			
<p>ÁREA: Producción</p>		<p>ENCARGADO: Gerente</p>	
<p>PERFIL DEL CARGO</p>			
<p>EDUCACIÓN: Profesional en ingeniería industrial.</p>			
<p>EXPERIENCIA: Mínimo de uno a dos años de experiencia, en el área de producción en planta.</p>			
<p>HABILIDADES: Capacidad de análisis, toma de decisiones estratégicas, habilidad analítica.</p>			
<p>RELACIONES</p>			
<p>INTERNAS</p>		<p>EXTERNAS</p>	
<p>Relación directa con el gerente y con los operarios.</p>		<p>Relación con proveedores, encargados de mantenimiento y parte de ventas.</p>	
<p>RESPONSABILIDADES BÁSICAS</p>			
<p>Cumplir con la producción establecida bajo los estándares predeterminados. Coordinar de manera apropiada el trabajo de los operarios.</p>			
<p>FUNCIONES</p>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programar los requerimientos de materia prima e insumos y tramitar las compras necesarias, para contar con la disponibilidad de recursos en el momento justo.</li> <li>• Supervisar las labores de producción, la calidad del producto, el estado del producto final y de la materia prima, garantizando la disponibilidad de recursos.</li> <li>• Evaluar capacidades y su utilización dentro del proceso asociado a la producción de los diversos productos del portafolio</li> </ul>			
<p>Elaboró: Alejandra Garzón Fecha: 15/05/2016</p>	<p>Revisó: Aldo Dolmen Fecha: 18/05/2016</p>	<p>Aprobó Fecha</p>	<p>Modificó Fecha</p>

	<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES OPERARIO</p>	<p align="center">Hoja N° 1 de 1</p>	
<p align="center"><b>OBJETIVO DEL CARGO</b></p>			
<p>Cumplir con las metas establecidas según el plan de producción.</p>			
<p>ÁREA: Producción</p>		<p>ENCARGADO: Jefe de producción</p>	
<p align="center"><b>PERFIL DEL CARGO</b></p>			
<p>EDUCACIÓN: Técnico en confección y moda.</p>			
<p>EXPERIENCIA: Mínimo de seis meses de experiencia, en el área de confección.</p>			
<p>HABILIDADES: Precisión, meticulosidad, agilidad y creatividad.</p>			
<p align="center"><b>RELACIONES</b></p>			
<p align="center"><b>INTERNAS</b></p>		<p align="center"><b>EXTERNAS</b></p>	
<p>Relación directa de subordinación con el jefe de producción. Relación indirecta de subordinación con el gerente</p>		<p align="center">N.A.</p>	
<p align="center"><b>RESPONSABILIDADES BÁSICAS</b></p>			
<p>Seguir instrucciones respecto a las condiciones de elaboración de los productos.</p>			
<p>Ejecución de las actividades necesarias para obtener el producto esperado.</p>			
<p align="center"><b>FUNCIONES</b></p>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparar las piezas en la zona de corte, siguiendo los moldes estándar.</li> <li>• Trasladar las piezas a las zonas de confección y fileteado.</li> <li>• Cocer las piezas buscando siempre que el diseño y calidad se reflejen en cada puntada.</li> <li>• Verificar el estado de las máquinas y equipos, y reportar los daños que puedan presentarse.</li> <li>• Verificar las medidas de las prendas antes de fijar las etiquetas.</li> <li>• Vaporizar las prendas y almacenarlas de acuerdo a la disposición preestablecida en bodega.</li> </ul>			
<p>Elaboró: Alejandra Garzón Fecha: 15/05/2016</p>	<p>Revisó: Aldo Dolmen Fecha: 18/05/2016</p>	<p>Aprobó Fecha</p>	<p>Modificó Fecha</p>

	<p>MANUAL DE FUNCIONES ASESOR COMERCIAL</p>	<p>Hoja N° 1 de 1</p>	
<p><b>OBJETIVO DEL CARGO</b></p>			
<p>Asesorar adecuadamente al cliente, con la finalidad de que su experiencia de compra sea satisfactoria, encaminado a la fidelización del mismo.</p>			
<p>ÁREA: Comercial</p>		<p>ENCARGADO: Gerente</p>	
<p><b>PERFIL DEL CARGO</b></p>			
<p>EDUCACIÓN: Bachiller.</p>			
<p>EXPERIENCIA: Mínimo seis meses de experiencia, laborado en el área comercial.</p>			
<p>HABILIDADES: Trabajo en equipo, comunicación asertiva, disposición, paciencia, mantener buenas relaciones.</p>			
<p><b>RELACIONES</b></p>			
<p><b>INTERNAS</b></p>		<p><b>EXTERNAS</b></p>	
<p>Relación de subordinación directa con el gerente.</p>		<p>Relación directa con los clientes.</p>	
<p><b>RESPONSABILIDADES BÁSICAS</b></p>			
<p>Mantener una buena imagen de la empresa frente al cliente.</p>			
<p><b>FUNCIONES</b></p>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar la bienvenida a los clientes permitiéndoles exponer sus requerimientos.</li> <li>• Dar a conocer los productos y las características especiales, que lo hacen único.</li> <li>• Concretar ventas que contribuyan al cumplimiento de las metas trazadas.</li> <li>• Facturar y reportar ventas a diario.</li> <li>• Brindar información oportuna respecto a la percepción del cliente.</li> <li>• Reponer los productos exhibidos que se hayan vendido.</li> </ul>			
<p>Elaboró: Alejandra Garzón Fecha: 15/05/2016</p>	<p>Revisó: Aldo Dolmen Fecha: 18/05/2016</p>	<p>Aprobó Fecha</p>	<p>Modificó Fecha</p>

	<p>MANUAL DE FUNCIONES AUXILIAR DE SERVICIOS GENERALES</p>	<p>Hoja N° 1 de 1</p>	
<p align="center"><b>OBJETIVO DEL CARGO</b></p>			
<p>Mantener en las mejores condiciones visuales y de higiene todas las instalaciones de la empresa, con la finalidad de brindar un espacio apropiado para desarrollar las actividades empresariales.</p>			
<p>ÁREA: administrativa</p>		<p>ENCARGADO: Gerente</p>	
<p align="center"><b>PERFIL DEL CARGO</b></p>			
<p>EDUCACIÓN: Bachiller</p>			
<p>EXPERIENCIA: Mínimo seis meses de experiencia certificable, laborando en el área de servicios generales.</p>			
<p>HABILIDADES: Trabajo en equipo, iniciativa, disposición.</p>			
<p align="center"><b>RELACIONES</b></p>			
<p align="center"><b>INTERNAS</b></p>		<p align="center"><b>EXTERNAS</b></p>	
<p>Relación de subordinación directa con el gerente.</p>		<p align="center">N.A.</p>	
<p align="center"><b>RESPONSABILIDADES BÁSICAS</b></p>			
<p>Mantener un ambiente adecuado de trabajo, en cuanto al aspecto higiénico y ordenado de las instalaciones.</p>			
<p align="center"><b>FUNCIONES</b></p>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar la limpieza de manera profunda a todas las zonas de la empresa, incluyendo los muebles, enseres, equipos de oficina y maquinaria.</li> <li>• Velar porque durante el día el estado de higiene se mantenga.</li> <li>• Revisar constantemente la disponibilidad de implementos de aseo y tramitar las solicitudes de reposición en caso de que se requiera.</li> </ul>			
<p>Elaboró: Alejandra Garzón Fecha: 15/05/2016</p>	<p>Revisó: Aldo Dolmen Fecha: 18/05/2016</p>	<p>Aprobó Fecha</p>	<p>Modificó Fecha</p>

ANEXO K  
FORMULARIO DE REGISTRO UNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL

- Dígite a máquina o leña imprenta los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras.  
 - En los términos del artículo 33 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada.  
 - En los términos del artículo 36 del Código de Comercio podrá solicitar información adicional.  
 - Autorizo el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos.

CÓDIGO CÁMARA DE COMERCIO   FECHA DE DILIGENCIAMIENTO DÍA   MES   AÑO

**INFORMACIÓN DEL REGISTRO**

REGISTRO MERCANTIL / VENEDORES DE JUEGOS DE SUERTE Y AZAR	REGISTRO ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO / ECONOMÍA SOLIDARIA / VEEDURÍAS CIUDADANAS / ONG'S EXTRANJERAS	REGISTRO ÚNICO DE PROPONENTES
MATRICULA <input type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="checkbox"/> TRASLADO DE DOMICILIO <input type="checkbox"/> No. DE MATRICULA MERCANTIL <input type="text"/> AÑO QUE RENUEVA <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="checkbox"/> TRASLADO DE DOMICILIO <input type="checkbox"/> No. DE INSCRIPCIÓN <input type="text"/> AÑO QUE RENUEVA <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/> ACTUALIZACIÓN <input type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="checkbox"/> ACTUALIZACIÓN POR TRASLADO DE DOMICILIO, INDIQUE LA CÁMARA DE COMERCIO ANTERIOR <input type="checkbox"/> CANCELACIÓN <input type="checkbox"/> No. DE INSCRIPCIÓN <input type="text"/>

**IDENTIFICACIÓN**

RAZÓN SOCIAL (SOLO SI ES PERSONA JURÍDICA)

SIGLA

Personas naturales PRIMER APELLIDO  SEGUNDO APELLIDO  NOMBRES

IDENTIFICACIÓN No.                 TIPO C.C.  C.E.  T.L.  PASAPORTE  País

NIT. No.           D.V.

