

**MONTAJE DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ROPA INTERIOR PARA NIÑA EN LA CIUDAD DE
BUCARAMANGA**

LADY CAROLINA VILLARREAL SOLANO

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERÍAS FÍSICO MECÁNICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
BUCARAMANGA**

2011

**MONTAJE DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ROPA INTERIOR PARA NIÑA EN LA CIUDAD DE
BUCARAMANGA**

LADY CAROLINA VILLARREAL SOLANO

PROYECTO PARA OPTAR EL TITULO DE INGENIERO INDUSTRIAL

**Director:
PASCUAL RUEDA FORERO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERÍAS FÍSICO MECÁNICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
BUCARAMANGA**

2011

Dedicatorías

*A Dios, a mis padres María Elena y Ángel
Por su confianza y apoyo incondicional.*

*A Julián E. Por ser mi fuerza y mi compañía,
Por su paciencia y ternura.*

*A todos mis amigos y demás personas
que estuvieron en a mi lado en la lucha
Por lograr las metas propuestas.*

AGRADECIMIENTOS

La autora expresa su agradecimiento a:

A Carlos Emilio Estela coordinador de la unidad de emprendimiento del SENA Floridablanca.

Al doctor Pascual Rueda Forero, por su apoyo, colaboración y experiencia en el desarrollo de este proyecto.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION.....	18
1.OBJETIVOS	19
1.1 OBJETIVO GENERAL	19
1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	19
2. ALCANCE.....	20
3. ANTECEDENTES PARA LA REALIZACION DEL PROYECTO.....	21
3.1 INCENTIVOS PARA LA CREACION DE EMPRESAS	21
4. ANALISIS DEL MERCADO	23
4.1 ANALISIS DEL SECTOR.....	23
4.1.1 Destinos de Exportación:.....	24
4.1.2 Acuerdos Comerciales:	24
4.2 ANALISIS DEL SECTOR A NIVEL REGIONAL	25
4.2.1 Exportaciones:	26
4.3 CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA	28
4.4 ESTUDIO DE MERCADO.....	28
4.4.1 Descripción del Producto:.....	28
4.4.2 Mercado Potencial.....	30
4.5 INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	30
4.5.1. Objetivos.	30
4.5.2. Necesidades de información de la demanda	31
4.5.3. Necesidades de información de la demanda	32
4.5.4. Procedimiento de medición	32
4.5.5. Diseño del instrumento de recolección de datos.....	32
4.5.6. Diseño muestral:	33
4.5.7 Determinación Tamaño de la Muestra.....	34
4.5.8. Tabulación y Presentación De Resultados.	35

4.6. ESTIMACION DE LA DEMANDA.....	48
4.7. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA:.....	48
4.8. ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y COMERCIALIZACION	50
4.8.1. Liderazgo en precios/costos	51
4.8.2. Calidad superior:	51
4.8.3. Alcanzar a la competencia:.....	51
4.9. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	51
4.10. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD:.....	52
4.11. ESTRATEGIA DE VENTAS:	53
4.12 ESTRATEGIA DE PRECIOS:.....	53
4.13 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE:	54
4.14 POLITICA DE CARTERA:	54
5. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y ORGANIZACIONAL	55
5.1 GESTION FUENTES DE FINANCIACION	55
5.2 FORMA DE CONSTITUCION Y LEGALIZACION	55
5.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	56
5.3.2 Cargos operativos	58
5.4 CONTRATACION PERSONAL	58
5.5 PROCESO DE SELECCION DE PERSONAL	59
5.5.1 Reclutamiento	59
5.5.2 Estudio de hojas de vida:	60
5.5.3 Entrevista y verificación de la información	60
5.5.4 Decisión	60
5.6 MISIÓN	61
5.7 VISIÓN	61
5.8 VALORES.....	61
6. GESTION OPERATIVA Y TENICA	62
6.1 REQUERIMIENTOS DE RECURSOS PRODUCTIVOS PARA INICIAR OPERACIONES	62
6.1.1 Maquinaria y equipo (ANEXO G):.....	62

6.1.2 Accesorios y herramientas:	63
6.1.3 Muebles (ANEXO H)	64
6.1.4 Muebles y equipos área administración y ventas.....	65
6.2 INSTALACIONES Y UBICACIÓN DE PLANTA.....	65
6.2.1 Macro localización:	65
6.3 REQUERIMIENTOS DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	67
6.3.1 Compras de materias primas.....	68
6.4. MANO DE OBRA DIRECTA	69
6.5 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	69
6.5.3 Selección y etiquetado	70
6.5.4 Bordado – Estampado:.....	70
6.5.6 Terminados:	71
6.5.7. Almacenamiento.....	71
6.5.8 Diagramas de flujo	71
7. ANALISIS DE COSTOS E INVERSIONES	73
7.1 DETERMINACION DEL COSTO DE PRODUCCION	75
7.1.1 Mano de obra directa:	76
7.1.2 Costos indirectos de fabricación.....	76
7.1.3 Gastos de administración y ventas	78
7.2 DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA.....	82
8. FINANZAS.....	83
8.1 INGRESOS PROYECTADOS	83
8.1.1. Variables macroeconómicas para la evaluación del proyecto	83
8.1.2. Ingresos proyectados	84
8.2 INGRESOS REALES.....	84
8.3 EGRESOS	85
9.3.1 Gastos operacionales.....	85
9.3.3 Servicios públicos.....	86
8.3.4 Gastos de administración y ventas	86
8.4 EGRESOS PROYECTADOS.....	87

8.5 EVALUACION FINANCIERA DE PROYECTO	88
8.5.2 Criterios de evaluación financiera.....	90
8.5.4 Análisis de la evaluación financiera del proyecto:.....	91
9. ANALISIS Y SELECCIÓN DE PROVEEDORES.....	97
9.1 IDENTIFICACION Y UBICACION DE LOS PROVEEDORES DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	97
9.2 METODOLOGIA DE SELECCIÓN Y RECOPILACION DE INFORMACION DE PROVEEDORES DE MATERIAS PRIMAS.....	98
9.2.1 Precio:.....	98
9.2.2 Calidad:.....	99
9.2.3 Prontitud en las entregas:.....	99
6.2.4 Variedad de telas y Diseños.....	99
9.2.5 Servicio al cliente:	99
10. EVALUACION Y RESULTADOS ACTUALES DEL PROYECTO	103
10.1 RESULTADOS 2009 Y 2010.....	103
10.1.1 GESTION DE MERCADEO Y VENTAS	104
10.1.2 GESTION PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN	105
10.1.3 GESTION ADMINISTRACIÓN: (ANEXO T, U, V)	106
10.1.4 GESTION PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE LA EMPRESA	107
10.1.5 RESULTADOS ACTUALES ANTE EL FONDO EMPRENDER	108
10.1.6 Indicadores.....	109
10.2 IMPACTO GENERADO POR LA EMPRESA	111
10.2.1 IMPACTO SOCIAL.....	111
10.2.2 IMPACTO AMBIENTAL.....	113
10.2.3 Manejo de residuos	113
10.2.4 IMPACTO ECONÓMICO.....	114
11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	115
BIBLIOGRAFIA.....	117
ANEXOS	120

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Exportaciones prendas de vestir Santander (1995-2004)	27
Tabla 2. Total compras panty, cachetero, top y conjuntos	41
Tabla 3. Estimación de la demanda	48
Tabla 4. Competencia Nacional	50
Tabla 5. Presupuesto publicidad	52
Tabla 6. Requerimientos accesorios y herramientas	63
Tabla 7. Requerimientos muebles y equipos de administración y ventas	65
Tabla 8. Requerimientos de materias primas	67
Tabla 9. Presupuesto maquinaria	73
Tabla 10. Presupuesto muebles	74
Tabla 11. Presupuesto herramientas y accesorios	74
Tabla 12. Presupuesto equipo de oficina	75
Tabla 13. Presupuesto adecuaciones e instalaciones	75
Tabla 14. Depreciación maquinaria, muebles y enseres	76
Tabla 15. Costos indirectos de fabricación	78
Tabla 16. Presupuesto gastos de administración y ventas	78
Tabla 17. Materiales Panty	79
Tabla 18. Costo total de producción panty	79
Tabla 19. Materiales Top	80
Tabla 20. Costo total de producción Top	80
Tabla 21. Materiales Cachetero	81
Tabla 22. Costo total de producción cachetero	81
Tabla 23. Precio venta de productos	82
Tabla 24. Variables macroeconómicas	83
Tabla 25. Ingresos proyectados	84
Tabla 26. Ventas a diciembre del 2008	85

Tabla 27. Gastos de venta	85
Tabla 28. Servicios públicos	86
Tabla 29. Gastos de administración y ventas	86
Tabla 30. Egresos proyectados	87
Tabla 31. Flujo de caja proyectado	89
Tabla 32. Criterios de decisión financiera	91
Tabla 33. Análisis de sensibilidad	92
Tabla 34. Balance general proyectado	93
Tabla 35. Estado de resultados proyectado	96
Tabla 36. Relación de proveedores de materia prima	97
Tabla 37. Relación de proveedores de insumos	98
Tabla 38. Ponderación de factores y puntuación de grados.	100
Tabla 39. Puntuación de los grados a cada factor	101
Tabla 40. Valoración de los proveedores de telas	101
Tabla 41. Comparación indicadores	111
Tabla 42. Resultados generación de empleo	112

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Canal de comercialización	52
Figura 2 Organigrama Bambinos Collection E.U.....	56
Figura 3 Planeación selección de personal.....	60
Figura 4 Distribución de planta	66
Figura 5 Diagrama general del proceso productivo.....	72

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Grafica 1 Tipo de prendas que venden los establecimientos.	35
Grafica 2 Tipo de ropa interior que venden los establecimientos	36
Grafica 3 Prendas interiores para niñas	36
Grafica 4 Tipos de tejido preferidos	37
Grafica 5 Accesorios preferidos	37
Grafica 6 Cantidad compra panty	38
Grafica 7 Cantidad compra cacheteros	38
Grafica 8 Cantidad de compra top	39
Grafica 9 Cantidad compra conjuntos	39
Grafica 10 Frecuencia de compra.	40
Grafica 11 Cantidad demandada por prenda.	40
Grafica 12 Precio promedio panty	41
Grafica 13 Precio promedio top	42
Grafica 14 Precio promedio conjuntos	42
Grafica 15 Precio promedio cacheteros	43
Grafica 16 Meses de solicitud de pedidos	43
Grafica 17 Tipos de empresa proveedora	44
Grafica 19 Factores a la hora de escoger un producto	45
Grafica 20 Inconvenientes más frecuentes con los proveedores	45
Grafica 21 Tipo de servicio prestado por los proveedores a los almacenes	46
Grafica 22 Formas de pago	46
Grafica 23 Medio de publicidad para solicitar un nuevo proveedor	47
Grafica 24 Posibles compradores de la nueva empresa	47
Grafica 25 Comparación unidades producidas	109
Grafica 26 Comparación ventas	110
Grafica 27 Comparación unidades vendidas	110
Grafica 28 Comparación número de clientes	111

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES	121
ANEXO B. ENCUESTA	124
ANEXO C. IMAGEN COORPORATIVA	126
ANEXO D. ORDEN DE PEDIDO	127
ANEXO E. FORMATO SOLICITUD CREDITO	128
ANEXO F. MANUAL DE FUNCIONES	129
ANEXO G. MAQUINARIA Y EQUIPO	136
ANEXO H. MUEBLES	138
ANEXO I. FOTO MARQUILLAS ETIQUETAS Y COMPOSICIONES	141
ANEXO J. DIAGRAMAS DE FLUJO	142
ANEXO K. PRODUCTOS	147
ANEXO L. ESTADO DE RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DEL 2008	148
ANEXO M. BALANCE GENERAL A DICIEMBRE DEL 2008	151
ANEXO N. BALANCE GENERAL A DICIEMBRE DEL 2009	152
ANEXO O. ESTADO DE RESULTADOS A DICIEMBRE DEL 2009	153
ANEXO P. BALANCE GENERAL A DICIEMBRE DEL 2010	156
ANEXO Q. ESTADO DE RESULTADOS A DICIEMBRE DEL 2010.	157
ANEXO R. ORDEN DE CORTE	160
ANEXO S. FORMATO ENVIO A TALLER DE ENSAMBLE	161
ANEXO T. CAMARA DE COMERCIO	162
ANEXO U. RUT	165
ANEXO V. REGISTRO DE INDUSTRIA Y COMERCIO	166
ANEXO W. TARJETA PROFESIONAL CONTADORA.	167
ANEXO X. CARTA DE CONDONACION RECURSOS FONDO EMPRENDER	168

RESUMEN

TÍTULO: MONTAJE DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA INTERIOR PARA NIÑA EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA*

AUTOR: LADY CAROLINA VILLARREAL SOLANO**

PALABRAS CLAVE: emprendimiento, montaje de empresa, prendas de vestir, estrategias, comercialización.

DESCRIPCIÓN

El proyecto presenta el proceso de gestión de recursos y montaje de una empresa productora y comercializadora de ropa para niña en la ciudad de Bucaramanga mediante el apoyo del fondo emprender, para el cumplimiento del primer objetivo se realizó el registro de la empresa ante entidades como la cámara de comercio y la DIAN.

El proyecto presenta los resultados de un trabajo de campo mediante la aplicación de una encuesta a los almacenes locales con el objetivo de cuantificar la demanda de las prendas, sus tallas preferencias y gustos.

A partir de estos resultados se diseñó la capacidad técnica para atender la demanda estimada y la implantación de los procesos para la elaboración de las prendas. Se crearon e implementaron las estrategias de mercadeo y comercialización para dar inicio con los objetivos de venta. Dentro del estudio de proveedores se identificaron variables para una selección de proveedores ajustada a las necesidades de la empresa, se presentan e identifican los principales productos que se ofrecen. Se crearon las estrategias de manejo administrativo y financiero y se muestra el impacto social que el proyecto ha generado el cual da como resultado el montaje de una empresa que brinda la posibilidad de empleos directos a población vulnerable en el país.

* Trabajo de grado en la modalidad de creación de empresa.

** Facultad de Ingenierías Físico-Mecánicas Escuela de Estudios Industriales y Empresariales.
Director: Pascual Rueda Forero

SUMMARY

TITLE: ASSEMBLING OF A COMPANY DEDICATE TO PRODUCTION AND COMMERCIALIZING OF UNDERWEAR FOR BABY GIRLS IN BUCARAMANGA CITY*.

AUTHOR: LADY CAROLINA VILLARREAL SOLANO**¹

KEY WORDS: Undertake, assemble of a company, piece of clothing, strategies, commercialize.

DESCRIPTION

The project presents the process of management the recourses and assembles of a company, such producer and marketing of underwear for baby girls in the city of Bucaramanga, through help of the fund Emprender. For the completion of the first objective, it carries out the registration of the company with entities such the chamber of commerce and the DIAN.

The project presents / displays the results of the work of field by means of the application of a survey applied to the local depots whit the objective of quantifying the demand of articles, its statures, preferences and tastes. From these results design the technical capacity to be cared of considered the demand and the implantation of the processes for the elaboration the articles

The creation and implementation of the strategies of marketing and commercialize, give initiate with the objectives of sales. In the study of providers, was easy to identify variables for the selection of suppliers adjustable to the necessities to the company. It present and identify the principals products that it offer.

It creates the strategies for the operation management and financial management and show up the social impact that the project generated which results in the assembly of a company that offers the possibility of direct jobs to vulnerable population in the country

* Project of Grade

** Faculty of physical –mechanical engineering. School of Industrial and Managerial Studies.
Director: Pascual Rueda Forero

INTRODUCCION

La creación de nuevas empresas contribuye al desarrollo económico y social generando nuevos empleos y bienestar al país, en vista de esto el gobierno nacional para fomentar esta actividad ha creado diversos mecanismos de apoyo al emprendimiento, es el caso del Fondo Emprender el cual financia ideas de negocio de aprendices SENA, estudiantes de último semestre y egresados de instituciones de educación superior.

Valiéndose de este beneficio se presentó una idea de negocio ante el Fondo Emprender titulada: CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA INFANTIL PARA NIÑA, partiendo del hecho que el sector de las confecciones infantiles en Santander es uno de los más importantes y además posee buen nombre a nivel nacional e internacional gracias a la calidad, acabados y diseños. El proyecto fue evaluado y calificado por la entidad dándolo como viable esto implica el financiamiento e interventora por parte de la entidad antes mencionada.

Este trabajo presenta un caso exitoso de creación y montaje de empresa gracias a la orientación del SENA y la de la Universidad Industrial de Santander, asimismo es la oportunidad para poner en práctica los conocimientos y herramientas adquiridos a través de la formación de Ingeniería Industrial en la Escuela de Estudios Industriales y Empresariales.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Montar una empresa dedicada a la confección de ropa interior infantil femenina en la ciudad de Bucaramanga

1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Iniciar las operaciones de la empresa legalizándola ante la Cámara de Comercio y demás entidades gubernamentales.
- Formular las estrategias de mercadeo y comercialización para el posicionamiento del producto en el mercado
- Analizar y determinar características para la gestión operativa y técnica en relación a las capacidades, flujos de proceso, instalaciones y otros elementos necesarios para la elaboración de los productos.
- Definir la estructura administrativa y organizacional para dirigir llevar un seguimiento en la ejecución de los recursos de la empresa.
- Establecer un sistema de indicadores que permita a la empresa evaluar la gestión de sostenibilidad de sus operaciones financieras, administrativas y operativas.

2. ALCANCE

El alcance de este proyecto es diseñar e implementar las estrategias y gestiones de dirección necesarias para el montaje de la empresa de confección, incluyendo las acciones de legalización, administración y operación.

3. ANTECEDENTES PARA LA REALIZACION DEL PROYECTO

3.1 INCENTIVOS PARA LA CREACION DE EMPRESAS

Con el fin de motivar la creación de nuevas empresas el estado a través de sus entidades gubernamentales y entidades privadas han creado diferentes programas de apoyo a jóvenes emprendedores, proporcionando mediante la presentación de planes de negocio capital de trabajo necesario, para dar inicio a las operaciones de la empresa, es el caso de la creación del Fondo Emprender como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, el cual es administrado por esta entidad y cuyo objeto exclusivo es financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales que su formación se esté desarrollando o se haya desarrollado en instituciones que para los efectos legales, sean reconocidas por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992² y 115 de 1994³ y demás que las complementen, modifiquen o adicionen.

La autora del proyecto beneficiándose de las condiciones que establece esta entidad presento ante la unidad de emprendimiento del Centro Industrial del Diseño y la Manufactura de la Ciudad De Floridablanca, en la cuarta convocatoria nacional publicada del 23 de julio del 2007, un proyecto bajo el nombre confecciones PKS, codificado con el número 21264, este proyecto estaría en el sector de las manufacturas, subsector confecciones, se dedicaría a la fabricación y comercialización de prendas infantiles, para el montaje del proyecto se solicitaron recursos por 56.489.526. EL proyecto fue dado como viable y publicado en la página de Internet del fondo emprender con

² www.secretariassenado.gov.co/leyes/L0030_92.HTM - 249k

³ www.mineducacion.gov.co/1621/article-85906

asignación de recursos por **55.513.600**, lo que indica que el presupuesto aprobado fue alrededor del 99% de lo solicitado inicialmente. Posteriormente el SENA realizó la jerarquización de los proyectos para asignación de recursos e inicio de ejecución de los proyectos el día 14 de enero del 2008, a continuación se presenta el procedimiento que siguió la autora del proyecto para acceder a los recursos del fondo emprender por medio de la idea de negocio.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 ANALISIS DEL SECTOR

A nivel nacional en el año 2008 existen 8.319 empresas confeccionistas registradas en Cámaras de Comercio, El 76% de las 8.319 empresas identificadas se dedica a diseñar, fabricar y confeccionar prendas de vestir en general. Esto incluye firmas dedicadas a elaborar todo tipo de ropa para damas, caballeros y niños, y otras especializadas en fabricar pantalones, camisas, camisetas, jeans, corbatas, ropa deportiva, ropa de bebe, ropa interior, pijamas, ropa exterior para dama, uniformes, vestidos de baño, vestidos de novia, entre otros. De estas empresas especializadas las que participan con un mayor número son las confeccionistas de ropa deportiva, las de ropa interior, las de ropa para mujer y las de ropa infantil y de bebé, alrededor de un 13% de las empresas confeccionistas son maquiladoras, confeccionan a terceros o son productoras en satélite; muchas de estas poseen su línea propia pero su principal actividad es la maquila.

Desde el punto de vista del tamaño el 90% de las empresas son micro, un 7% pequeñas, un 1.7% son medianas, y tan sólo un 0.95% son grandes empresas.

Las micro y pequeñas empresas de la confección tienen un carácter poco tecnificado, teniendo en cuenta la maquinaria básica con la que este tipo de empresa cuenta, y con requerimientos mínimos de inversiones de capital.

En la generación de valor, empleo y divisas, la cadena de producción textil y de confección es una de las más importantes del país, ello en razón a que en todas sus etapas hay producción nacional. La cadena de producción textil y confección nacional reviste varias etapas que vista de manera general va desde la producción de materias primas (fibras naturales, artificiales y sintéticas), la fabricación de hilados y tejidos, hasta la manufactura de gran variedad de productos semiacabados y acabados, entre ellos la confección de prendas de vestir.

Del total de la producción de la cadena, es la confección la que reviste mayor participación en las exportaciones del sector. Esta industria se beneficia de

sistemas especiales de exportación e importación y de incentivos, como las zonas francas, el Plan Vallejo y el régimen de comercializadoras internacionales (CI); así como de preferencias arancelarias garantizadas por diferentes acuerdos comerciales con mercados externos.

4.1.1 Destinos de Exportación: El principal destino de las exportaciones de las confecciones de Colombia es Estados Unidos, le siguen Venezuela, México y Ecuador. Con Estados Unidos, las confecciones nacionales gozan de preferencias arancelarias otorgadas por este país a través de diferentes acuerdos comerciales, que posibilitan exportar gran variedad de productos de la confección al mercado del norte con cero aranceles.

4.1.2 Acuerdos Comerciales: A pesar de la flexibilización de las relaciones laborales, encaminadas a disminuir los costos de producción, y a la competitividad que genera la mano de obra barata del país; los subsidios gubernamentales y los procesos de producción de los países asiáticos principalmente, con costos mínimos que les permite entrar a competir con los precios más bajos, presionan las condiciones en las que los confeccionistas nacionales entran a los mercados internacionales con precios más altos en relación con los precios de los productos asiáticos o de otros países de Centroamérica o el Caribe; factor que les resta competitividad y amenaza su estabilidad en dichos mercados.

En este sentido, los acuerdos comerciales que se han suscrito con Estados Unidos, el más importante comprador de las confecciones nacionales, son determinantes para la competitividad y permanencia en el mercado norteamericano de este sector, hasta el punto que, de no celebrarse dichos acuerdos la industria textil y confección dejaría de tener la participación que actualmente tiene en la producción nacional y en la generación de empleo, al no poder competir en el mercado internacional.

En 1991 empezó a regir la Ley de Preferencias Arancelarias **ATPA**; en octubre de 2002 empezó a regir la **ATPDEA**, Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y erradicación de Drogas, en la que se incluyeron aproximadamente 700 nuevos productos que no estaban cobijados por el ATPA. Este último acuerdo tenía vigencia hasta diciembre de 2006, pero sus beneficios para los exportadores fueron extendidos por seis meses más. La incertidumbre que generó la decisión de prórroga del ATPDEA, en espera de la firma del TLC, se reflejó en una reducción de las exportaciones de confecciones hacia Estados Unidos en el 2006 que se estimaron en un 11,96%. Los confeccionistas consideran que el **TLC** será determinante en el incremento de la participación de las confecciones colombianas en el mercado norteamericano, ya que la mayoría de textiles estarán sin arancel al país del norte, salvo para 25 partidas arancelarias que entran a cinco años y tres años, y cubre sectores nuevos como las confecciones para el hogar. Además, con la firma de este tratado se generaran mejores condiciones de acceso a materias primas como el algodón, y se establece la figura de acumulación que permite incorporar como nacionales, insumos de países, sin perder el beneficio de origen.

A diferencia del ATPDEA, el TLC es un instrumento permanente que no requiere renovaciones periódicas y por ende brinda estabilidad en las reglas del juego del comercio de bienes y servicios entre los países.

4.2 ANALISIS DEL SECTOR A NIVEL REGIONAL

El sector de las confecciones en Santander es uno de los más importantes en el comercio contribuyendo con el crecimiento y desarrollo del departamento, actualmente el sector cuenta con cerca de 878 empresas de las cuales el 94% son microempresa, el 5% son pequeñas empresas y el 1 % son medianas empresas⁴, demostrando el potencial del sector en el departamento, además

⁴ Cámara de comercio de Bucaramanga, Departamento desarrollo empresarial, Horacio Cáceres

entre la especialización productiva en Santander se destacan las líneas infantil y de bebé, las cuales según la cámara de comercio de Bucaramanga en su publicación Santander exporta del primer semestre del 2007; las confecciones o prendas de vestir están en el cuarto lugar de los principales capítulos arancelarios aportando el 7.2 % de las exportaciones totales del cual el 42.7 % son confecciones infantiles⁵, sin embargo aunque en menor proporción se fabrica ropa interior femenina, ropa para hombre, ropa de trabajo y deportiva. En cuanto a la comercialización los productos de este sector tienen un alto nivel de consumidores en los mercados nacionales e internacionales posicionados principalmente con los productos de la línea infantil a nivel nacional

4.2.1 Exportaciones: Los principales destinos de las exportaciones fueron Suiza, Venezuela y Estados Unidos con la participación del 53%, 19.8% y 9.5% respectivamente. Aunque la tendencia de las exportaciones del sector confección es positiva, también lo es la competencia mundial, China es uno de los competidores más fuertes para los confeccionistas colombianos, pues a partir de la suspensión del Acuerdo de Multifibras de la Organización Mundial de Comercio (OMC), que imponía cuotas de importación a los textiles y confecciones provenientes de este país, la participación China en el mercado se ha incrementado. Según informe Departamento de Comercio de los Estados Unidos, en el primer semestre del año 2006 China aumentó en un 54% sus exportaciones a Estados Unidos, consolidándose en un 24% del mercado norteamericano.