**UBICACIÓN Y DATOS GENERALES**

DIRECCIÓN DEL DOMICILIO PRINCIPAL:

MUNICIPIO  DEPARTAMENTO  PAÍS  BARRIO

TELÉFONO 1 (Igual al reportado en el formulario de Registro Único Tributario GRAN casilla 44)                 TELÉFONO 2                 TELÉFONO 3

CORREO ELECTRÓNICO  FAX

DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL:

MUNICIPIO PARA NOTIFICACIÓN  DEPARTAMENTO PARA NOTIFICACIÓN  PAÍS  BARRIO

TELÉFONO 1 PARA NOTIFICACIÓN                 TELÉFONO 2 PARA NOTIFICACIÓN                 TELÉFONO 3 PARA NOTIFICACIÓN

CORREO ELECTRÓNICO DE NOTIFICACIÓN  FAX

De conformidad con lo establecido en el artículo 17 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, adjunto a la Cámara de Comercio para que envíe notificaciones o comunicaciones relacionadas con los registros públicos a nuestro cargo, a los correos electrónicos aquí informados. SI  NO

Adjunto a la Cámara de Comercio para que envíe alertas relacionadas con los registros públicos a nuestro cargo, a los números celulares, según informados. SI  NO

ESTA EMPRESA ESTÁ UBICADA EN: LOCAL  OFICINA  LOCAL Y OFICINA  FÁBRICA  VIVEREDA  FINCA

**ACTIVIDADES ECONÓMICAS**

Indique una clasificación principal y máximo tres clasificaciones secundarias, tomadas del sistema de clasificación industrial internacional uniforme (CIIU)

ACTIVIDAD PRINCIPAL	ACTIVIDAD SECUNDARIA	OTRAS ACTIVIDADES
CIIU 1 SHD <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	CIIU 2 SHD <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	CIIU 3 SHD <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
CIIU 4 SHD <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>		

INDIQUE EL CÓDIGO SHD SOLO SI SU ACTIVIDAD ECONÓMICA LA DESARROLLA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ, D.C.

**INFORMACIÓN FINANCIERA**

En los términos de la Ley debe tomarse del balance de apertura o con corte a 31 de diciembre del año anterior.

ACTIVO	PASIVO Y PATRIMONIO	ESTADO DE RESULTADOS
Corriente \$ <input type="text"/>	Pasivo Corriente \$ <input type="text"/>	Ingresos Operacionales \$ <input type="text"/>
Fijo Neto \$ <input type="text"/>	Largo Plazo \$ <input type="text"/>	Ingresos No Operacionales \$ <input type="text"/>
Otros \$ <input type="text"/>	Pasivo Total \$ <input type="text"/>	Gtos. Operacionales \$ <input type="text"/>
Valorizaciones \$ <input type="text"/>	Patrimonio Neto \$ <input type="text"/>	Gtos. No Operacionales \$ <input type="text"/>
	Pasivo + Patrimonio \$ <input type="text"/>	Costo de Ventas \$ <input type="text"/>
		Utilidad / Pérdida Operacional \$ <input type="text"/>
		Utilidad / Pérdida Neta \$ <input type="text"/>
<b>Activo Total \$</b> <input type="text"/>		

PARQUE CON UNA X SI ES: IMPORTADOR  EXPORTADOR  % TRABAJADORES A NIVEL NACIONAL, En virtud de lo establecido en el artículo segundo de la ley 1429 de 2010  % DE TRABAJADORES TEMPORALES

**SI ES EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO**

APORTES LABORALES	APORTES ACTIVOS	APORTES LABORALES ADICIONALES	APORTES EN DINERO	TOTAL APORTES
\$ <input type="text"/> % <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> % <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> % <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> % <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> % <input type="text"/>

**SOLO PARA PERSONAS JURÍDICAS - COMPOSICIÓN DEL CAPITAL**

FECHA DE CONSTITUCIÓN                 HASTA

CAPITAL SOCIAL  { 1. NACIONAL  { 1.1 PÚBLICO  % 1.2 PRIVADO  % 2. EXTRANJERO  { 2.1 PÚBLICO  % 2.2 PRIVADO  %

**ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA**

ACTIVA  01  ETAPA PREOPERATIVA  02  EN CONCORDATO  03  INTERVENIDA  04

EN LIQUIDACIÓN  05  ACUERDOS DE REESTRUCTURACIÓN  06  OTRO  07  CUAL?

La empresa es creada por jóvenes menores de 28 años tecnólogos, técnicos o profesionales: SI  NO

Si la respuesta anterior es afirmativa, indique el porcentaje (%) de su participación en el capital social de la empresa: %

FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES - HOJA 1 DE 2



ESTE FORMULARIO ESTÁ ELABORADO EN PAPEL QUÍMICO, POR ELLO SE SUGIERE SEPARAR EL ORIGINAL Y LA COPIA DE CADA PÁGINA Y DILIGENCIARLOS DE MANERA SEPARADA PARA EVITAR DAÑOS EN LAS SIGUIENTES PARTES DEL FORMULARIO

#### INSTRUCCIONES PARA DILIGENCIAR EL FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES

##### OBSERVACIONES GENERALES

1. El formulario puede llenarse a máquina o a mano, en letra impresa, preferiblemente con bolígrafo de tinta negra.

Recuerde que **no se admiten tachones ni enmendaduras**.

2. Los espacios sombreados son para uso de la Cámara de Comercio y por eso no debe escribir en ellos.

##### DILIGENCIAMIENTO

Indique el código de la Cámara de Comercio, el cual aparece adjunto a las presentes instrucciones, luego la fecha de diligenciamiento (día mes año)

(HOJA 1)

##### INFORMACIÓN DEL REGISTRO (NUMERAL 1)

Registro Mercantil / Vendedores de juegos de suerte y azar:

Escoja solo una de las opciones entre las siguientes y marque con una equis (X) de acuerdo con el trámite que adelanta si se trata de matrícula, renovación o traslado de domicilio, luego en caso de ya estar matriculado, escriba el número de la matrícula mercantil y el año que renueva.

Registro de entidades en ánimo de lucro, economía solidaria, veedurías ciudadanas, ONGs extranjeras

Escoja solo una de las opciones entre las siguientes y marque con una equis (X) de acuerdo con el trámite que adelanta si se trata de inscripción, renovación o traslado de domicilio, luego en caso de ya estar inscrito, escriba el número de inscripción y el año que renueva.

Registro Único de Proponentes

Escoja solo una de las opciones entre las siguientes y marque con una equis (X) de acuerdo con el trámite que adelanta si se trata de inscripción, actualización, renovación, actualización por traslado de domicilio (indicando la Cámara de Comercio anterior) o cancelación, luego en caso de ya estar inscrito, escriba el número de inscripción.

##### IDENTIFICACIÓN (NUMERAL 2)

Si se trata de Personas Jurídicas, diligencie el campo de Razón Social y la Sigla, si es Persona Natural diligencie el primer apellido, segundo apellido y nombres.

En el caso de personas jurídicas escriba el número del NIT (con su respectivo dígito de verificación D.V.). Las personas jurídicas extranjeras sin sucursal en Colombia, deberán tramitar previamente el NIT ante la DIAN para realizar la inscripción en la Cámara de Comercio. Cuando se trate de matrículas de personas jurídicas (Por primera vez), no debe diligenciarse esta casilla por cuanto la Cámara de Comercio realiza el trámite de NIT ante la DIAN.

Si se trata de personas naturales, indique el número de la cédula de ciudadanía; para personas naturales extranjeras indique el número de la cédula de extranjería o del pasaporte. Si es menor de edad indique el número de la Tarjeta de Identidad. Marque con una equis "X" el tipo de documento. Para el caso de personas naturales extranjeras escriba el número y el país de origen.

##### UBICACIÓN Y DATOS GENERALES (NUMERAL 3)

Diligencie la dirección del Domicilio Principal, el Municipio, Departamento, país y barrio.

Diligencie las casillas de teléfonos.

Indique la dirección de correo electrónico y el número del fax.

Diligencie la dirección de notificación judicial, el Municipio, Departamento, país y barrio

Diligencie las casillas de teléfonos.

Indique la dirección de correo electrónico y el número del fax.

Marque con una equis "X" si autoriza o no a la Cámara de Comercio para que envíe notificaciones o comunicaciones a los correos electrónicos informados.

Marque con una equis "X" si autoriza o no a la Cámara de Comercio para que envíe alertas a los números de celulares informados.

Marque con una equis "X" según corresponda la ubicación de su empresa (Local, oficina, local y oficina, fábrica, vivienda o finca).

En caso de realizar una solicitud en el Registro Único de Proponentes y correspondiente a una Sociedad Extranjera con sucursal en Colombia, tenga en cuenta que en el campo del domicilio principal debe diligenciar los datos de la Casa Matriz y en los campos del domicilio para notificación judicial los de la sucursal en Colombia.

Nota: Si el trámite corresponde al Registro Único de Proponentes y el solicitante está inscrito en el Registro Mercantil o Esales, no debe diligenciar las casillas del numeral 3 del presente formulario

##### ACTIVIDADES ECONÓMICAS (NUMERAL 4)

Indique una clasificación principal y hasta tres clasificaciones secundarias, de acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU. Recuerde que las clasificaciones informadas deben coincidir con las reportadas en el Registro Único Tributario.

El campo Identificado como SFID se debe diligenciar solo si su actividad económica la desarrollará en la ciudad de Bogotá.

Nota: Si el trámite corresponde al Registro Único de Proponentes no debe diligenciar estos campos.

##### INFORMACIÓN FINANCIERA (NUMERAL 5)

Recuerde utilizar el punto (.) para separar miles y la coma (,) para separar decimales, los datos deben expresarse en pesos. Si se trata de matrícula, los valores deben corresponder al balance de apertura a menos que se trate de persona natural que ya tenga estados financieros a 31 de diciembre. Si se trata de una renovación de matrícula mercantil o Esales los valores deben corresponder a los estados financieros con fecha de corte a 31 de diciembre del año anterior.

##### ACTIVO

Comente: Corresponde a los bienes y derechos que en corto plazo son susceptibles de convertirse en efectivo.

Fijo Neto: Corresponde a los bienes adquiridos para desarrollar la actividad comercial y que por lo tanto no son líquidos.

Otros: Es el valor de inversiones que se tengan en acciones o en títulos del gobierno, de pagos diferidos o anticipados.

Valorizaciones: Corresponde al mayor valor de los activos, dentro al de ajuste por inflación.