Estados Unidos es uno de los mercados más importantes para las confecciones colombianas. Según datos registrados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Dane, las ventas de Santander a este país contribuyeron

⁵ Cámara de comercio de Bucaramanga, Departamento desarrollo empresarial, capítulo Santander Exporta Horacio Cáceres

al buen desempeño de las exportaciones no tradicionales de Colombia al crecer 33.2% en 2004 con un monto de US\$12.5 millones de dólares. A pesar de esto, Colombia suministra tan sólo el 0.8% de las importaciones que realiza Estados Unidos en prendas de vestir.

Tabla 1. Exportaciones prendas de vestir Santander (1995-2004)

Capítulos Arancelarios	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
60. Tejidos de punto	88,2	120,2	211,0	200,7	165,0	384,0	578,5	430,2	339,8	481,6
61. Prendas y complementos de vestir, de punto	954,3	1.035,2	1.480,0	1.314,5	1.515,6	1.838,4	3.002,0	2.681,9	3.924,3	5.765,1
62. Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	9.815,4	13.277,4	9.708,3	7.329,8	8.018,0	10.657,0	12.911,3	13.176,8	14.779,7	21.252,6
64. Calzado, polainas, botines, y artículos análogos; partes de estos artículos	4.753,5	4.636,8	4.125,8	4.404,4	4.446,8	4.161,0	5.607,7	4.855,4	5.037,3	6.744,0
TOTAL	15.523,2	18.949,4	15.314,1	13.048,7	13.980,4	16.656,4	21.521,0	20.714,1	23.741,3	33.761,7

4.3 CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA

Teniendo en cuenta los anteriores datos se destaca como promotor de estos resultados a nivel regional el papel de la feria EIMI (Exposición Internacional de Moda Infantil) uno de los eventos más importantes en el contexto de la moda infantil a nivel internacional y con un impacto significativo para los productores locales y nacionales. Dicha feria organizada por ACOPI regional Santander, se desarrolla anualmente a finales del mes de julio, teniendo como sede la ciudad de Bucaramanga en el centro de ferias y exposiciones CENFER; a esta asisten compradores nacionales e internacionales interesados en la industria local gracias a la reputación que a nivel nacional e internacional han logrado las confecciones infantiles y para bebé en Santander.

Según información de esta importante feria en las últimas versiones se detectó una insuficiente oferta de prendas íntimas infantiles para niña en la ciudad de Bucaramanga, esto contribuye a identificar una oportunidad de de negocio en este sector⁶.

Basado en esta información nace la idea de Constituir una empresa productora y comercializadora de ropa interior para niña, que satisfaga las necesidades del mercado generando productos atractivos a precio accesible, cumpliendo con las expectativas de los clientes y que además contribuya al desarrollo del sector y de la comunidad con una gestión administrativa adecuada e ideas modernas en cuanto a los productos a elaborar.

4.4 ESTUDIO DE MERCADO

4.4.1 Descripción del Producto:

4.4.1.1 Usos del Producto: Los productos que se va a elaborar son prendas interiores para niña, panty, cacheteros, top, camisillas; prendas que son usadas en la vida cotidiana de las niñas para su comodidad e higiene

⁶ Acopi regional Santander, boletín informativo 19. Gisela Trujillo.

4.4.1.2 Especificaciones del producto Las prendas interiores para niña que fabricara la empresa se caracterizaran por los siguientes aspectos:

- Estar al día con las tendencias de la moda internacional en cuanto a colores, texturas, detalles en apliques y accesorios, estampados o bordados.
- Prendas confeccionadas en telas 100% algodón en tejidos de punto de calidad nacional.
- Detalles en cordones, broches, marquillas, elásticos
- Prendas elaboradas en tallas: 2, 4, 6, 8, 10, 12 debidamente empacadas en bolsas que eviten un deterioro.
- Marquillas que se ajusten al reglamento técnico de confecciones vigente.

4.4.1.3 Productos sustitutos y complementarios Los productos sustitutos para los tops de niña son camisillas en algodón los cuales la empresa también ofrece.

Los sustitutos para el panty son los cacheteros o bóxers, en cuanto a los productos complementarios se entiende aquellas prendas de vestir como faldas, pantalones, shorts, camisas, sandalias, zapatos.

Adicional a esto también se consideran productos sustitutos los que pueden competir en su uso⁷, considerando que el producto principal son la prendas interiores para niñas, el producto sustituto lo conforman prendas interiores con diferentes diseños, parámetros de calidad, precios, presentación final, formas de mercadeo y publicidad entre otros.

De acuerdo a lo anterior es necesario de realizar un estudio de mercado de ropa interior para niña en Bucaramanga y su área metropolitana con el objetivo de conocer la variables que influyen en el comportamiento de la oferta y la demanda

⁷ Gestión de proyectos Juan José Miranda. MM editores Febrero del 2002

4.4.2 Mercado Potencial: Para evaluar el mercado potencial de los productos contemplados en este proyecto, se consideraron como grupo principal los establecimientos dedicados a la comercialización de prendas infantiles en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana los cuales cumplen la función de ser intermediarios entre el fabricante y el consumidor correspondientes a 116 establecimientos comerciales (ANEXO A).

Dichos establecimientos comerciales son los encargados de ofrecer una variada gama de productos con el fin de que estos sean comprados por el consumidor final, de acuerdo a lo anterior y con el fin de buscar estrategias que permitan penetración en el mercado, permanencia y una continua expansión es necesario conocer el comportamiento de los productos y de variables que afecten en la decisión de compra.

4.5 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Por medio de la investigación de mercados que se realizó, se permite conocer las principales variables que intervienen en la oferta y demanda de la ropa interior infantil en la ciudad de Bucaramanga. Esta información permitirá definir la línea de acción de la empresa, para ello fue necesario realizar un trabajo de campo, elaborar un cuestionario detallado y aplicarlo a la población

4.5.1. Objetivos.

GENERAL: realizar un estudio de mercados que permita conocer el comportamiento de las variables que interviene en la oferta y la demanda de la ropa interior para niña en Bucaramanga y su área metropolitana

ESPECÍFICOS

- Elaborar un estudio de la demanda para determinar entre los almacenes de Bucaramanga y su área metropolitana las principales

características que influyen en el proceso de selección y compra de ropa interior para niñas.

- Realizar un estudio de la oferta para identificar y caracterizar las principales empresas de ropa interior para niña en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

4.5.2. Necesidades de información de la demanda

- Identificar cuáles de los establecimientos comerciales que venden ropa interior para niñas
- Definir los tipos de ropa interior para niña que se encuentran en el mercado
- Identificar el tipo de prenda interior para niña de mayor preferencia y rotación
- Identificar las telas predilectas por el cliente al momento de la compra
- Determinar cuál es el accesorio preferido por los clientes
- Determinar las tallas, cantidades y frecuencia de compra de prendas interiores para niña
- Conocer los promedios de precio de compra de los establecimientos que venden ropa interior para niña
- Determinar las temporadas del año de mayor compra
- Conocer la forma de pago más utilizada para determinar política de comercialización
- Identificar el medio de publicidad más utilizado por los almacenes a la hora de solicitar un producto nuevo
- Determinar los compradores interesados en adquirir productos de la nueva empresa

4.5.3. Necesidades de información de la demanda

- Determinar el nombre y procedencia de las fábricas que actualmente proveen los almacenes
- Analizar los servicios e inconvenientes de más frecuencia con los proveedores
- Conocer la capacidad de venta mensual por unidades de las fabricas que confeccionan ropa interior
- Determinar la ubicación de los clientes de las fabricas de ropa interior para niña
- Establecer cuál es el tipo de publicidad utilizada por las empresas
- Determinar las políticas de venta manejadas por las diferentes empresas

4.5.4. Procedimiento de medición

Los procedimientos de medición utilizados buscan medir la percepción, actitud , preferencias de las personas u otras características pertinentes, esto permitirá conocer el comportamiento de los consumidores frente a la ropa interior infantil.

4.5.5. Diseño del instrumento de recolección de datos

El instrumento para la recolección de datos a utilizar es una encuesta que contempla las preguntas necesarias para obtener la información relevante del mercado, esta encuesta se hará de manera directa con el encuestado para obtener mayor grado de confianza en el diligenciamiento, contando con asesoría en el caso de confusión o mala interpretación de alguna de las preguntas .

Las preguntas están diseñadas de una manera consecutiva y coherente para que las personas que lo utilicen tengan la facilidad y habilidad para

responder con exactitud, además serán preguntas concisas, en donde el usuario pueda tener una buena disposición para responderlas

Consideraciones generales: El número de preguntas en la encuesta es de 16 cada una relacionada con el objetivo específico estipulado, el tipo de preguntas a usar será de selección múltiple, en donde el encuestado selecciona una respuesta a partir de una lista suministrada por el encuestador. El tiempo de llenado de la encuesta será aproximadamente de 10 minutos ya que las preguntas formuladas serán de fácil entendimiento (ANEXO B)

4.5.6. Diseño muestral: Debe definirse claramente la población meta, en donde se especifique respectivamente el elemento, la unidad muestral, la extensión y el tiempo.

Para la investigación de mercados se consideraron los siguientes documentos⁸:

Listado de almacenes de ropa infantil de Bucaramanga obtenido del directorio textil y el directorio telefónico así mismo esta información se contrastó con la base de datos de la cámara de comercio de Bucaramanga, bajo estas condiciones el número total de establecimientos de comercio dedicados a la compra y venta de ropa infantil es de 116 (ver anexo A).

Listado de empresas de Bucaramanga dedicadas a la producción de prendas interiores infantiles para niña, obtenido de la base de datos de la cámara de comercio de la ciudad de Bucaramanga, el directorio telefónico y el directorio textil.

⁸ Base de datos cámara de comercio de Bucaramanga

4.5.7 Determinación Tamaño de la Muestra

El proceso para determinar el tamaño de la muestra consiste en enumerar los elementos que se incluyen en el estudio. Mediante la técnica de proporciones presentada a continuación se determina el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{N Z^2 P(1 - P)}{e^2 (N - 1) + Z^2 P(1 - P)}$$

Donde

P = Probabilidad de éxito (50%)

q=1-p = Probabilidad de fracaso (50%)

e = Error máximo (10%)

Z = Nivel de confianza elegido (90%): 1.65

N= Tamaño de la población (116)

n = Tamaño de la muestra

$$n = \frac{116 * 1.65^2 * 0.50(1 - 0.50)}{0.10^2(116 - 1) + 1.65^2 0.50(1 - 0.50)}$$

De la ecuación anterior se obtiene que se deban aplicar 43 encuestas al total de la población.

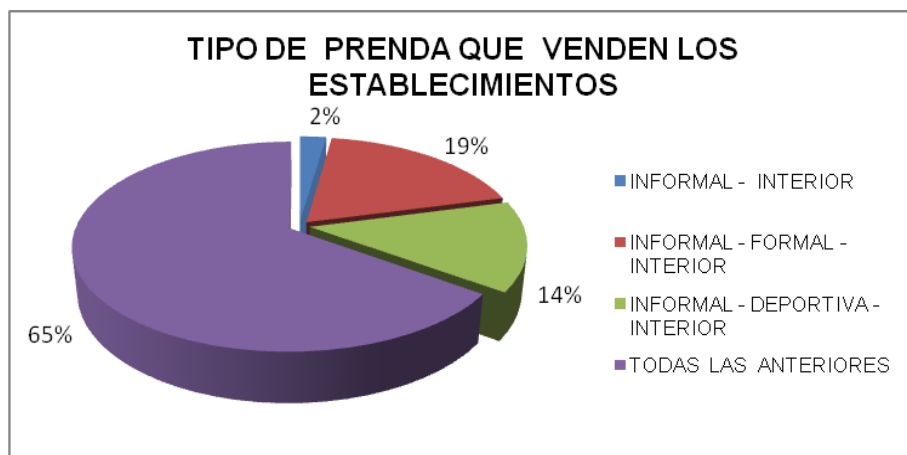
El tiempo utilizado para hacer la recolección de la información mediante la encuesta y el trabajo de campo fue de 18 días.

4.5.8. Tabulación y Presentación De Resultados.

A continuación se presenta un resumen de los resultados obtenidos a través de la encuesta realizada a establecimientos comerciales en Bucaramanga y su área Metropolitana

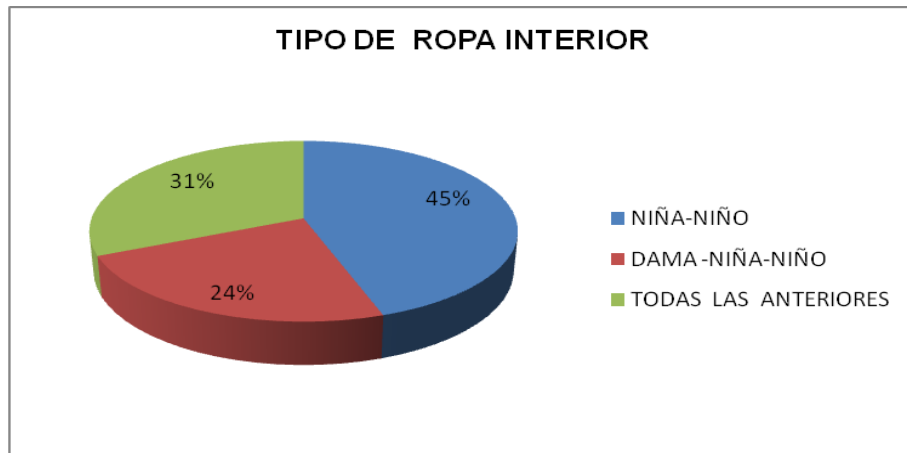
1. Objetivo: Identificar qué tipo de ropa venden los establecimientos comerciales, según la primera pregunta de la encuesta realizada los resultados arrojan que el 100 % de los establecimientos encuestados ofrecen entre sus productos ropa interior, adicional a esto se observa que un 65% de los establecimientos ofrecen prendas interiores e informales

Grafica 1 Tipo de prendas que venden los establecimientos.



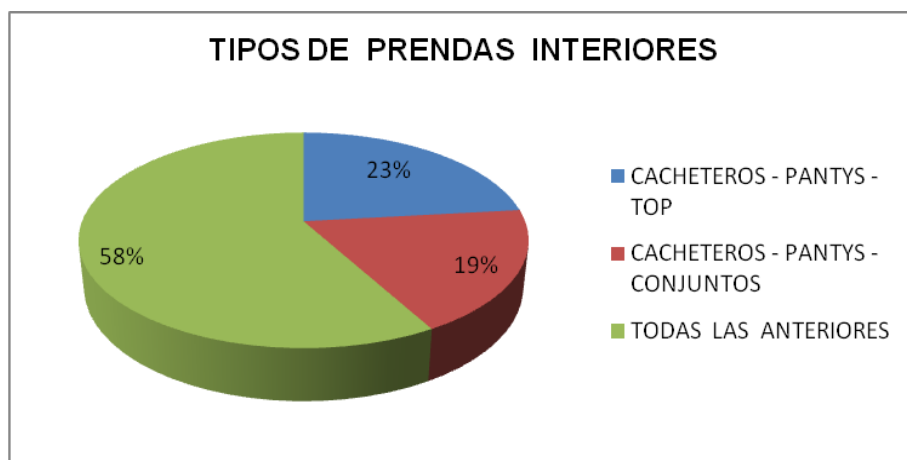
2. Objetivo: identificar cual tipo de ropa interior venden los establecimientos encuestados, los resultados de la pregunta dos de la encuesta arrojan que un 100% de los almacenes encuestados vende prendas interiores para niños.

Grafica 2 Tipo de ropa interior que venden los establecimientos



3. Objetivo: Identificar cuáles son las prendas interiores para niñas más comunes en los establecimientos, según la información recopilada en la pregunta numero tres de la encuesta se puede observar en la que un 58% de los establecimientos venden cachetero, panty, camisilla y top, así mismo se puede observar que un 23 % vende cacheteros , panty y top y un 19% comercializa cachetero, panty y camisilla

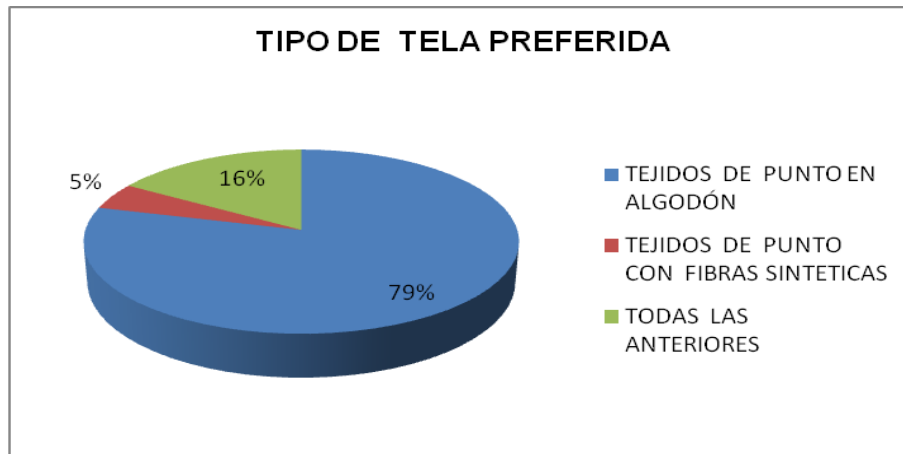
Grafica 3 Prendas interiores para niñas



4. Objetivo: Identificar cual es la textura preferida a la hora de comprar prendas interiores para niñas, según la pregunta número cuatro de la

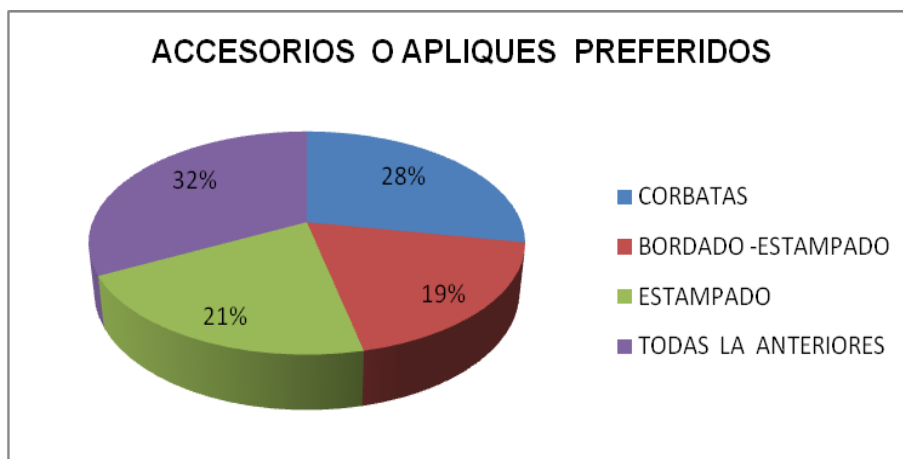
encuesta, para un 79 % es importante que las prendas sean fabricadas con tejidos en algodón, por otra parte para un 5% de los encuestados este factor no es importante.

Grafica 4 Tipos de tejido preferidos



5. Objetivo: Identificar los accesorios o apliques preferidos por los clientes, según la pregunta número cinco de la encuesta se observa en las respuestas una preferencia similar para las tres primeras opciones, el 32 % de los encuestados eligieron cualquiera de los tres accesorios posibles.

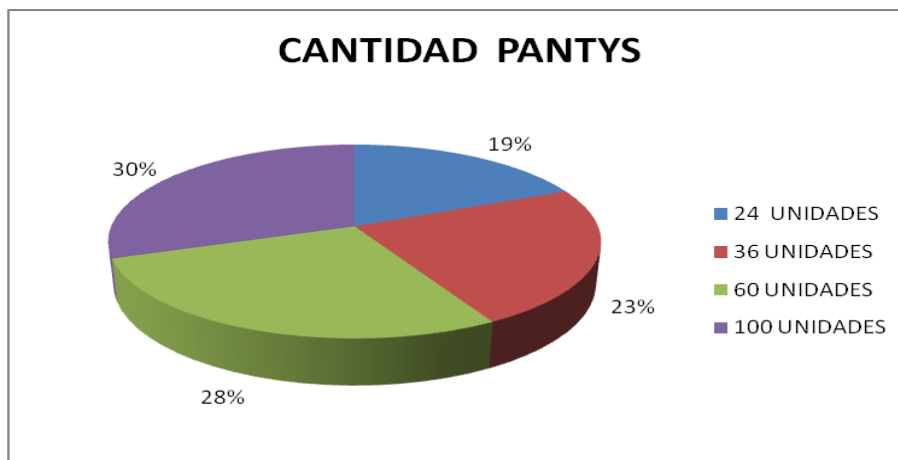
Grafica 5 Accesorios preferidos



6. Objetivo: determinar el número de prendas promedio que venden los establecimientos y la frecuencia de compra o pedido que realizan, en esta pregunta también se determina la demanda total de los almacenes encuestados.

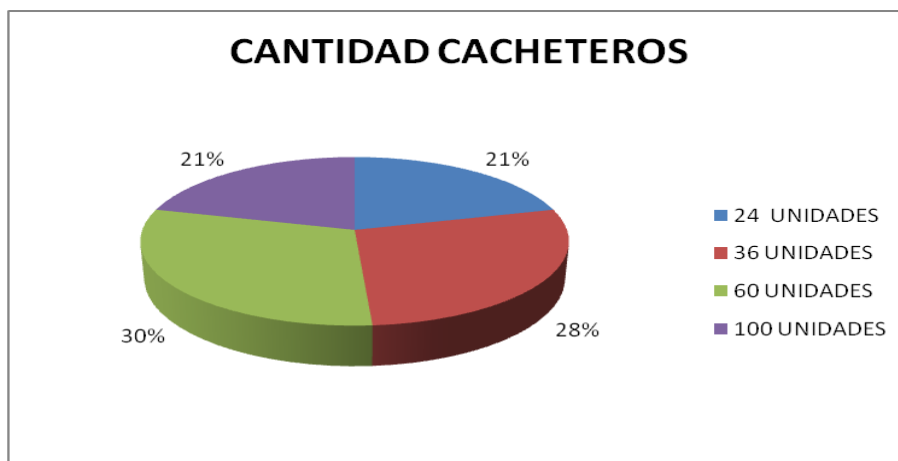
- **PANTYS**

Grafica 6 Cantidad compra panty



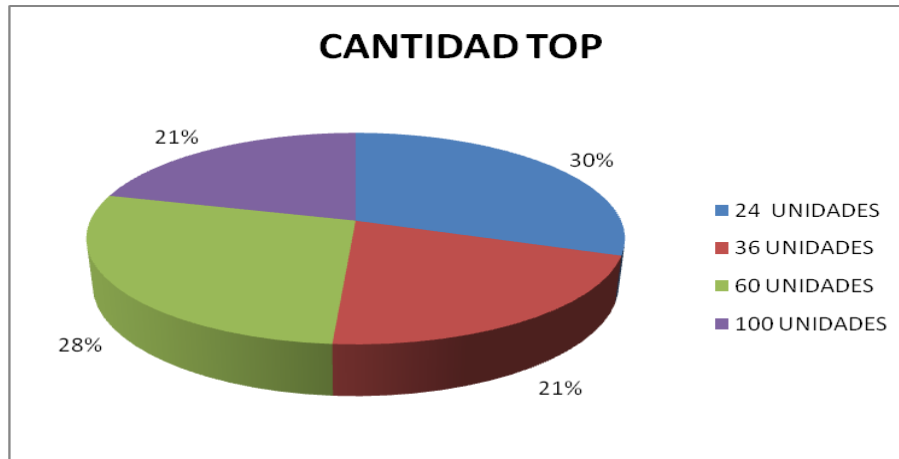
- **CACHETEROS**

Grafica 7 Cantidad compra cacheteros



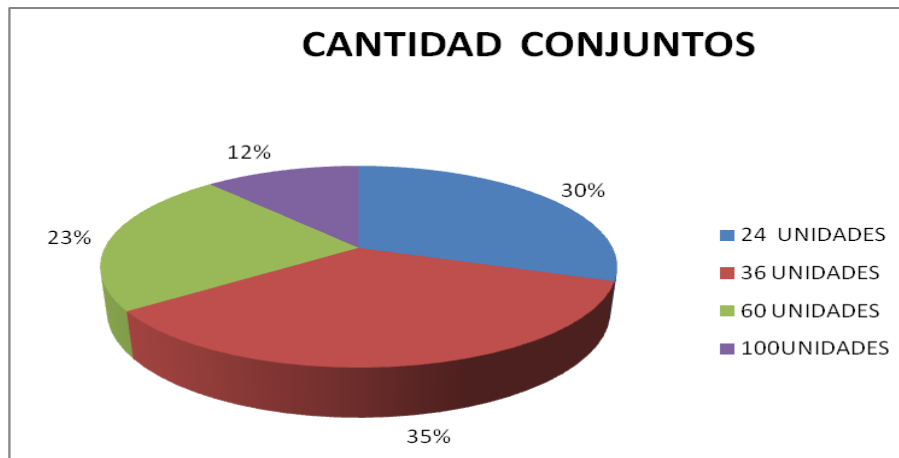
- **TOP**

Grafica 8 Cantidad de compra top



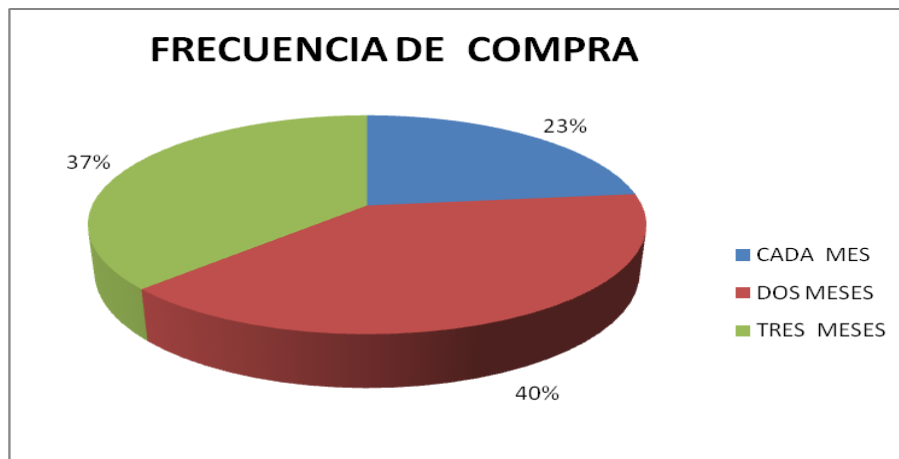
- **CONJUNTOS**

Grafica 9 Cantidad compra conjuntos



- **FRECUENCIA DE COMPRA:** Según los resultados de la encuesta realizada un 40 % de los almacenes realiza pedidos cada 60 días (dos meses), 37 % cada 90 días (tres meses) y un 23 % cada 30 días (un mes), se obtiene que en promedio cada 43 días los almacenes se abastecen de prendas interiores.