Activo total: Representa los bienes y derechos de una persona o empresa. Corresponde al resultado de la suma del activo comente, fijo neto, otros y valorizaciones. **Recuerde que esta cifra es la base para la liquidación del valor de su matrícula o renovación de la Matrícula Mercantil o Esales, de acuerdo con las tarifas vigentes.**

##### PASIVO Y PATRIMONIO

Pasivo Comente: Corresponde a las deudas y obligaciones apreciables en dinero contraídas con vencimiento inferior a un año.

Pasivo Largo Plazo: Corresponde a las deudas y obligaciones contraídas con vencimiento superior a un año.

Pasivo total: Representa las obligaciones o deudas totales de una persona o empresa. Corresponde a la suma del pasivo comente y a largo plazo.

Patrimonio neto: El patrimonio neto es la diferencia entre el Activo y el Pasivo, y representa el monto del que son dueños los socios si se vendieran todas las propiedades de la empresa y se pagaran todas las deudas.

Pasivo más patrimonio: Es la suma del total pasivo y el patrimonio. El valor del activo debe ser igual a la suma de los valores del pasivo y del patrimonio.

##### ESTADO DE RESULTADOS

Ingresos operacionales: Corresponde a los ingresos totales por la venta de bienes o servicios.

Ingresos no operacionales: Corresponde al valor de los ingresos obtenidos por el ente económico en la venta ocasional de ciertos bienes que no corresponden propiamente al desarrollo ordinario de sus operaciones, tales como de materia prima, materiales de desecho, empaques y productos en remate.

Gastos operacionales: Se llama Gastos operacionales al dinero que una empresa o una organización debe desembolsar en concepto del desarrollo de las diferentes actividades que despliega. Entre los más comunes podemos citar los siguientes: pago por el alquiler del local o la oficina en la cual está asentada, pago de salarios a sus empleados y compra de suministros.

Gastos no operacionales: Comprende las sumas pagadas y/o causadas por gastos no relacionados directamente con la explotación del objeto social del ente económico. Se incorporan conceptos tales como: financieros, pérdidas en venta y retro de bienes, gastos extraordinarios y gastos diversos.

Costos de ventas: Son aquellos en los que se incurre durante el ejercicio, directamente relacionados con la gestión de ventas.

Utilidad o pérdida operacional: Es el resultado de la diferencia entre los ingresos operacionales y los gastos operacionales. Debe tener en cuenta que no corresponde a las utilidades antes de impuestos y tampoco a la utilidad del ejercicio.

Utilidad o pérdida neta: Comprende el valor de las utilidades o pérdidas obtenidas al cierre de cada ejercicio, como resultado de todas las operaciones (operacionales y no operacionales), realizadas durante el período.

Tenga en cuenta que si el trámite corresponde al Registro Único de Proponentes y el solicitante está inscrito en el Registro Mercantil o Esales, la información financiera diligenciada debe ser coherente a la reportada en el Registro Mercantil o Esales.

Marque con una X si es importador o exportador, si no realiza ninguna de estas dos actividades no marque ninguna casilla.

Suministre el número de empleados que tiene actualmente a nivel nacional y el porcentaje de empleados temporales.

##### PARA EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO

Escriba el valor, con su respectivo porcentaje, de los distintos tipos de aportes que tiene su empresa. Recuerde que la suma total de los aportes debe ser el 100%.

##### (NUMERAL 6)

##### FECHA DE CONSTITUCIÓN

Solo para personas jurídicas. Informe el año, mes y día en que se constituyó la empresa, así como la fecha en que termina su vigencia, según el documento privado, la escritura de constitución o la última escritura de reforma. Si la vigencia es indefinida no diligencie el último dato. (Hoja)

##### COMPOSICIÓN DEL CAPITAL

Solo para personas jurídicas. Indique, según se discrimina, el porcentaje de composición del capital social de la empresa.

##### ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA (NUMERAL 7)

Solo para personas jurídicas. Señale con una equis "X" la situación jurídica, administrativa, financiera y contable por la que atraviesa la empresa a la fecha de solicitud de la información, así:

\* Diligencie a máquina o letra impresa los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras.  
 \* En los términos del artículo 33 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada.  
 \* En los términos del artículo 36 del Código de Comercio podrá solicitar información adicional.  
 \* Autorizo el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos.

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL		MATRICULA/INSCRIPCIÓN N°	
<b>TIPO DE ORGANIZACIÓN</b>			
SOCIEDAD COLECTIVA <input type="checkbox"/> 01	SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE <input type="checkbox"/> 02	SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES <input type="checkbox"/> 03	SOCIEDAD LIMITADA <input type="checkbox"/> 04
SOCIEDAD ANÓNIMA <input type="checkbox"/> 05	SOCIEDAD DE ECONOMÍA MIXTA <input type="checkbox"/> 06	SUCURSAL DE SOCIEDAD EXTRANJERA <input type="checkbox"/> 07	EMPRESA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL ESTADO <input type="checkbox"/> 08
EMPRESA UNIPERSONAL <input type="checkbox"/> 09	SOCIEDAD DE HECHO <input type="checkbox"/> 10	PERSONA NATURAL <input type="checkbox"/> 11	
8 ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA SOLIDARIA ESPECÍFICA <input type="checkbox"/> 12	COOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.1	EMPRESAS ASOCIADAS DE TRABAJO <input type="checkbox"/> 12.2	INSTITUCIONES AUXILIARES DE ECONOMÍA SOLIDARIA <input type="checkbox"/> 12.3
	EMPRESA DE SERVICIOS EN FORMA DE ASORON, PÚBLICA COOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.4	FONDO DE EMPLEADOS <input type="checkbox"/> 12.5	COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO <input type="checkbox"/> 12.6
	ASOCIACIÓN MUTUAL <input type="checkbox"/> 12.7	EMPRESA SOLIDARIA DE SALUD <input type="checkbox"/> 12.8	EMPRESA COMUNITARIA <input type="checkbox"/> 12.9
	FEDERACIÓN Y CONFEDERACIÓN <input type="checkbox"/> 12.10	VEHICULAR CIUDADANA <input type="checkbox"/>	ENTIDADES EXTRANJERAS DE DERECHO PRIVADO SIN ANIMO DE LUCRO <input type="checkbox"/>
ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO <input type="checkbox"/> 13	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA <input type="checkbox"/> 14	OTROS <input type="checkbox"/> 99	ACTUAL? <input type="checkbox"/>

**NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA, DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN**

1. AGROPECUARIOS _____	2. MINEROS _____	3. MANUFACTUREROS _____
4. SERVICIOS PÚBLICOS _____	5. CONSTRUCCIÓN Y OBRAS CIVILES _____	6. COMERCIALES _____
7. RESTAURANTES Y HOTELES _____	8. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO _____	9. COMUNICACIONES _____
10. FINANCIEROS, SEGUROS E INMOBILIARIOS _____	11. SERVICIOS COMUNALES Y PERSONALES _____	

**ENTIDADES DE CRÉDITO CON LAS CUALES HA CELEBRADO OPERACIONES DE CRÉDITO**

NOMBRE DE LA ENTIDAD _____	OFICINA _____
NOMBRE DE LA ENTIDAD _____	OFICINA _____

**REFERENCIAS DE DOS COMERCIANTES INSCRITOS**

NOMBRE _____	DIRECCIÓN _____	TELÉFONO _____
NOMBRE _____	DIRECCIÓN _____	TELÉFONO _____

**DETALLE DE LOS BIENES RAICES QUE POSEA (En cumplimiento del artículo 32 del Código de Comercio)**

Matriculación inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____	Matriculación inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____
Matriculación inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____	Matriculación inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____

**NOTA: SI EL ESPACIO NO ES SUFICIENTE ADJUNTE LA INFORMACIÓN DE LOS OTROS BIENES EN HOJAS ANEXAS A ESTE FORMULARIO**

**12 SOLO PARA ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO**

Nombre de la Entidad que ejerce inspección, vigilancia y control: \_\_\_\_\_

El suscrito declara **bajo la gravedad del juramento** que la información reportada en este formulario es confiable, veraz, completa y exacta.  
 Nombre del Matriculado, Representante Legal de la Persona Jurídica o inscrito: \_\_\_\_\_

Documento de Identificación No. \_\_\_\_\_ CI  CE  TI  PASAPORTE

FIRMA \_\_\_\_\_  
 Cualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley (Artículo 38 del Código de Comercio y normas concordantes y complementarias)

PARA USO EXCLUSIVO DE LA CÁMARA DE COMERCIO

**ACTIVA:** Cuando la empresa esté operando y desarrollando normalmente su objeto social.

**ETAPA PREOPERATIVA:** Cuando la empresa se encuentra en proceso de montaje, en etapa de actividades preparativas necesarias para poner en funcionamiento el objeto de la sociedad.

**EN CONCORDATO:** Una empresa entra en proceso de concordato cuando en un momento dado no puede cumplir con las obligaciones contraídas con acreedores. Este proceso consiste en negociar con los acreedores para reafirmar los deudas y para conseguir nueva financiación con el objetivo que la empresa siga su normal funcionamiento que garantice el cumplimiento de sus obligaciones. Al negociar con los acreedores la empresa hace algunas concesiones a esos acreedores como contraprestación por el beneficio que estos ofrecen a la empresa.

**INTERVENIDA:** Cuando mediante acto administrativo, la entidad que ejerce la inspección, vigilancia y control de la empresa, toma posesión de los negocios, bienes y haberes para ser administrados o liquidados.

**EN LIQUIDACIÓN:** Cuando la empresa está efectuando los trámites necesarios para extinguir la persona jurídica, deja de ser una empresa activa y no desarrolla normalmente su objeto social.

**ACUERDOS DE REESTRUCTURACIÓN:** Cuando la empresa se encuentra en proceso de negociación, o se encuentra cumpliendo este acuerdo, con el objeto de corregir las deficiencias operativas encaminadas a hacer factible su recuperación dentro del plazo y las condiciones previstas en el acuerdo.

**OTRO:** Señale con una equis "X" si el estado actual de su empresa es diferente a los ya señalados, en este caso coloque a cual corresponde.

Indique si la empresa es o no creada por jóvenes menores de 28 años, tecnológicos, técnico o profesionales. Si la respuesta es afirmativa indique el porcentaje de participación de los anteriores en el capital social de la empresa.