Grafica 10 Frecuencia de compra.



- **CANTIDAD DEMANDADA POR PRENDA:** a partir de esta pregunta se obtienen los porcentajes y cantidades por prenda que son demandados por los almecenes, en la grafica y tabla que se presentan a continuacion se relacionan estos datos.

Grafica 11 Cantidad demandada por prenda.

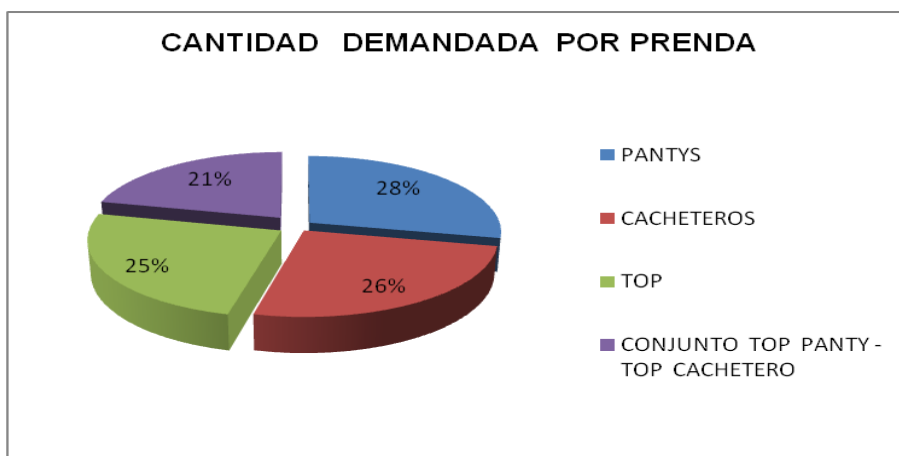


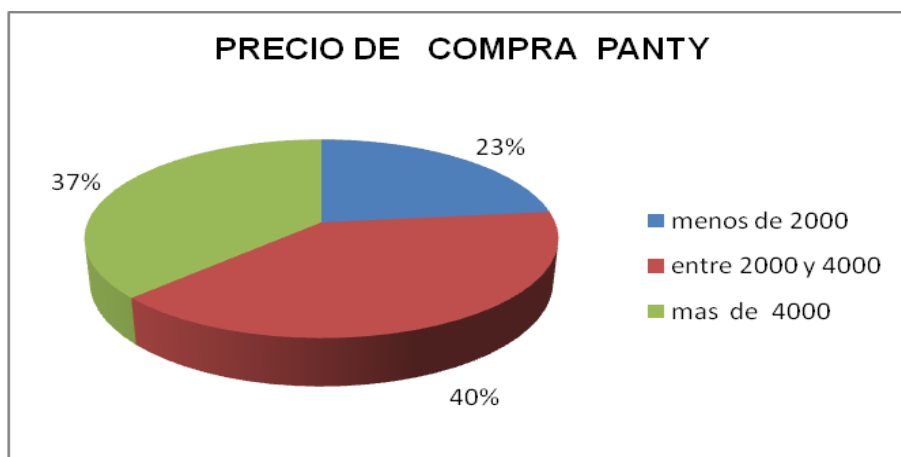
Tabla 2. Total compras panty, cachetero, top y conjuntos

PRENDA	TOTAL MENSUAL(UNIDADES)
PANTYS	2572
CACHETEROS	2328
TOP	2256
CONJUNTOS	1952
TOTAL DEMANDA MENSUAL	9108
TOTAL DEMANDA ANUAL EN ZONA METROPOLITANA	109.296

7. Objetivo: determinar precios promedio de compra de las prendas que la futura empresa ofrecerá al mercado

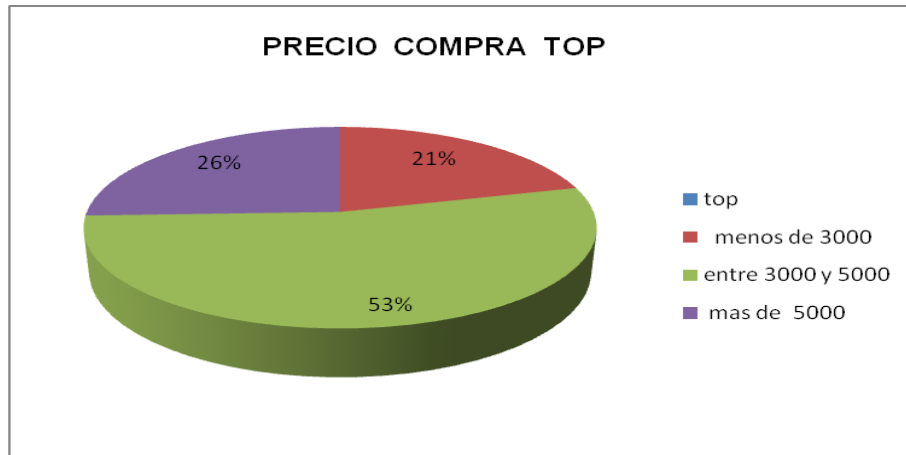
- **PRECIO COMPRA PANTY**

Grafica 12 Precio promedio panty



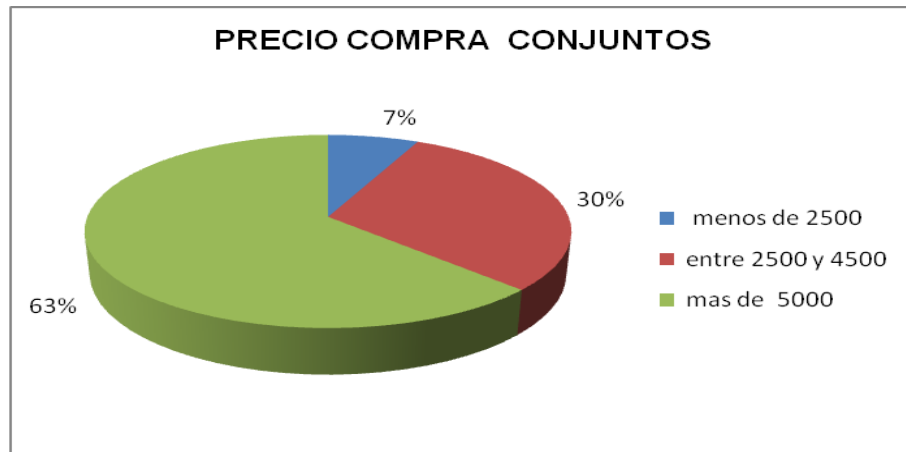
- **PRECIO COMPRA TOP**

Grafica 13 Precio promedio top



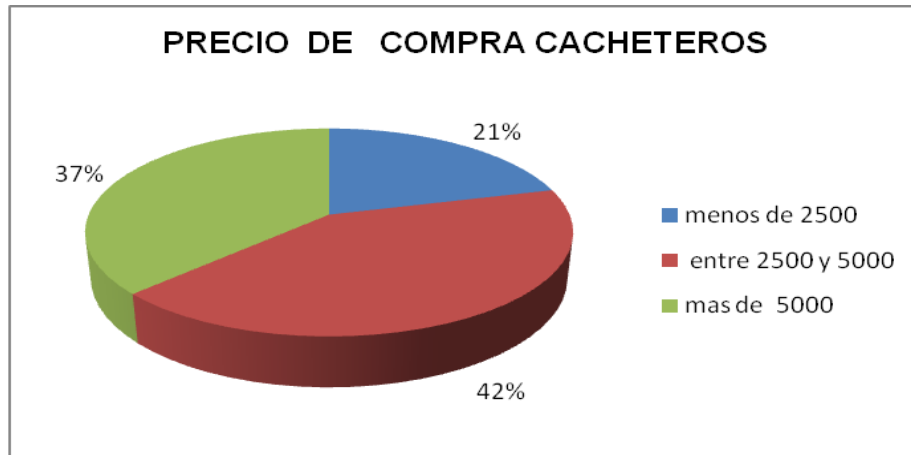
- **PRECIO COMPRA CONJUNTOS**

Grafica 14 Precio promedio conjuntos



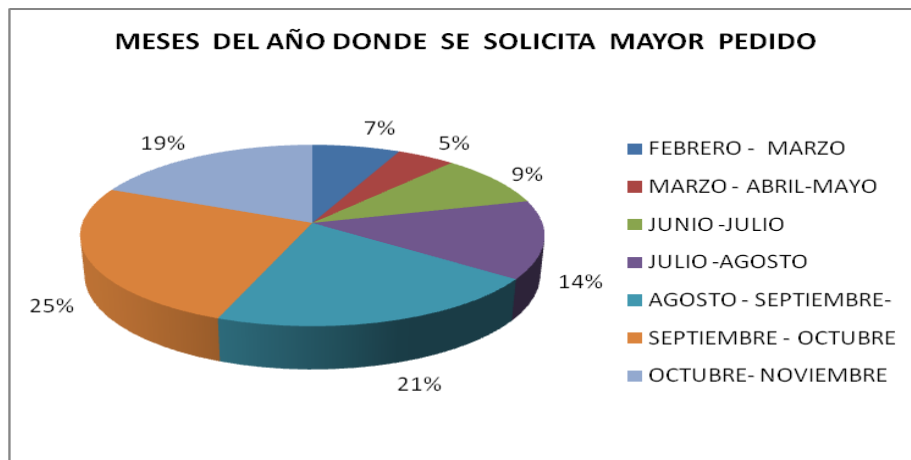
- **PRECIO COMPRA CACHETEROS**

Grafica 15 Precio promedio cacheteros



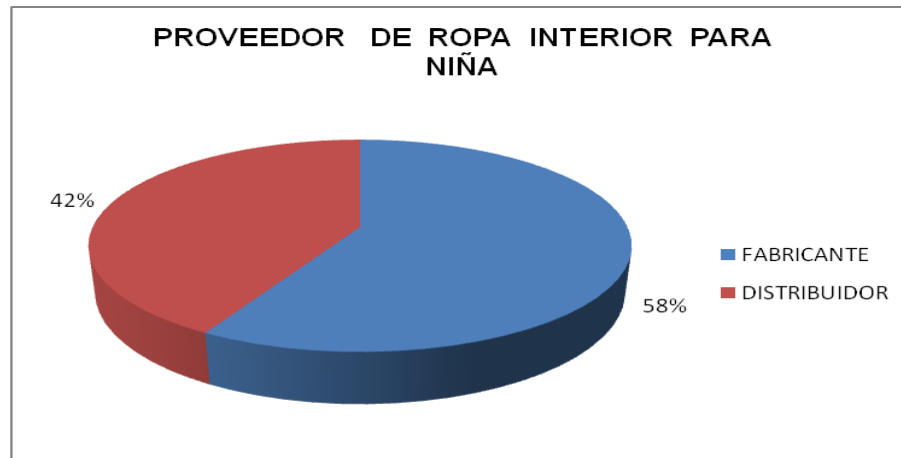
8. OBJETIVO: determinar el mes o meses en los cuales los clientes realizan la mayor solicitud de pedidos, de acuerdo a los resultados se observa que para los meses de septiembre y octubre los almacenes realizan la mayor cantidad de pedidos, así mismo se observa que es para el segundo semestre del año donde hay mayor demanda de prendas.

Grafica 16 Meses de solicitud de pedidos



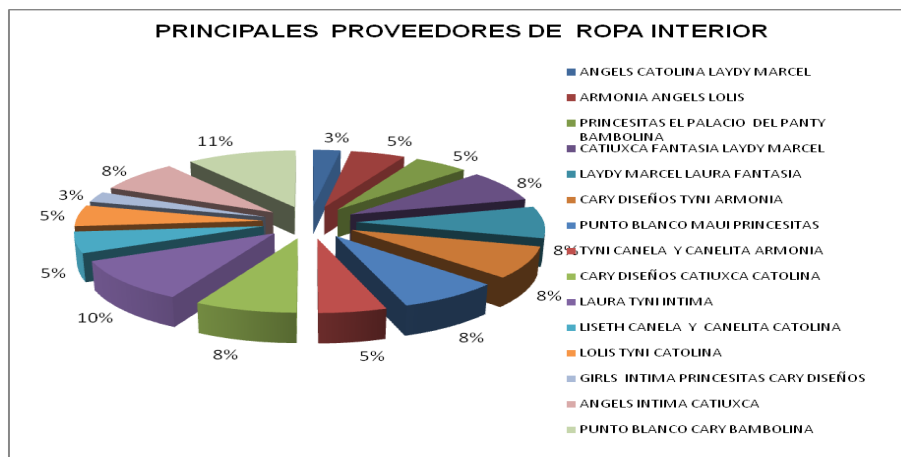
9. Objetivo: Determinar a qué tipo de empresa le compran ropa interior los almacenes, según los resultados de la encuesta un 58% le compra directamente a los fabricantes y un 42 % a los distribuidores

Grafica 17 Tipos de empresa proveedora



10. Objetivo: determinar cuáles son las empresas proveedoras de ropa interior infantil. Según los resultados de la encuesta no hay una empresa o distribuidor que lidere las ventas en Bucaramanga existen alrededor de 15 empresas

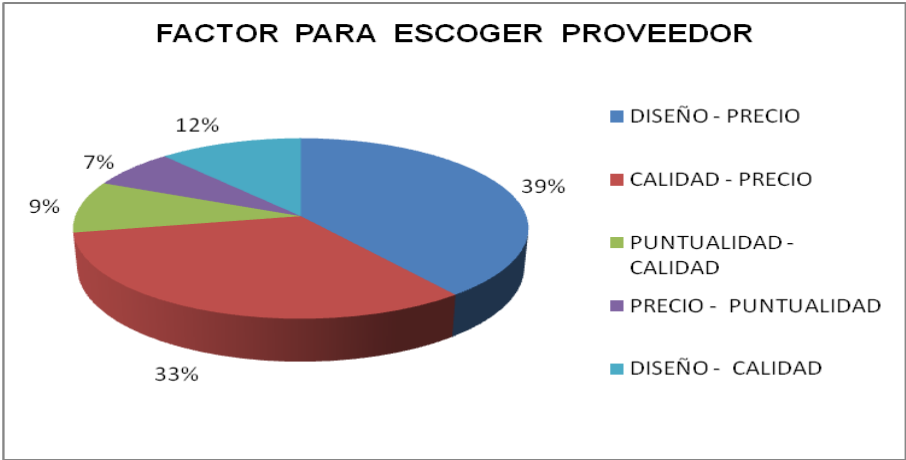
Grafica 18 Empresas proveedoras de ropa interior.



11. Objetivo: determinar cuál es el factor o factores determinantes a la hora de escoger el proveedor, el resultado de la encuesta nos muestra que

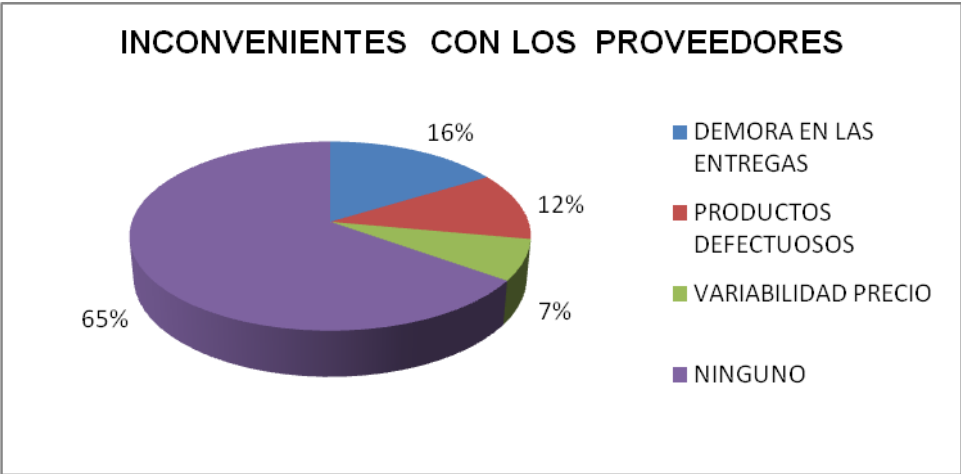
para los clientes los principales factores son el diseño y el precio de los productos, sin embargo la calidad otro factor fundamental y va en tercer lugar para los clientes encuestados.

Grafica 19 Factores a la hora de escoger un producto



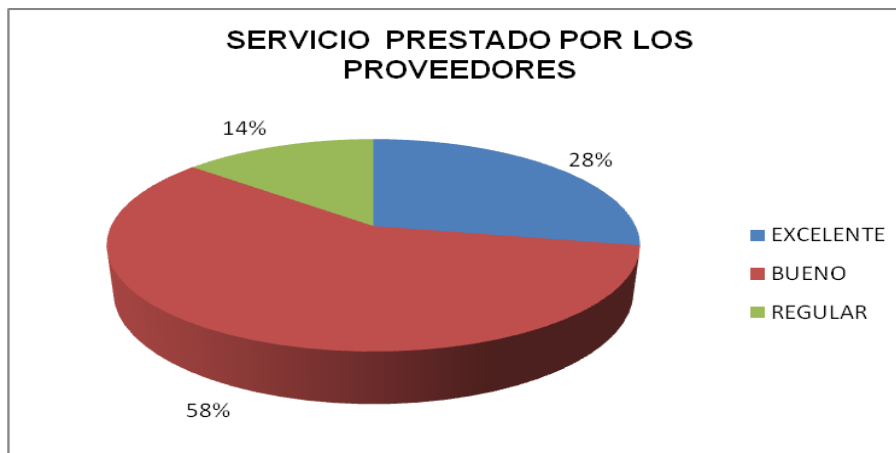
12. Objetivo: Determinar los inconvenientes más frecuentes de los clientes con los proveedores. El resultado de la encuesta arrojó que el inconveniente más frecuente es la demora en las entregas por parte de los proveedores.

Grafica 20 Inconvenientes más frecuentes con los proveedores



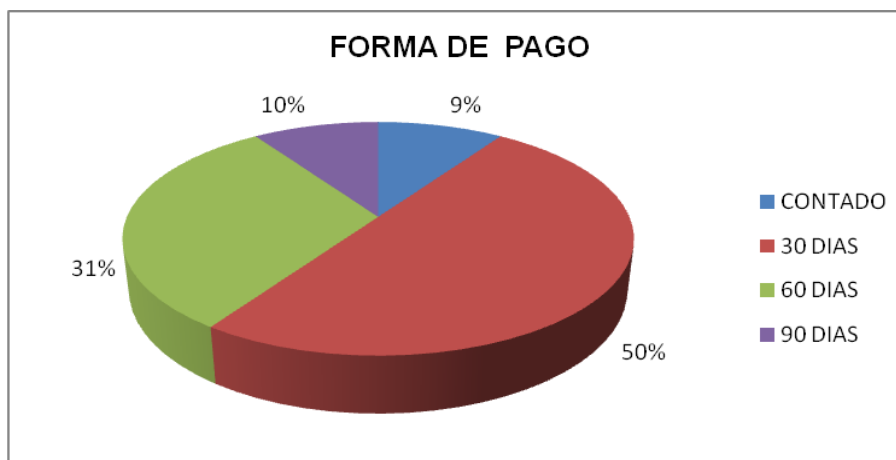
13. Objetivo: Determinar cómo es el servicio que prestan los proveedores a los clientes, los resultados arrojan que la mayoría de los proveedores prestan un buen servicio a los clientes.

Grafica 21 Tipo de servicio prestado por los proveedores a los almacenes



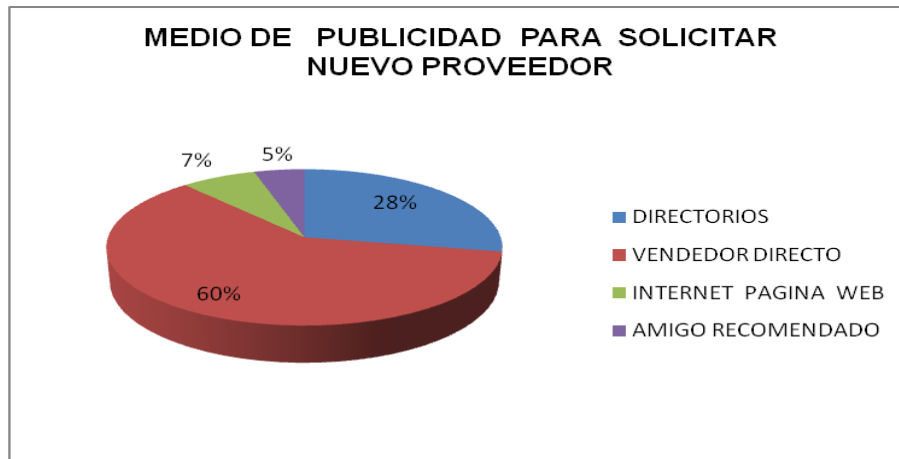
14. 13. Objetivo: Determinar qué política de precios usan los proveedores con los clientes, mediante la encuesta se determinó que la gran mayoría de proveedores ofrecen un promedio de 30 días para cancelar los pedidos realizados.

Grafica 22 Formas de pago



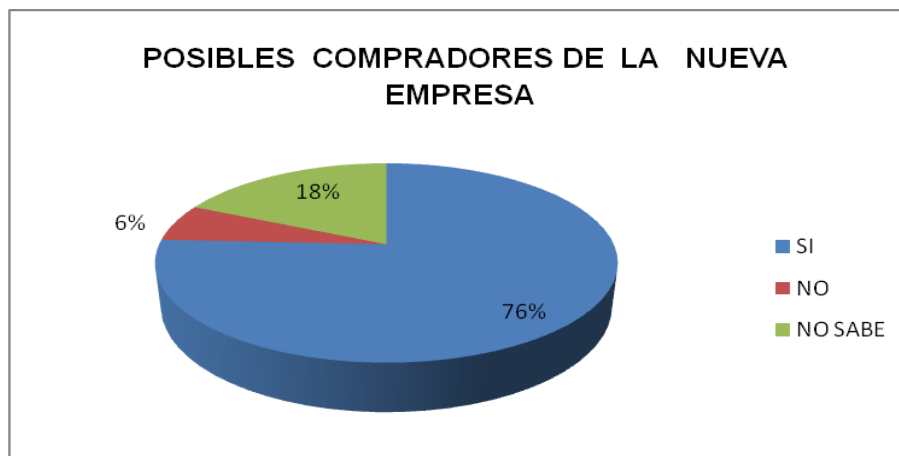
15. Objetivo: Determinar cuál el medio de publicidad más común, el 60 % de los encuestados afirma que es la venta directa la más utilizada por los almacenes.

Grafica 23 Medio de publicidad para solicitar un nuevo proveedor



16. Objetivo: Determinar si los clientes encuestados comprarían a la nueva empresa, según los resultados obtenidos un 76% de los encuestados compraría a la nueva empresa, mientras que un 18% no sabe aún.

Grafica 24 Posibles compradores de la nueva empresa



4.6. ESTIMACION DE LA DEMANDA

A continuación se estima la demanda a partir de Los resultados de la encuesta y fuentes secundarias. El total de la población infantil que hace parte al segmento de mercado mencionado equivale a 109.167⁹ niñas en las edades de 2 a 12 años, la nueva empresa captara un 1 % de esta demanda la cual equivale a 13.100 unidades.

Tabla 3. Estimación de la demanda

A. CONSUMO APARENTE POBLACION INFANTIL FEMENINA EN BUCARAMANGA Y AREA METROPOLITANA	PRODUCTOS INFANTILES INTERIORES CONSUMIDOS EN BUCARAMANGA Y AREA METROPOLITANA		D. % DE PARTICIPACION	A*D. TOTAL CONSUMO POR TIPO DE PRENDA	I*12. DEMANDA ANUAL
	B. PRENDA	C. TOTAL MENSUAL (UNIDADES)			
109.167	PANTYS	2572	28,24%	30827,57181	369930,862
	CACHETEROS	2328	25,56%	27903,02767	334836,332
	TOP	2256	24,77%	27040,04743	324480,569
	CONJUNTOS	1952	21,43%	23396,3531	280756,237
	TOTAL DEMANDA MENSUAL	9108	100,00%	109167	1310004

4.7. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA:

En relación a los competidores se pueden identificar fabricantes y distribuidores, las encuestas realizadas arrojaron información valiosa sobre la competencia la cual será analizada a continuación

⁹ Dane Censo2005 nacional, Bucaramanga y área Metropolitana

En el grupo de los fabricantes se encuentran empresas con oferta nacional e internacional con una amplia experiencia en el mercado de la ropa interior como Leonisa, Luvet, LCWS Group, trabajan mediante diferentes canales de comercialización como puntos de venta directos, catálogos, internet, vendedor directo, manejan estratos medio alto, cabe destacar que Leonisa, la principal empresa distribuidora de ropa interior en el país, presenta solo un 7%¹⁰ del total de sus ventas derivadas de la comercialización de ropa interior infantil a través de la marca "tiny". Este comportamiento es observado también en las demás empresas y está explicado porque todos sus esfuerzos se concentran en la distribución de ropa interior para dama representado su principal segmento de mercado. Por otro lado se encuentran las empresas locales como Canela y canelita empresa de Bucaramanga, dedicada a la confección de ropa interior infantil y juvenil, posee una gama de prendas tradicionales, su mercado objetivo es la costa atlántica y el eje cafetero, de acuerdo a las entrevistas en diferentes establecimientos existen otras empresas en el mercado local que producen prendas las cuales en algunos casos no poseen marquillas ni etiqueta distintivas estas prendas se caracterizan por un bajo precio, pero en algunas ocasiones texturas y acabados que no son recomendables para este tipo de prendas. A nivel regional no hay una marca que predomine en el mercado de ropa interior infantil debido precisamente al comportamiento explicado anteriormente. Hay un número considerable de empresas que se dedican solo a la comercialización del producto mediante su distribución en este caso muchas veces la empresa fabricante no tiene ningún tipo de contacto con el cliente final, esta falencia de las empresas existentes se puede considerar como ventaja para la nueva empresa, explorando los gustos de los clientes. En la tabla se relacionan las empresas que conforman la competencia nacional.