Nota: Si el trámite corresponde al Registro Único de Proponentes no debe diligenciar estos campos.

(HOJA 2)

Diligencie los datos de Nombre o Razón Social y Matricula / Inscrición No.

**TIPO DE ORGANIZACIÓN (NUMERAL 5)**

Es la forma legal que toma la empresa para su funcionamiento, conforme a la ley colombiana. Marque con una equis "X" la casilla correspondiente, según documento privado, escritura de constitución o última reforma social.

Los diferentes tipos de organización jurídica están definidos en las normas vigentes que regulan la materia.

**OTROS:** Si la empresa no se ajusta a ninguna de las formas de organización relacionadas, señale esa casilla e indique el tipo.

Nota: Si el trámite corresponde al Registro Único de Proponentes no debe diligenciar estos campos.

**NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA, DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD ECONOMICA QUE DESARROLLAN (NUMERAL 9)**

Este numeral se solicita la información correspondiente a la estructura operativa de la empresa. Indique el número de establecimientos de propiedad de la empresa de acuerdo con la actividad económica que realicen, según las siguientes instrucciones:

**2. Establecimiento minero:** Corresponde a aquellas unidades de propiedad de la empresa, dedicadas a la extracción de todo tipo de minerales y piedras preciosas, encontrados en estado natural, superficial, cielo abierto o en el subsuelo.

**3. Establecimiento manufacturero:** Son los dedicados a la transformación física y química de materiales y componentes en productos nuevos ya sea que el trabajo se efectúe con máquinas o a mano, en una fábrica (establecimiento) o a domicilio.

**4. Establecimiento de servicios públicos (electricidad, gas y agua):** Comprende aquellos cuya actividad es la generación, transmisión, distribución y venta de energía eléctrica, gas o agua a usuarios residenciales, industriales y comerciales, etc. NO se incluyen los establecimientos dedicados al transporte, almacenamiento, y comercialización de estos productos, ni los dedicados a saneamiento básico o al funcionamiento de los distritos de riego.

**5. Establecimientos de construcción y obras civiles:** Son los dedicados a actividades de demolición y derribo de edificaciones y estructuras; preparación de terrenos (descapote, excavación); trabajos de preparación para obras civiles (perforación, voladuras, nivelación, movimientos de tierras); construcción de edificaciones completas y partes de edificaciones; la construcción de obras civiles; acondicionamiento de edificaciones u obras civiles y la terminación o acabado de obras civiles y edificaciones.

**6. Establecimientos comerciales:** Comprende aquellos que desarrollan actividades de venta (compra y venta) al por mayor y al por menor de todo tipo de productos, bienes o mercancías. Se incluyen aquí los dedicados al comercio de vehículos automotores y motocicletas, sus partes, piezas y accesorios, así como los automotores y los que realizan la reparación y mantenimiento de los mismos.

**7. Restaurantes y Hoteles:** Comprende los establecimientos dedicados a prestar servicios de preparación y expendio de alimentos para su consumo inmediato en el mismo sitio (restaurantes, cafeterías, menesteros, salones de comidas y similares), el expendio de bebidas para el consumo dentro del establecimiento (bares, cantinas y similares) y a prestar servicios de alojamiento (hoteles, hostales, apartahoteles, moteles, residencias, centros vacacionales y similares).

**8. Establecimientos de transporte y almacenamiento:** Son aquellos que proporcionan servicios de transporte de pasajeros y carga por cualquier vía y por cualquier medio de transporte, así como a los que prestan servicios auxiliares al transporte, como: agencias de viajes, actividades de las terminales de transporte, estacionamiento, manipulación y almacenamiento de carga. Incluye el transporte por tuberías (oleoductos, gasoductos). No se incluye la distribución domiciliar de electricidad y agua ni de gas natural o manufacturado.

**9. Establecimiento de comunicación (correo y telecomunicaciones):** Son los dedicados a la recolección, transporte y entrega nacional e internacional de correspondencia y paquetes; la venta de sellos de correo, distribución de correspondencia, alquiler de buzones postales y los servicios de apartado postal. En el caso de los que desarrollen actividades de telecomunicaciones, se incluyen los que prestan los servicios de telefonía, comunicación y transmisión de todo tipo de señales auditivas, visuales y de datos.

**10. Establecimientos financieros, seguros e inmobiliarios:** Son los dedicados a la prestación de servicios de intermediación financiera (banca central, banca privada, leasing, fiducias, factoring, etcétera), los dedicados a la financiación de planes de seguros y pensiones (excepto los de la seguridad social de afiliación obligatoria), seguros generales, de vida, reaseguros, etcétera. Se incluyen aquí los establecimientos cuyo objeto social está centrado en desarrollar actividades inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo, efectos personales y enseres domésticos, alquiler de equipo de transporte, construcción e ingeniería civil y de equipo de oficina. Igualmente, los establecimientos consultores en equipo, programas, suministro de programas de informática, procesamiento de datos. Los dedicados a realizar actividades de investigación y desarrollo básica y experimental y establecimientos que en general se dedican a prestar servicios jurídicos, contabilidad, auditoría, arquitectura e ingeniería, publicidad, etcétera.

**11. Establecimientos de servicios comunales y personales:** Son aquellos que realizan actividades administrativas de las instituciones del Estado, que se adelantan en función de las políticas generales de la administración pública. Incluye entre otros: Administración pública y defensa; seguridad social; educación; salud; excepto las promotoras de salud y las empresas de medicina prepagada (cuando no prestan directamente el servicio de salud); servicios comunitarios, sociales y personales, tales como: eliminación de desperdicios y aguas residuales, saneamiento y actividades similares; asociaciones empresariales, profesionales y de empleadores, religiosas, política, etcétera; actividades de esparcimiento, culturales y deportivas; servicios a la comunidad tales como lavandería, peluquería, tratamientos de belleza y los que representan organizaciones y órganos extralimitados: ONG'S, FMI, el Banco Mundial y Naciones Unidas, entre otros.

Nota: Si el trámite corresponde al Registro Único de Proponentes no debe diligenciar estos campos.

**ENTIDADES DE CRÉDITO CON LAS CUALES HA CELEBRADO OPERACIONES (NUMERAL 10)**

Escriba el nombre completo de dos entidades crediticias con las cuales ha celebrado operaciones, y de la oficina o lugar donde fue atendido. Puede tratarse de un banco, o de cualquiera otra entidad financiera.

**REFERENCIAS DE DOS COMERCIANTES INSCRITOS**

Escriba el nombre, teléfono y lugar de residencia de dos personas o empresas inscritas en la Cámara de Comercio, con las cuales haya realizado negocios.

**DETALLE DE LOS BIENES RAICES QUE POSEA (NUMERAL 11)**

Escriba el número de matrícula inmobiliaria, la dirección, barrio, municipio, departamento y país de los bienes raíces que posee.

**ENTIDAD DE CONTROL (NUMERAL 12)**

Solo para las Entidades sin ánimo de lucro, escriba el nombre de la Entidad que ejerce inspección, vigilancia y control sobre la misma.

Nota: Si el trámite corresponde al Registro Único de Proponentes no debe diligenciar estos campos.

**FIRMA**

En el espacio para firmación el Nombre del Matriculado o Representante Legal de la Persona Jurídica, el número del documento de identificación, marque con una equis "X" el tipo de documento y por último firme el formulario.

**CÁMARAS DE COMERCIO - CÓDIGO**

Aburrá asur	55	Facatativá	47	Piedemonte Araucario	56
Aguafría	53	Florencia para el Coqueá	41	Putumayo	46
Amazonas	42	Guandá	14	Quibdó	39
Antioquia	49	Honda	15	San Andrés	31
Armenia	01	Bogotá	16	San José del Guaviare	57
Barrancabermeja	02	Itania	17	Santa María	32
Barranquilla	03	La Dorada, Puerto Boyacá, Puerto Salgar y Oriente de Caldas	18	Santa Rosa de Cabal	33
Bogotá	04	La Guajira	30	Sevilla	43
Bucaramanga	05	Magangajá	19	Sincelejo	34
Buenaventura	06	Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño	52	Sogamoso	35
Buga	07	Manizales	20	Sur y Oriente del Tolima	45
Cali	08	Medellín para Antioquia	21	Tuluá	36
Cartagena	09	Montes	22	Turaco	37
Cartago	10	Nevé	23	Tunja	38
Casare	50	Dacha	49	Uribá	44
Cauca	28	Oriente Antioqueño	51	Valledupar	38
Chicó	12	Palma	24	Villavicencio	40
Cócuta	11	Pampióna	25		
Daquebradán	54	Pasto	26		
Duitama	13	Perse	27		

ANEXO L  
MINUTA DE CONSTITUCIÓN

Fuente: CÁMARA DE COMERCIO. "Manual de constitución S.A.S.". [En línea]. Disponible en: <http://www.camaramedellin.com.co/site/Noticias/Demo-aplicativo-SAS.aspx> [Consultado el: 19/03/2016].

## Minuta de constitución de la empresa All Noir S.A.S

En la ciudad de Bogotá, Departamento de Cundinamarca, de la República de Colombia, el día 21 del mes de Abril del año 2016, La señora ANDREA ALEJANDRA GARZÓN MEDINA, mayor de edad, identificado con Cedula de Ciudadanía número 1023926117 expedida en Bogotá, domiciliado en la ciudad de BOGOTÁ en la dirección Av cll 37 # 1-09, quien para todos los efectos se denominará el constituyente, mediante el presente escrito manifestó mi voluntad de constituir una Sociedad por Acciones Simplificada, que se regulará conforme lo establecido en la ley y en los siguientes estatutos:

**ARTÍCULO PRIMERO TIPO DE SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE** La sociedad que se constituye por medio de este documento es por acciones, del tipo Sociedad por Acciones Simplificada, esta se regirá por las disposiciones contenidas en los presentes estatutos, por las normas que de manera especial regulan esta especie de compañía en Código de Comercio y por las generales que en la anterior normativa rigen para las sociedades, teniendo en cuenta que tanto las especiales como las generales sean compatibles con su calidad de una Sociedad por Acciones Simplificada.

**ARTÍCULO SEGUNDO DOMICILIO SOCIAL** La compañía tendrá como domicilio principal la ciudad de BOGOTÁ, pero podrá abrir sucursales o agencias en cualquier parte del territorio nacional, para lo cual se procederá como aparece previsto en las normas legales.

**ARTÍCULO TERCERO NOMBRE DE LA SOCIEDAD** La sociedad actuará bajo la denominación social ALL NOIR S.A.S.;

**ARTÍCULO CUARTO TÉRMINO DE DURACIÓN** La sociedad tendrá un término de duración INDEFINIDO, pero podrá disolverse anticipadamente cuando su fundador así lo decida.

**ARTÍCULO QUINTO OBJETO SOCIAL** La sociedad tendrá por objeto, el desarrollo de las siguientes actividades: A) Producción y comercialización de prendas de vestir. B) Cualquier actividad comercial o civil de forma lícita y todas las demás inherentes al desarrollo del objeto social.

**ARTÍCULO SEXTO CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO** El capital autorizado de la sociedad está expresado en PESOS el valor en letras de ciento cuarenta millones de pesos (\$140'000,000), divididos en veinte, acciones de igual valor nominal, a razón de 7'000.000 cada una. La clase de acciones aquí suscrita son de clase ORDINARIAS. Parágrafo.- El capital suscrito podrá aumentarse por cualquiera de los medios que admite la Ley, igualmente, podrá disminuirse con

sujeción a los requisitos que la Ley señala, en virtud de la correspondiente reforma estatutaria, aprobada por sus accionistas e inscrita en el registro mercantil:

**ARTÍCULO SEPTIMO CARACTERÍSTICAS DE LAS ACCIONES** Las acciones de la sociedad en que se halla dividido su capital son de clase ordinaria.

**ARTÍCULO OCTAVO TÍTULOS DE LAS ACCIONES** A cada uno de los accionistas se le expedirá un solo título representativo de sus acciones, a menos que prefieran tener varios por diferentes cantidades parciales del total que le pertenezca. El contenido y las características de los títulos se sujetarán a lo preceptuado en las normas legales correspondientes. Mientras el valor de las acciones no hubiere sido pagado totalmente, la sociedad sólo podrá expedir certificados provisionales. Para hacer una nueva inscripción y expedir el título al adquirente, será menester la previa cancelación de los títulos.

**ARTÍCULO NOVENO LIBRO DE REGISTRO DE ACCIONES** La sociedad llevará un libro de registro de acciones, previamente registrado en la cámara de comercio correspondiente al domicilio principal de la sociedad, en el cual se anotará el nombre de cada accionista, la cantidad de acciones de su propiedad, el título o títulos con sus respectivos números y fechas de inscripción, las enajenaciones y traspasos, las prendas, usufructos, embargos y demandas judiciales, así como cualquier otro acto sujeto a inscripción según aparezca ordenado en la Ley.

**ARTÍCULO DECIMO EMISIÓN DE ACCIONES** Corresponde a los accionistas decidir sobre la emisión de acciones de que disponga la sociedad y que se encuentren en la reserva.

**ARTÍCULO DECIMO PRIMERO GERENCIA** La representación legal de la sociedad y la gestión de los negocios sociales estarán a cargo de un GERENTE, a su vez la sociedad podrá nombrar un SUBGERENTE, quien reemplazará al gerente en sus ausencias temporales y absolutas contando con las mismas atribuciones que el gerente cuando éste entre a reemplazarlo.

**ARTÍCULO DECIMO SEGUNDO FACULTADES DEL GERENTE** El gerente está facultado para ejecutar, a nombre de la sociedad, todos los actos y contratos relacionados directamente con el objeto de la sociedad, sin límite de cuantía. Serán funciones específicas del cargo, las siguientes: a) Constituir, para propósitos concretos, los apoderados especiales que considere necesarios para representar judicial o extrajudicialmente a la sociedad. b) Cuidar de la recaudación e inversión de los fondos sociales. c) Organizar adecuadamente los sistemas requeridos para la contabilización, pagos y demás operaciones de la sociedad. d) Velar por el cumplimiento oportuno de todas las obligaciones de la sociedad en materia impositiva. e) Certificar conjuntamente con el contador de la compañía los estados financieros en el caso de ser dicha certificación exigida por las normas

legales. f) Designar las personas que van a prestar servicios a la sociedad y para el efecto celebrar los contratos que de acuerdo a las circunstancias sean convenientes; además, fijará las remuneraciones correspondientes, dentro de los límites establecidos en el presupuesto anual de ingresos y egresos. g) Celebrar los actos y contratos comprendidos en el objeto social de la compañía y necesarios para que esta desarrolle plenamente los fines para los cuales ha sido constituida. h) Cumplir las demás funciones que le correspondan según lo previsto en las normas legales y en estos estatutos. Parágrafo.- El gerente queda facultado para celebrar actos y contratos, en desarrollo del objeto de la sociedad, con entidades públicas, privadas y mixtas.

**ARTÍCULO DECIMO TERCERO RESERVAS** La sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito y se formará con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Los accionistas podrán decidir, además, la constitución de reservas voluntarias, siempre que las mismas sean necesarias y convenientes para compañía, tengan una destinación específica y cumplan las demás exigencias legales.

**ARTÍCULO DECIMO CUARTO UTILIDADES** No habrá lugar a la distribución de utilidades sino con base en los estados financieros de fin de ejercicio, aprobados por sus accionistas, aprobación que se presume por el hecho de la certificación mientras ocupe el cargo de gerente. Tampoco podrán distribuirse utilidades mientras no se hayan enjugado las pérdidas de ejercicios anteriores que afecten el capital, entendiéndose que las pérdidas afectan el capital cuando a consecuencia de las mismas se reduzca el patrimonio neto por debajo del monto del capital suscrito. Las utilidades de cada ejercicio social, establecidas conforme a los estados financieros aprobados con los que estén de acuerdo sus accionistas, se distribuirán con arreglo a las disposiciones siguientes y a lo que prescriban las normas legales. 1.- El diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas después de impuestos se llevará a la reserva legal, hasta concurrencia del cincuenta por ciento (50%), por lo menos, del capital suscrito. Una vez se haya alcanzado este límite quedará a decisión de los accionistas continuar con el incremento de la reserva, pero si disminuyere será obligatorio apropiarse el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas hasta cuando dicha reserva llegue nuevamente al límite fijado. 2.- Efectuada la apropiación para la reserva legal se harán las apropiaciones para las demás reservas que, con los requisitos exigidos en la Ley, decidan sus accionistas. Estas reservas tendrán destinación específica y clara, serán obligatorias para el ejercicio en el cual se hagan, y el cambio de destinación o su distribución posterior sólo podrán autorizarse por los accionistas. 3.- Si hubiere pérdidas de ejercicios anteriores, no enjugadas que afecten el capital, las utilidades se aplicarán a la cancelación de tales pérdidas antes de cualquier apropiación para reservas legal, voluntarias u ocasionales. 4.- Las apropiaciones para la creación o incremento de reservas voluntarias u ocasionales, deberán ser aprobadas por sus accionistas. 5.- El remanente de las utilidades, después de

efectuadas las apropiaciones para reserva legal y para reservas voluntarias u ocasionales, se destinarán al pago del dividendo de cada accionista.

**ARTÍCULO DECIMO QUINTO DISOLUCIÓN DE LA SOCIEDAD** La sociedad se disolverá por decisión de sus accionistas o cuando se presente alguna de las causales previstas en la Ley y compatibles con la Sociedad por Acciones Simplificada constituida por medio de este documento. La disolución, de acuerdo a causal presentada, podrá evitarse con sometimiento a lo prescrito en la normativa comercial para el efecto.

**ARTÍCULO DECIMO SEXTO LIQUIDADOR** El liquidador y su suplente serán designados por los accionistas y esta designación, una vez ellos manifiesten la aceptación, se llevará a cabo su inscripción en el registro mercantil.

**ARTÍCULO DECIMO SEPTIMO PROCESO DE LIQUIDACIÓN** Cuando se trate del denominado proceso de liquidación privada o voluntaria, se seguirán las normas que aparecen en los artículos 218 y siguientes del Código de Comercio.

**ARTÍCULO DECIMO OCTAVO TRANSITORIO - NOMBRAMIENTOS** El cargo de GERENTE será ocupado por, ANDREA ALEJANDRA GARZÓN MEDINA, identificado con Cedula de Ciudadanía número: 1023926117 de Bogotá y se nombra como SUBGERENTE a CHRISTIAN FERNEY MARCA HERNANDEZ, con Cedula de Ciudadanía número 1032749243 de Bogotá. Ambas personas estando presentes en este acto constitutivo, aceptan los cargos para los cuales fueron designados.