¹⁰ Internacionalización de Leonisa, 2001, Adolfo Domínguez

Tabla 4. Competencia Nacional

EMPRESA	TIPO	CIUDAD
MADEA DYNAMIC WEAR	DISTRIBUIDOR	MEDELLIN
AIRLAF INTERNACIONAL	DISTRIBUIDOR	BOGOTA
EL PALACIO DEL PANTY	DISTRIBUIDOR	BUCARAMANGA
DISEÑO Y MODA MARIA JOSE	FABRICANTE	SOACHA
LEONISA	FABRICANTE	MEDELLIN
CANELA Y CANELITA	FABRICANTE	BUCARAMANGA
STELLA GONZALES ESPARZA	FABRICANTE	BUCARAMANGA
LUVET	FABRICANTE	BOGOTA
CONFECCIONES SILMARY	FABRICANTE	BOGOTA
INTIMIDADES MARCECI	FABRICANTE	MEDELLIN
TARRAO	FABRICANTE	MEDELLIN
COLOMBIANA DE ROPA INTERIOR FEMENINA CRIF	FABRICANTE	MEDELLIN
COLOMBIANA DE ROPA INTERIOR FEMENINA LIMITADA	FABRICANTE	MEDELLIN
COMERCIALIZADORA DE ROPA INTERIOR FASHION UNDERWEAR LTDA	FABRICANTE	CALI
COMERCIALIZADORA DE ROPA INTERIOR FASHION UNDERWER LTDA	FABRICANTE	ABURRA
COMERCIALIZADORA DE ROPA INTERIOR FEMENINA MUJER VIVAZ LTDA.	FABRICANTE	MEDELLIN
CONFECCION DE ROPA INTERIOR LA GOLONDRINA	FABRICANTE	ANTIOQUIA
CONFECCION DE ROPA INTERIOR LA MEJOR EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO	FABRICANTE	NEIVA
CONFECCION ROPA INTERIOR DICLAS	FABRICANTE	BOGOTA
CONFECCION ROPA INTERIOR Y TEXTILES LIMITADA	FABRICANTE	MEDELLIN
CONFERINTEX	FABRICANTE	MEDELLIN
CONFECCIONES ROPA INTERIOR FEMENINA ABBRHUP	FABRICANTE	CALI
LCWS Group	FABRICANTE	BARRANQUILLA

4.8. ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y COMERCIALIZACION

La estrategia apropiada para poner a funcionar y cumplir los objetivos propuestos en este proyecto, debe ser la estrategia de demanda primaria la cual está diseñada para atraer a los no usuarios, aumentando la disposición de compra mediante la explicación de los beneficios con los que cuenta el producto, haciendo de los nuevos productos atractivos ante el cliente. El punto

fundamental de esta estrategia es influir en la demanda y captar clientes de los competidores

4.8.1. Liderazgo en precios/costos: la fijación de precios es un paso fundamental en esta estrategia ya que es uno de los determinantes en la decisión del comprador, por eso la empresa debe asegurarse que los costos de producción se reduzcan mediante técnicas de operación eficientes y eliminación de despilfarros, esto permitirá ajustar los precios propios frente a los de la competencia

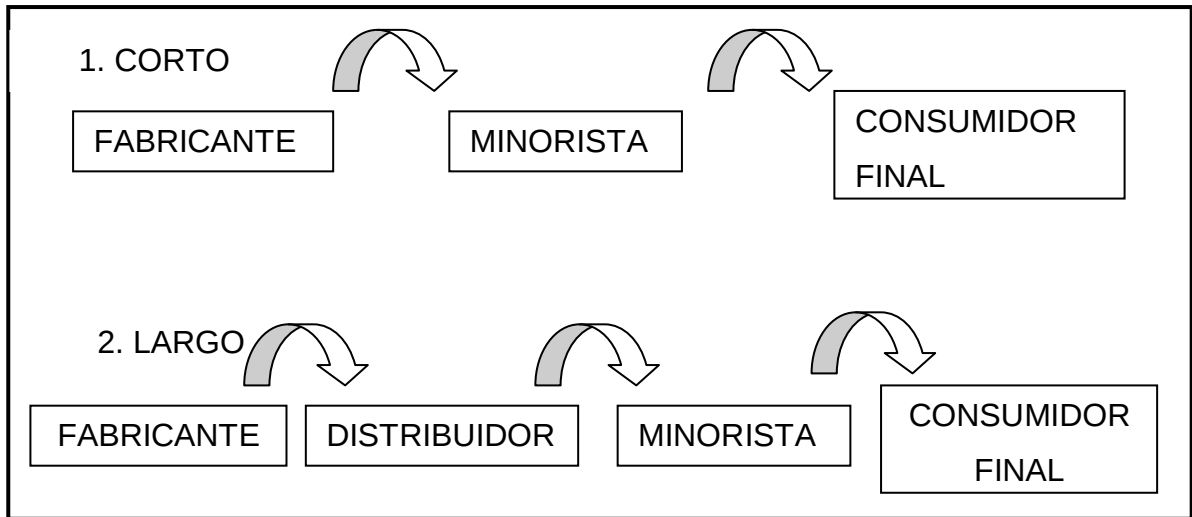
4.8.2. Calidad superior: los productos elaborados por la empresa son con materias primas especialmente seleccionadas de proveedores nacionales que garantizan las composiciones de las mismas. Se maneja un control de calidad en el proceso productivo para evitar imperfectos

4.8.3. Alcanzar a la competencia: superar la calidad basada en mayores beneficios y atributos sobre los de la competencia es de suma importancia para la empresa esto expresado en precios favorables, diseños llamativos, calidad y servicio al cliente oportuno.

4.9. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Las actividades de logística y distribución serán otro punto de la estrategia de mercadeo incluye los canales por los cuales se van a distribuir los productos, las formas de entrega, las alianzas comerciales de venta y todas las actividades relacionadas con el manejo del producto, su cuidado y su llegada al consumidor final. Existen diferentes canales de distribución pero Inicialmente la empresa opto por los siguientes.

Figura 1 Canal de comercialización



4.10. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD:

En esta parte la empresa da conocer a su mercado objetivo, los productos y servicios que ofrece, llegando de manera directa (personal) o indirecta (masiva) al consumidor. Se debe crear una imagen de la empresa y de los productos, para dar cumplimiento a este objetivo la empresa cuenta con una imagen corporativa ya establecida, elaborada por una empresa altamente calificada para este tipo de trabajos imagen corporativa. (ANEXO C)

Tabla 5. Presupuesto publicidad

Descripción	Cantidad	Valor Mensual
Impresión imagen corporativa (tarjetas de presentación, pendón)	1	1.100.000
Imagen corporativa	1	500.000
TOTAL		1600000

- **ANUNCIOS EN INTERNET** la publicidad mediante internet permite establecer contactos en otras ciudades y países gracias al alcance de la web, por medio de anunciadores se puede hacer de forma gratuita.
- **PAGINA WEB** cada vez son más las empresas que se deciden por aparecer en Internet este medio ofrece un gran número de ventajas: Mostrar una imagen en Internet, la página web identifica y define a la empresa, por ello muchas veces es contraproducente el tener una mala página ya que la primera sensación que desprende es que no se preocupan lo suficiente por su imagen. Es una muy buena herramienta de marketing y estrategia comercial para pequeñas y grandes empresas da la posibilidad de hacer negocios y accesibilidad a los productos a nivel mundial Actualmente la página web de la empresa se encuentra en proceso de diseño y construcción.

4.11. ESTRATEGIA DE VENTAS:

Mediante base de clientes potenciales y reales, los asesores comerciales visitan los almacenes y distribuidoras, la empresa maneja muestrario físico de las prendas para que el cliente observe colores, tallaje y textura, y precio, si realiza el pedido, el asesor lo registra en el formato de orden de pedido y lo hace firmar por el cliente. (ANEXO D)

4.12 ESTRATEGIA DE PRECIOS:

Los precios se fijan teniendo en cuenta las características a ofrecer, el mercado que se va a cubrir, el precio de los productos similares, costos de producción, costos de distribución, costos financieros, costos logísticos, costos de publicidad y promoción, salarios. Los objetivos del precio son una consecuencia directa de los objetivos generales de la empresa y deben estar en armonía con estos, los más importantes son: alcanzar un nivel de rendimiento sobre la inversión,

aumentar las utilidades, aumentar la participación en el mercado .Los precios de los productos se describen detalladamente en el capítulo de análisis de costos.

4.13 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE:

Partiendo de la forma de comunicarse con los consumidores (Manera personal o impersonal) y del tipo de producto, se debe desarrollar una estrategia de servicio al cliente que logre satisfacer siempre las necesidades de los mismos y que genere gran valoración de marca. El servicio post venta se aplicara para estar en contacto continuo con los clientes sobre el comportamiento de producto.

4.14 POLITICA DE CARTERA:

- **política de venta** la empresa recibe pedidos mínimos por un valor de 200.000 en el caso de la ciudad de Bucaramanga, para otras ciudades será de 300.000 ya que la empresa corre con los fletes de transporte, solo se enviaran pedidos de menor valor si el cliente asume el valor del flete.
- **Forma de pago:** de acuerdo a los resultados de la investigación de mercados las formas de pago más utilizadas en este sector son el crédito a 30 y 60 días, de acuerdo a ello la empresa optara por pagos de contado incentivados por un descuento atractivo para el cliente y crédito máximo a 30 previo análisis del cliente.(ANEXO E).

5. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y ORGANIZACIONAL

La empresa fue constituida en el mes de mayo de 2008, sin embargo la operación del negocio inicio actividades en el mes de octubre de 2008 debido a los trámites de legalización y adjudicación de los recursos por parte del gerente interventor del fondo emprender, a continuación se presenta la forma como se formó y legalizo la empresa ante la Cámara de Comercio, DIAN e Industria y comercio

5.1 GESTION FUENTES DE FINANCIACION

La autora del proyecto para contar con una fuente de financiación concreta y fiable, solicito ante el fondo emprender del SENA para la financiación del proyecto la suma de \$ 56.900.560 De , los cuales fueron aprobados \$55.513.600 lo que equivale a un 97.56% del valor solicitado a la entidad

Capital de trabajo: la autora del proyecto para dar inicio a las actividades de la empresa apporto un capital de \$500.000

5.2 FORMA DE CONSTITUCION Y LEGALIZACION. La empresa se constituyo e inicio operaciones con los permisos obligatorios ante las entidades correspondientes.