**ARTÍCULO DECIMO NOVENO DECLARACIÓN DEL SOCIO CONSTITUYENTE** El constituyente de la sociedad ALL NOIR S.A.S., identificado así: ANDREA ALEJANDRA GARZON MEDINA, identificado con Cedula de Ciudadanía número 1023926117 de BOGOTÁ , declara que la sociedad constituida por medio de este documento privado, reúne los requisitos exigidos por la Ley. En constancia

Firma: \_\_\_\_\_

Andrea Alejandra Garzón Medina  
C.C. 1023926117



ANEXO M  
FORMULARIO DE REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO

 <b>DIAN</b> <small>DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE IMPUESTOS, ADUANAS Y AERONÁUTICA NACIONAL</small>	<b>Formulario del Registro Único Tributario</b> <b>Hoja Principal</b>	 <b>RAJISCA</b> <small>REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO</small>	<b>001</b>																						
Espacio reservado para la DIAN		2. Concepto: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>																							
		4. Número de formulario																							
5. Número de Identificación Tributaria (NIT):		6. DV:	12. Administración:																						
			14. Buzón electrónico:																						
<b>IDENTIFICACION</b>																									
24. Tipo de contribuyente:	25. Tipo de documento:	26. Número de identificación:	27. Fecha expedición:																						
Lugar de expedición: 28. País:		29. Departamento:	30. Ciudad/Municipio:																						
31. Primer apellido	32. Segundo apellido	33. Primer nombre	34. Otros nombres:																						
35. Razón social:																									
36. Nombre comercial:																									
37. Sigla:																									
<b>UBICACION</b>																									
38. País:		39. Departamento:	40. Ciudad/Municipio:																						
41. Dirección:																									
42. Correo electrónico:		43. Apartado aéreo:	44. Teléfono 1:																						
			45. Teléfono 2:																						
<b>CLASIFICACION</b>																									
<b>Actividad económica</b>																									
<b>Actividad principal</b>		<b>Actividad secundaria</b>		<b>Otras actividades</b>		<b>Ocupación</b>																			
46. Código:	47. Fecha inicio actividad:	48. Código:	49. Fecha inicio actividad:	50. Código:	1	2	51. Código:																		
							52. Número establecimiento:																		
<b>Responsabilidades</b>																									
53. Código:																									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td> </tr> </table>								1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18								
<b>Usuarios aduaneros</b>				<b>Exportadores</b>																					
54. Código:				55. Forma:	56. Tipo:	Servicio:																			
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2																		
						3																			
<b>Para uso exclusivo de la DIAN</b>																									
59. Anexo: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>				60. No de Folio:		61. Fecha:																			
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponden exactamente a la realidad; por lo anterior, cualquier falsedad en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 15 Decreto 2788 del 31 de Agosto de 2004.				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma del funcionario autorizado:																					
Firma del solicitante:				596. Nombre:																					
				595. Cargo:																					

Espacio reservado para la DIAN

Página ..... de ..... **Hoja 2**

4. Número de formulario

5. Número de Identificación Tributaria (NIT): 6. DV: 12. Administración 14. Buzón electrónico

**Características y formas de las organizaciones**

62. Naturales	<input type="checkbox"/>	63. Formas asociativas	<input type="checkbox"/>	64. Entidades o institutos de derecho público de orden nacional, departamental, municipal y distritales	<input type="checkbox"/>
65. Fondos	<input type="checkbox"/>	66. Cooperativas	<input type="checkbox"/>	67. Sociedades y organismos extranjeros	<input type="checkbox"/>
68. Sin personería jurídica	<input type="checkbox"/>	69. Otras organizaciones no calificadas	<input type="checkbox"/>	70. Beneficio	<input type="checkbox"/>

Constitución, Registro y Última Reforma		Composición del Capital
Documento	1. Constitución	2. Reforma
71. Clase:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
72. Número:	<input type="text"/>	<input type="text"/>
73. Fecha:	<input type="text"/>	<input type="text"/>
74. Número de Notaría:	<input type="text"/>	<input type="text"/>
75. Entidad de registro:	<input type="text"/>	<input type="text"/>
76. Fecha de registro:	<input type="text"/>	<input type="text"/>
77. No. Matrícula mercantil:	<input type="text"/>	<input type="text"/>
78. Departamento:	<input type="text"/>	<input type="text"/>
79. Ciudad/Municipio:	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<b>Vigencia:</b>		
80. Desde:	<input type="text"/>	<input type="text"/>
81. Hasta:	<input type="text"/>	<input type="text"/>
		82. Nacional: <input type="text"/> %
		83. Nacional público: <input type="text"/> %
		84. Nacional privado: <input type="text"/> %
		85. Extranjero: <input type="text"/> %
		86. Extranjero público: <input type="text"/> %
		87. Extranjero privado: <input type="text"/> %

**Entidad de vigilancia y control**

88. Entidad de vigilancia y control:

**Estado de la empresa o persona**

Núm	89. Estado actual:	90. Fecha cambio de estado:	91. Número de Identificación Tributaria (NIT):	92. DV
1	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
5	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

**Vinculación económica**

93. Vinculación económica:  94. Nombre del grupo económico y/o empresarial:

95. Número de Identificación Tributaria (NIT) de la Matriz o Contratista:  96. DV:

97. Nombre o razón social de la matriz o contratista:



Formulario del Registro Único Tributario  
Representación



001

Espacio reservado para la DIAN		Página ..... de .....		Hoja 3	
		4. Número de formulario			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT):		6. DV:	12. Administración	14. Buzón electrónico	

Representación

1	98. Representación:	99. Fecha inicio ejercicio representación:			
	100. Tipo de documento:	101. Número de identificación:	102. DV:	103. Número de tarjeta profesional	
	104. Primer apellido:	105. Segundo apellido:	106. Pater nombre:	107. Otros nombres:	
	108. Número de Identificación Tributaria (NIT):	109. DV:	110. Razón social representante legal		
2	98. Representación:	99. Fecha inicio ejercicio representación:			
	100. Tipo de documento:	101. Número de identificación:	102. DV:	103. Número de tarjeta profesional	
	104. Primer apellido:	105. Segundo apellido:	106. Pater nombre:	107. Otros nombres:	
	108. Número de Identificación Tributaria (NIT):	109. DV:	110. Razón social representante legal		
3	98. Representación:	99. Fecha inicio ejercicio representación:			
	100. Tipo de documento:	101. Número de identificación:	102. DV:	103. Número de tarjeta profesional	
	104. Primer apellido:	105. Segundo apellido:	106. Pater nombre:	107. Otros nombres:	
	108. Número de Identificación Tributaria (NIT):	109. DV:	110. Razón social representante legal		
4	98. Representación:	99. Fecha inicio ejercicio representación:			
	100. Tipo de documento:	101. Número de identificación:	102. DV:	103. Número de tarjeta profesional	
	104. Primer apellido:	105. Segundo apellido:	106. Pater nombre:	107. Otros nombres:	
	108. Número de Identificación Tributaria (NIT):	109. DV:	110. Razón social representante legal		
5	98. Representación:	99. Fecha inicio ejercicio representación:			
	100. Tipo de documento:	101. Número de identificación:	102. DV:	103. Número de tarjeta profesional	
	104. Primer apellido:	105. Segundo apellido:	106. Pater nombre:	107. Otros nombres:	
	108. Número de Identificación Tributaria (NIT):	109. DV:	110. Razón social representante legal		





Formulario del Registro Único Tributario  
Socios y/o Miembros de Juntas Directivas, Consorcios, Uniones Temporales



001

Espacio reservado para la DIAN		Página..... de.....		Hoja 4	
		4. Número de formulario			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT):		6. DV:		12. Administración	
				14. Buzón electrónico	

Socios y/o Miembros de Juntas Directivas, Consorcios, Uniones Temporales

1	111. Tipo de documento:	112. Número de identificación:	113. DV:	114. Nacionalidad:
	115. Primer apellido:	116. Segundo apellido:	117. Primer nombre:	118. Otros nombres:
	119. Razón social:			
	120. Valor capital del socio:	121. % Participación:	122. Fecha de ingreso:	123. Fecha de retiro:
2	111. Tipo de documento:	112. Número de identificación:	113. DV:	114. Nacionalidad:
	115. Primer apellido:	116. Segundo apellido:	117. Primer nombre:	118. Otros nombres:
	119. Razón social:			
	120. Valor capital del socio:	121. % Participación:	122. Fecha de ingreso:	123. Fecha de retiro:
3	111. Tipo de documento:	112. Número de identificación:	113. DV:	114. Nacionalidad:
	115. Primer apellido:	116. Segundo apellido:	117. Primer nombre:	118. Otros nombres:
	119. Razón social:			
	120. Valor capital del socio:	121. % Participación:	122. Fecha de ingreso:	123. Fecha de retiro:
4	111. Tipo de documento:	112. Número de identificación:	113. DV:	114. Nacionalidad:
	115. Primer apellido:	116. Segundo apellido:	117. Primer nombre:	118. Otros nombres:
	119. Razón social:			
	120. Valor capital del socio:	121. % Participación:	122. Fecha de ingreso:	123. Fecha de retiro:
5	111. Tipo de documento:	112. Número de identificación:	113. DV:	114. Nacionalidad:
	115. Primer apellido:	116. Segundo apellido:	117. Primer nombre:	118. Otros nombres:
	119. Razón social:			
	120. Valor capital del socio:	121. % Participación:	122. Fecha de ingreso:	123. Fecha de retiro:





Formulario del Registro Único Tributario  
Revisor Fiscal y Contador



001

Espacio reservado para la DIAN		Página ..... de .....	Hoja 5
		4. Número de formulario	
5. Número de Identificación Tributaria (NIT):	6. DV:	12. Administración	14. Buzón electrónico

Revisor Fiscal y Contador			
Revisor Fiscal (Principal)	128. Tipo de documento:	129. Número de identificación:	126. DV:
	128. Primer apellido	129. Segundo apellido	130. Primer nombre
	128. Número de Identificación Tributaria (NIT):	129. DV:	134. Sociedad o firma designada:
	128. Fecha de inscripción:		
Revisor Fiscal (Suplemento)	138. Tipo de documento:	139. Número de identificación:	136. DV:
	140. Primer apellido	141. Segundo apellido	142. Primer nombre
	140. Número de Identificación Tributaria (NIT):	141. DV:	144. Sociedad o firma designada:
	140. Fecha de inscripción:		
Contador	148. Tipo de documento:	149. Número de identificación:	150. DV:
	150. Primer apellido	151. Segundo apellido	152. Primer nombre
	150. Número de Identificación Tributaria (NIT):	151. DV:	154. Sociedad o firma designada:
	150. Fecha de inscripción:		





Formulario del Registro Único Tributario  
Establecimientos



001

Espacio reservado para la DIAN		Página: ..... de: ..... Hoja 6	
4. Número de formulario			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT):	6. DV:	12. Administración	14. Buzón electrónico

Establecimientos, agencias, sucursales, oficinas, sedes o negocios

101. Tipo de establecimiento:	801. Actividad económica:		
102. Nombre del establecimiento:			
103. Departamento:	104. Ciudad/Municipio:		
105. Dirección:			
106. Número de matrícula mercantil:	107. Fecha de la matrícula mercantil:		
108. Teléfono:	109. Fecha de cierre:		



101. Tipo de establecimiento:	801. Actividad económica:		
102. Nombre del establecimiento:			
103. Departamento:	104. Ciudad/Municipio:		
105. Dirección:			
106. Número de matrícula mercantil:	107. Fecha de la matrícula mercantil:		
108. Teléfono:	109. Fecha de cierre:		

101. Tipo de establecimiento:	801. Actividad económica:		
102. Nombre del establecimiento:			
103. Departamento:	104. Ciudad/Municipio:		
105. Dirección:			
106. Número de matrícula mercantil:	107. Fecha de la matrícula mercantil:		
108. Teléfono:	109. Fecha de cierre:		



ANEXO N  
SOLICITUD DE FACTURACIÓN



 <b>DIAN</b> <small>Departamento Administrativo de Ingresos y Recaudos Fiscales</small>		<b>olicitud sobre Numeración de Facturación</b>				<b>1302</b>	
1. Año: <b>2012</b>		2. Concepto: <b>1</b>		Espacio reservado para la DIAN			
				4. Número de formulario: <b>000-</b>			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT): <b>900.297.955</b>		6. DV: <b>1</b>	7. Primer apellido:	8. Segundo apellido:	9. Primer nombre:	10. Otros nombres:	
11. Razón social: <b>GOLDEN KING LTDA</b>							
<p>Colombia, un compromiso que no podemos evadir.</p>							
Firma de quien suscribe el documento				Firma del funcionario autorizado			
1001. Apellidos y nombres: <b>BLANCO MARIANO ALVARO JOSE</b>				984. Apellidos y nombres:			
1002. Tipo Documento: <b>13</b>				985. Cargo:			
1003. No. Identificación: <b>9.891.874.442</b>				989. Dependencia:			
1004. DV:				993. Establecimiento:			
1005. Cód. Representación: <b>18</b>				992. Área: <b>225 Subdirección de Gestión de Asistencia al Cliente</b>			
1006. Organización:				990. Lugar Adm. Inicial: <b>02 BARRANQUILLA</b>			
				991. Organización: <b>1 DIAN</b>			
				997. Fecha de recepción: <b>13-11-2014 0:52:28</b>			



olicitud sobre Numeración de Facturación



1302

Espacio reservado para la DIAN

4. Número de formulario 000-

5. Número de Identificación Tributaria (NIT)	6. DV	7. Primer apellido	8. Segundo apellido	9. Primer nombre	10. Otros nombres
900.297.955	1	0	0	0	0

11. Razón social

GOLDEN KING LTDA

Rangos de numeración para autorizar, habilitar o inhabilitar

Item	24. Modalidad facturación	25. Prefijo	26. Desde el número	27. Hasta el número	28. Tipo de solicitud
1	01	FAC	1	1000	01
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					
36					
37					
38					
39					
40					
41					
42					
43					
44					
45					

ANEXO O  
FORMULARIO ADICIONAL DE REGISTRO CON OTRAS ENTIDADES



**IV. Solicitud de Inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) de la DIAN**  
**Información del contador que firma los estados financieros de la empresa.**

Cuentas	11. Tipo de documento	12. Número de identificación	13. DV.	14. Número de tarjeta profesional
	15. Primer apellido	16. Segundo apellido	17. Primer nombre	18. Otros nombres
	19. Código de identificación tributaria (NIT)	20. DV.	21. Empresa a la que pertenece	

**V. Firmas: contribuyente ó representante legal**

Con mi firma certifico que los datos contenidos en el presente documento son exactos y verídicos.

_____	_____
Nombre	Firma
_____	
Número de identificación	

**VI. Actualización RIT - SHD**

Señor contribuyente este espacio se debe diligenciar **SOLAMENTE** si no ha reportado fecha de inicio de actividades o cambia el régimen contributivo reportado al momento de su matrícula.

Régimen: Común  Simplificado  (Solo para personas naturales)

Fecha de inicio de actividades con ICA: Año Mes Día

--	--	--	--	--	--	--	--

Escriba el número de NIT asignado por la DIAN: \_\_\_\_\_ DV

**Recuerde que la información que usted declara en este formato es de su entera Responsabilidad, la CCB solo presta servicio de asistencia en su diligenciamiento.**

## INSTRUCCIONES DE DILIGENCIAMIENTO REGISTRO POR PRIMERA VEZ

**III. Característica de las personas jurídicas:** Seleccione la(s) casilla(s) dependiendo de las características de la persona jurídica, tenga en cuenta la siguiente codificación:

**1 COOPERATIVAS**

- 01 Cooperativas de trabajo asociado
- 02 Cooperativas de trabajo asociado sin ánimo de lucro
- 03 Precooperativa
- 04 Cooperativas especializadas
- 05 Cooperativas multiactivas
- 06 Cooperativas integrales
- 07 Cooperativa
- 99 Otra cooperativa

**2. OTRAS ORGANIZACIONES NO CLASIFICADAS**

- 1 Asociación
- 2 Asociación de exalumnos
- 3 Asociación de padres de familia
- 4 Asociación general
- 5 Asociación mutua
- 6 Cámara de comercio
- 7 Club social o deportivo
- 8 Corporación
- 9 Empresa asociativa de trabajo
- 10 Empresa comunitaria
- 11 Empresa de servicios en forma de administración pública cooperativa
- 12 Empresa solidaria de salud
- 13 Entidad que realiza actividades de salud con permiso de MINSALUD
- 14 Entidades científicas, tecnológica, cultural e investigativa
- 15 Federación y Confederación
- 16 Fundación
- 17 Instituciones de utilidad común
- 18 Institución auxiliar de economía solidaria
- 19 Institución de educación superior aprobado por el ICFES
- 20 Junta de acción comunal
- 21 Junta de copropietarios Ley 675 de 2001
- 22 Junta de defensa civil
- 23 Liga de consumidores
- 24 ONG nacional
- 25 Organizaciones de alcohólicos anónimos
- 26 Organizaciones populares de vivienda
- 27 Organizaciones religiosas (movimientos, asociaciones, congregaciones)
- 29 Sindicatos
- 30 Sociedades de mejoras públicas
- 31 Unidades inmobiliarias
- 99 Otras organizaciones no clasificadas

**3. ENTIDADES DE DERECHO PÚBLICO DESCENTRALIZADAS**

- 21 Empresa industrial y comercial de Estado
- 22 Empresa oficial de servicios públicos domiciliarios
- 36 Sociedad de economía mixta

**IV. Solicitud de Inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) de la DIAN**

**Información del contador que firma los estados financieros de la empresa.**

**11. Tipo de Documento.** Seleccione de la tabla, el código que corresponda al documento con el cual se identifica.

TIPO DE DOCUMENTO	CODIGO
Registro Civil de Nacimiento	11
Tarjeta de Identidad	12
Cédula de Ciudadanía	13
Tarjeta de Extranjería	21
Cédula de Extranjería	22
NIT	31
Pasaporte	41

**12. Número de Identificación.** Escriba el número que corresponde según aparezca en el documento de identificación.

**13. Dígito de verificación del NIT.** Indique el dígito de verificación, en caso de haber elegido como documento de identificación el NIT.

**14. Número de tarjeta profesional.** Registre el número de la tarjeta profesional del contador.

**15. Primer Apellido.** Indique el primer apellido como figura en el documento de identificación.

**16. Segundo Apellido.** Indique el segundo apellido como figura en el documento de identificación.

**17. Primer Nombre.** Indique el primer nombre como figura en el documento de identificación.

**18. Otros nombres.** Indique los otros nombres como figura en el documento de identificación.

**19. Código de Identificación Tributaria (NIT).** Señale el número del NIT de la empresa en la que labora el contador

**20. Dígito de verificación del NIT.** Indique el dígito de verificación del NIT.

**21. Empresa a la que pertenece.** Si el contador trabaja para una empresa, indique el nombre de la misma.

**V. Firmas:**

Contribuyente o representante legal: Espacio para la firma del contribuyente, persona natural o del representante legal. **Número de identificación:** Escriba el número del documento de identificación de la persona natural que firma en este espacio.

ANEXO P  
COTIZACIÓN CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ



TARIFAS DE LOS SERVICIOS DE REGISTROS PÚBLICOS - 2016

MATRÍCULAS Y RENOVACIONES

La matrícula de los comerciantes o su renovación en el registro público mercantil, causará anualmente los derechos liquidados sobre el total de activos que a continuación se indican:

Table with columns: RANGO DE ACTIVOS (En salarios mínimos), TABARAS (S.M.M.L.V., D.E.), and RANGO DE ACTIVOS (En salarios mínimos), TABARAS (S.M.M.L.V., D.E.). It lists various ranges of assets and corresponding fees in S.M.M.L.V. and D.E.

DERECHOS POR REGISTRO DE MATRICULA DE ESTABLECIMIENTOS, SUCURSALES Y AGENCIAS

La matrícula de establecimientos de comercio, sucursales y agencias, así como su renovación causará los siguientes derechos, según el nivel de activos vinculados al establecimiento.

1. Cuando el establecimiento, la sucursal o la agencia se encuentre localizado dentro de la misma jurisdicción de la Cámara de Comercio correspondiente al domicilio principal de la sociedad:

Table with columns: RANGO DE ACTIVOS (S.M.M.L.V.), RANGO DE ACTIVOS (En Pesos), TABARAS (S.M.M.L.V., D.E.). It lists ranges of assets and corresponding fees.

2. Cuando el establecimiento, la sucursal o la agencia se encuentre localizado dentro de la jurisdicción de una Cámara de Comercio distinta a la que corresponde al domicilio principal de la sociedad:

Table with columns: RANGO DE ACTIVOS (S.M.M.L.V.), RANGO DE ACTIVOS (En Pesos), TABARAS (S.M.M.L.V., D.E.). It lists ranges of assets and corresponding fees.

DERECHOS POR CANCELACIONES Y MUTACIONES

La cancelación de la matrícula y mutaciones referentes a la actividad mercantil causará los siguientes derechos:

- 1. Cancelación de la matrícula del comerciante y del establecimiento de comercio, Tarifa \$ 5,700
2. Mutaciones referentes a la actividad comercial, Tarifa \$ 5,700

DERECHOS POR INSCRIPCION DE LIBROS Y DOCUMENTOS

De acuerdo al Decreto 1074 del 26 de mayo de 2015, los derechos de inscripción por libros y documentos serán los siguientes:

- 1. La inscripción en el registro mercantil de los libros y documentos respecto de los cuales la ley exige esa formalidad causará un derecho de 5,24% S.M.M.L.V. \$ 36,000
2. La inscripción en el registro mercantil de los libros respecto de los cuales la ley exige esa formalidad, causará un derecho de 1,74% S.M.M.L.V. \$ 12,000
3. Depósitos de Fondos Financieros \$ 19,300
4. Fotocopias originales de documentos de registros públicos \$ 200

CERTIFICACIONES DE REGISTRO MERCANTIL Y ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO

Los certificados expedidos por la Cámara de Comercio, en desarrollo de su función pública de llevar el registro mercantil, tendrán los siguientes valores, independiente del número de hojas:

- 1. Matrícula mercantil, 0,35% S.M.M.L.V. \$ 2,400
2. Existencia y representación legal, inscripción de documentos, 0,70 % S.M.M.L.V. \$ 4,800
3. Certificados especiales, 0,70% S.M.M.L.V. \$ 4,800

FORMULARIOS

Formulario para el Registro Mercantil, 0,70 % S.M.M.L.V. \$ 4,800

TARIFAS REGISTRO DE PROponentES

(Decreto 1074 del 26 de mayo de 2015)

- 1. Inscripción por cada proponente, 66,85% S.M.M.L.V. \$ 461,000
2. Renovación por cada proponente, 66,85% S.M.M.L.V. \$ 461,000
3. Actualización o modificación de la inscripción, 25,24% S.M.M.L.V. \$ 216,000
4. Certificados, 6,91% S.M.M.L.V. \$ 41,000
5. Expedición de copias, 0,35% S.M.M.L.V. \$ 2,400

TARIFAS CUOTA DE AFILIACION 2016

Table with columns: RANGO DE ACTIVOS (en pesos), Tarifa, and RANGO DE ACTIVOS (en pesos), Tarifa. It lists asset ranges and corresponding membership fees.

Table listing various SuperCADE branches (e.g., SEDE CENTRO EMPRESARIAL SALTRE, SEDE PALOQUEMAO, CADE SERVITÁ) and their respective SuperCADE CADE ED locations.

Sedes: Horario de atención Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. Sede Norte: de Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 7:00 p.m. Sábados de 9:00 a.m. a 1:00 p.m. en los Sábados, Correo y Retiro SuperCADE: Lunes a Viernes de 7:00 a.m. a 6:00 p.m. Sábados de 8:00 a.m. a 11:00 a.m. Horario Especial SuperCADE Calle 13 y 20 de Julio: Lunes a Viernes 7:00 a.m. a 1:00 p.m. - 2:00 p.m. a 4:00 p.m. Sábados de 8:00 a.m. a 11:00 a.m. CADE: Lunes a Viernes de 7:00 a.m. a 1:00 p.m. - 2:00 p.m. a 4:00 p.m. Fontibón: Lunes a Viernes 7:00 a.m. a 4:00 p.m. Puntos de Servicio: Lunes a Viernes 8:00 a.m. a 5:00 p.m. Horario Especial Uniate: Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 12 p.m. - 1:00 p.m. a 5:00 p.m.

Línea de respuesta inmediata 3830330

SEDES Y HORARIOS DE ATENCION



ANEXO Q  
TABLAS DE AMORTIZACIÓN

## AMORTIZACION AÑO 2018

Periodo	Saldo Inicial	Intereses	Cuota	Abono a capital	Saldo final
13	\$ 43.222.856	\$ 648.342,84	\$ 1.269.671	\$ 621.328,53	\$ 42.601.527,24
14	\$ 42.601.527	\$ 639.022,91	\$ 1.269.671	\$ 630.648,46	\$ 41.970.878,77
15	\$ 41.970.879	\$ 629.563,18	\$ 1.269.671	\$ 640.108,19	\$ 41.330.770,58
16	\$ 41.330.771	\$ 619.961,56	\$ 1.269.671	\$ 649.709,81	\$ 40.681.060,77
17	\$ 40.681.061	\$ 610.215,91	\$ 1.269.671	\$ 659.455,46	\$ 40.021.605,31
18	\$ 40.021.605	\$ 600.324,08	\$ 1.269.671	\$ 669.347,29	\$ 39.352.258,02
19	\$ 39.352.258	\$ 590.283,87	\$ 1.269.671	\$ 679.387,50	\$ 38.672.870,52
20	\$ 38.672.871	\$ 580.093,06	\$ 1.269.671	\$ 689.578,31	\$ 37.983.292,21
21	\$ 37.983.292	\$ 569.749,38	\$ 1.269.671	\$ 699.921,99	\$ 37.283.370,22
22	\$ 37.283.370	\$ 559.250,55	\$ 1.269.671	\$ 710.420,82	\$ 36.572.949,40
23	\$ 36.572.949	\$ 548.594,24	\$ 1.269.671	\$ 721.077,13	\$ 35.851.872,27
24	\$ 35.851.872	\$ 537.778,08	\$ 1.269.671	\$ 731.893,29	\$ 35.119.978,98

## AMORTIZACION AÑO 2019

Periodo	Saldo Inicial	Intereses	Cuota	Abono a capital	Saldo final
25	\$ 35.119.978,98	\$ 526.799,68	\$ 1.269.671	\$ 742.871,69	\$ 34.377.107,29
26	\$ 34.377.107,29	\$ 515.656,61	\$ 1.269.671	\$ 754.014,76	\$ 33.623.092,53
27	\$ 33.623.092,53	\$ 504.346,39	\$ 1.269.671	\$ 765.324,98	\$ 32.857.767,55
28	\$ 32.857.767,55	\$ 492.866,51	\$ 1.269.671	\$ 776.804,86	\$ 32.080.962,69
29	\$ 32.080.962,69	\$ 481.214,44	\$ 1.269.671	\$ 788.456,93	\$ 31.292.505,76
30	\$ 31.292.505,76	\$ 469.387,59	\$ 1.269.671	\$ 800.283,78	\$ 30.492.221,98
31	\$ 30.492.221,98	\$ 457.383,33	\$ 1.269.671	\$ 812.288,04	\$ 29.679.933,93
32	\$ 29.679.933,93	\$ 445.199,01	\$ 1.269.671	\$ 824.472,36	\$ 28.855.461,57
33	\$ 28.855.461,57	\$ 432.831,92	\$ 1.269.671	\$ 836.839,45	\$ 28.018.622,12
34	\$ 28.018.622,12	\$ 420.279,33	\$ 1.269.671	\$ 849.392,04	\$ 27.169.230,08
35	\$ 27.169.230,08	\$ 407.538,45	\$ 1.269.671	\$ 862.132,92	\$ 26.307.097,16
36	\$ 26.307.097,16	\$ 394.606,46	\$ 1.269.671	\$ 875.064,91	\$ 25.432.032,25

## AMORTIZACION AÑO 2020

Periodo	Saldo Inicial	Intereses	Cuota	Abono a capital	Saldo final
37	\$ 25.432.032	\$ 381.480	\$ 1.269.671	\$ 888.191	\$ 24.543.841
38	\$ 24.543.841	\$ 368.158	\$ 1.269.671	\$ 901.514	\$ 23.642.328
39	\$ 23.642.328	\$ 354.635	\$ 1.269.671	\$ 915.036	\$ 22.727.291
40	\$ 22.727.291	\$ 340.909	\$ 1.269.671	\$ 928.762	\$ 21.798.529
41	\$ 21.798.529	\$ 326.978	\$ 1.269.671	\$ 942.693	\$ 20.855.836
42	\$ 20.855.836	\$ 312.838	\$ 1.269.671	\$ 956.834	\$ 19.899.002
43	\$ 19.899.002	\$ 298.485	\$ 1.269.671	\$ 971.186	\$ 18.927.816
44	\$ 18.927.816	\$ 283.917	\$ 1.269.671	\$ 985.754	\$ 17.942.061
45	\$ 17.942.061	\$ 269.131	\$ 1.269.671	\$ 1.000.540	\$ 16.941.521
46	\$ 16.941.521	\$ 254.123	\$ 1.269.671	\$ 1.015.549	\$ 15.925.972
47	\$ 15.925.972	\$ 238.890	\$ 1.269.671	\$ 1.030.782	\$ 14.895.191
48	\$ 14.895.191	\$ 223.428	\$ 1.269.671	\$ 1.046.244	\$ 13.848.947

## AMORTIZACION AÑO 2021

Periodo	Saldo Inicial	Intereses	Cuota	Abono a capital	Saldo final
49	\$ 13.848.947	\$ 207.734	\$ 1.269.671	\$ 1.061.937	\$ 12.787.010
50	\$ 12.787.010	\$ 191.805	\$ 1.269.671	\$ 1.077.866	\$ 11.709.144
51	\$ 11.709.144	\$ 175.637	\$ 1.269.671	\$ 1.094.034	\$ 10.615.109
52	\$ 10.615.109	\$ 159.227	\$ 1.269.671	\$ 1.110.445	\$ 9.504.665
53	\$ 9.504.665	\$ 142.570	\$ 1.269.671	\$ 1.127.101	\$ 8.377.563
54	\$ 8.377.563	\$ 125.663	\$ 1.269.671	\$ 1.144.008	\$ 7.233.555
55	\$ 7.233.555	\$ 108.503	\$ 1.269.671	\$ 1.161.168	\$ 6.072.387
56	\$ 6.072.387	\$ 91.086	\$ 1.269.671	\$ 1.178.586	\$ 4.893.802
57	\$ 4.893.802	\$ 73.407	\$ 1.269.671	\$ 1.196.264	\$ 3.697.537
58	\$ 3.697.537	\$ 55.463	\$ 1.269.671	\$ 1.214.208	\$ 2.483.329
59	\$ 2.483.329	\$ 37.250	\$ 1.269.671	\$ 1.232.421	\$ 1.250.908
60	\$ 1.250.908	\$ 18.764	\$ 1.269.671	\$ 1.250.908	\$ (0)