Razón social: BAMBINOS COLLECTION E.U

Registro mercantil: 05-000149937 del 5 de mayo del 2008

Matricula mercantil: 149937

Tipo de sociedad: Empresa Unipersonal

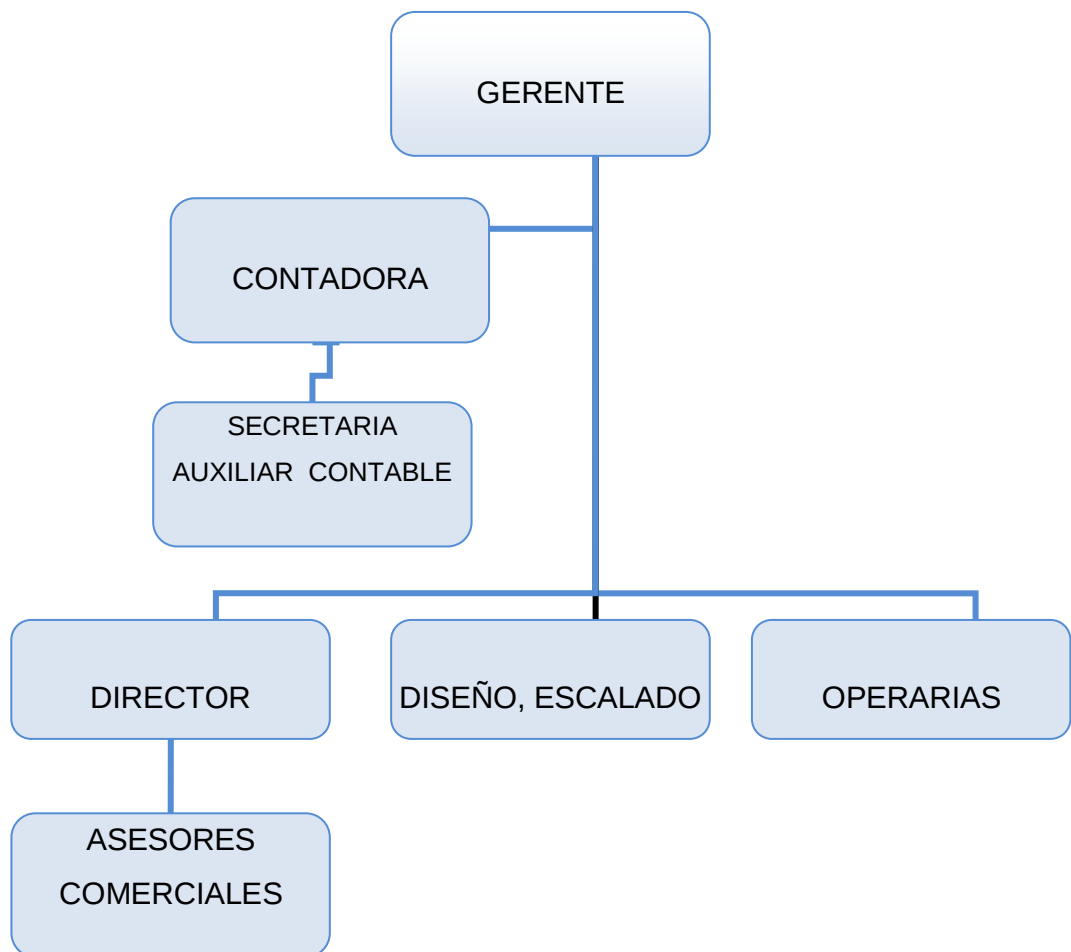
Régimen tributario: COMUN

Dirección principal: (actual) CARRERA 23 # 116-32 piso 2 Bario Provenza

5.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional de Bambinos Collection E.U inicialmente será sencilla debido a los pocos cargos, que se requieren para iniciar la actividad productiva, a medida que la empresa lo requiera se irán aumentando

Figura 2 Organigrama Bambinos Collection E.U



A continuación se describen los cargos de la empresa con sus respectivas funciones

5.3.1 Cargos administrativos. (ANEXO F MANUAL DE FUNCIONES)

- **Gerente:** El gerente es el responsable de la organización y el funcionamiento de la empresa estableciendo las directrices que orientan la organización hacia el cumplimiento de sus objetivos, utilizando herramientas de planificación, organización, dirección y control, así mismo es el coordinador y gestor de todos los recursos de la empresa, humano, financiero, tecnológico, la gerencia está a cargo de la autora de proyecto, desde la gerencia se dan las pautas y directrices para el diseño y la comercialización de los productos.
- **Contador:** Forma parte del área financiera donde se procesa la información tributaria y contable de la empresa para efectos de pagos de impuestos, declaraciones ante la DIAN, estados financieros entre otras, así mismo esta área se encarga de facturación, control de recaudos de cartera, pago de proveedores y nómina.
- **Auxiliar contable:** es el encargado de llevar al día la información contable en los respectivos libros, con el fin de tener balances contables actualizados y fiables.
- **Director comercial:** se encarga de promover y dar a conocer los productos de la empresa mediante estrategias de comercialización y promoción.
- **Asesores comerciales:** se encargan de manejar las ventas, visitar y contactar a los diferentes clientes.

5.3.2 Cargos operativos

- **Diseño, patronaje y escalado:** su función es realizar los nuevos diseños de la empresa basada en tendencias actuales de moda, así mismo realiza el patronaje y escalado de las prendas.
- **Operarios:** son los encargados de realizar el proceso productivo, manejar las maquinas cortadora, plana, collarín, fileteadora, 20w. Además deberán hacer las sugerencias a la dirección en temas de calidad, producción y el mejoramiento de los métodos de trabajo para elevar la productividad

5.4 CONTRATACION PERSONAL

El esquema de contratación de Bambinos Colección se basa en buscar condiciones de empleo sostenible principalmente para población en condiciones de vulnerabilidad madres cabezas de familia, jóvenes, discapacitados etc. Con esta población la empresa busca empleados que llenen los requerimientos y objetivos de la organización.

La empresa ha definido diversos tipos de contratación y vínculos acorde a la necesidad y a las proyecciones de crecimiento de la empresa, todo ajustado al marco de la ley laboral Colombiana

Tipos de contratación: la empresa ha determinado realizar dos tipos de contratos directos para el personal de acuerdo a las necesidades de la empresa

- Contrato de trabajo a término fijo inferior a un año: se contrataría con esta modalidad al personal operativo pues su presencia en la empresa es vital para la operación normal de las actividades principales
- Prestación de servicios: este contrato por prestación de servicios profesionales independientes, se celebra de manera bilateral entre una empresa y una persona especializada en algún tema específico. En este

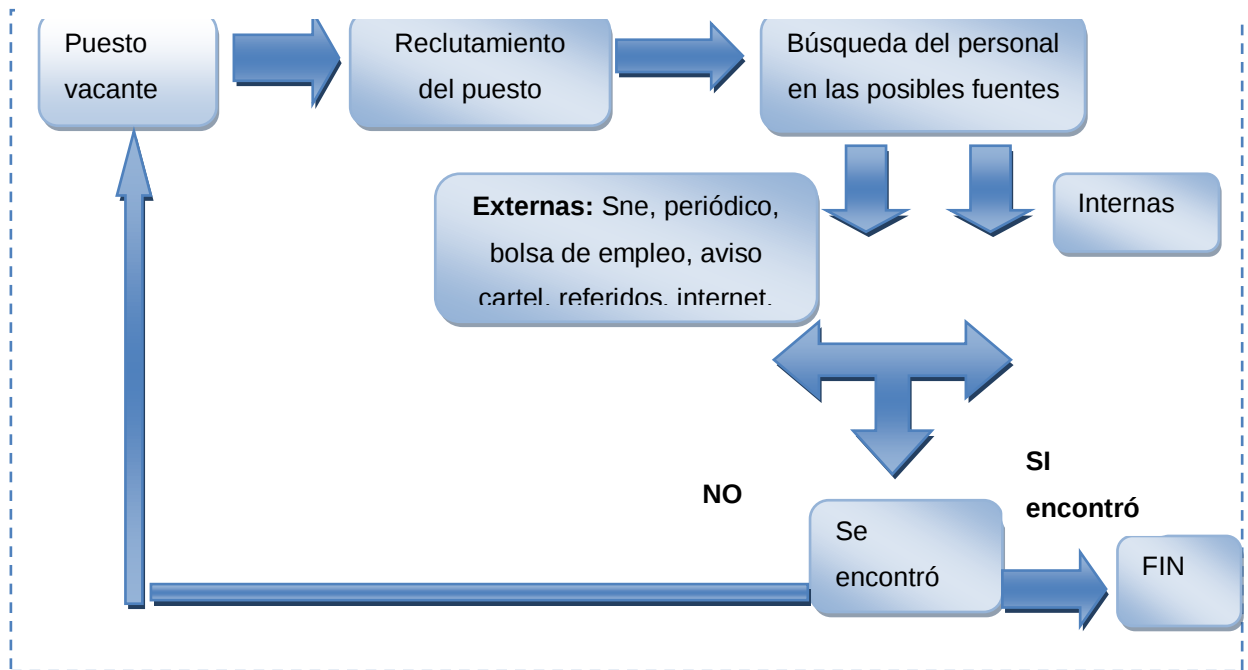
caso y para la empresa es indispensable tener un asesor tributario y financiero en este caso la contadora y la auxiliar contable se contrataran mediante este esquema de prestación de servicios. Para la asignación del salario de la contadora se toma en cuenta el número de horas que el empleado dedicara a labor contable de la empresa y su salario se determinara como proporcional a las horas laboradas, así mismo los vendedores son contratados mediante este esquema.

5.5 PROCESO DE SELECCION DE PERSONAL

Se refiere al proceso que integra la vinculación, mantenimiento, remuneración y bienestar social del factor humano. La selección de personal en la administración está básicamente dirigida a la consecución del talento humano. El proceso de selección consiste en una serie de pasos enfocados a elegir que aspirante se encuentra más apto para ser contratado. La dirección determino para el proceso los siguientes pasos reclutamiento, estudio de hojas de vida, entrevista, selección final

5.5.1 Reclutamiento: Se realiza un reclutamiento basado en posibles personas interesadas en encontrar un empleo, las fuentes utilizadas inicialmente son externas SNE, bolsas de empleo, internet, periódico. Fuentes internas se refiere a los candidatos que previamente tienen sus datos en archivo de la empresa, además del recurso humano existente para motivar a posibles ascensos.

Figura 3 planeación selección de personal



5.5.2 Estudio de hojas de vida: Las hojas de vida que llegan a las instalaciones de la empresa ya sea por medio físico o por internet son analizadas y estudiadas teniendo en cuenta las características principales del cargo, para la selección de los posibles candidatos.

5.5.3 Entrevista y verificación de la información: La entrevista de trabajo se realiza con el objetivo de tener un puente de comunicación con el entrevistado, mediante la entrevista la cual constituye un encuentro cara a cara para corroborar la idoneidad de estas persona para el cargo a ocupar, el proceso consiste en solicitar la información deseada mediante preguntas directas, indirectas, cerradas, abiertas.

5.5.4 Decisión final: Con la información obtenida en cada una de las diversas fases del proceso, se procede a valorar comparativamente los requerimientos del puesto de trabajo con las características de los candidatos, hecho esto se procede a tomar la decisión final.

5.6 MISIÓN

Nuestra empresa está dedicada a brindar comodidad y moda a las niñas a través del diseño, producción y distribución de ropa y accesorios para niñas y niños, a partir de productos modernos, cómodos, y divertidos que están dirigidos a satisfacer las necesidades y expectativas del mercado.

5.7 VISIÓN

Ser reconocidos en el 2013 como una de las empresas líderes en el del sector de la confección infantil a nivel nacional garantizando productos de calidad y cumpliendo las expectativas de los clientes

5.8 VALORES

Los valores que están presentes siempre en nuestra organización son el respeto, la responsabilidad, la honestidad, la lealtad, y el compromiso de hacer cada vez mejor las cosas pensando siempre en la satisfacción de nuestros clientes. Nuestro compromiso es el cumplimiento, laboriosidad y lealtad.

6. GESTION OPERATIVA Y TECNICA

6.1 REQUERIMIENTOS DE RECURSOS PRODUCTIVOS PARA INICIAR OPERACIONES

6.1.1 Maquinaria y equipo (ANEXO G): El primer paso para iniciar las actividades de producción es la compra de la maquinaria, equipos y herramientas necesarios. Con la maquinaria adquirida la empresa contara con una estructura técnica flexible y estará en condiciones de realizar otros tipos de prendas. En el caso que se requiera otro tipo de máquinas para operaciones especializadas se enviaran las prendas a talleres satélite. A continuación se detalla la maquinaria con la que cuenta la empresa para sus labores cabe anotar que todas las maquinas son de tipo industrial y están adaptadas a las normas internacionales de seguridad

- **Maquina cortadora vertical:** Cortadora vertical de 6" industrial marca JONTEX, capacidad de corte de 200-225 capas dependiendo de la tela a utilizar con cable para extensión y base metálica motor incorporado de 110 voltios y roda chinas para fácil desplazamiento sobre la mesa de trabajo.
- **Fileteadora:** Es usada para unir piezas por la excelente resistencia que proporciona su puntada, normalmente trabaja con nylon y en ocasiones con un hilo en la aguja. Cose y corta a la vez, creando un filete.
- **Collarín:** o recubridora utiliza cinco hilos de Nylon y con un recubridor realiza una costura de adorno que tiene la misma apariencia por el revés que por el derecho, usualmente se adorna con un hilo de acetato. La asentadora en cambio utiliza tres hilos nylon. Sirven para envivar con guía, pegar elástico, recubrir elástico cintura o base de top, panty y cachetero.

Esta máquina por su diseño permite utilizar diferentes guías y accesorios para realizar otras operaciones que facilitan y reducen los tiempos de proceso.

- **Maquina plana** Es un maquina de puntada recta y remate, de alta Velocidad, normalmente usada en las primeras operaciones del top y el panty; para unir copas y centros, hacer pespuntos y fijar marquillas.

6.1.2 Accesorios y herramientas: Para el mejor desempeño de la maquinaria se utilizan guías, pies especiales, segadores, fruncidores estos accesorios perfeccionan las operaciones y las agilizan.

Tabla 6. Requerimientos accesorios y herramientas

HERRAMIENTA	MAQUINA	CANTIDAD
Guías sesgo licrado	collarín	1
Guía sesgo aéreo	collarín	1
Guía dobladillo	collarín	1
Guía sesgo 3.5 cm	collarín	1
Guía sesgo 2.5 cm	collarín	1
Guía sesgo 2.5 cm	Plana	1
Fruncidor	fileteadora	1
Pies: fruncidor embone, compensado, invisible, rollito, pañuelo	plana	6
Rollito, ojales, 3 pasos, bordado	20U	3
Pistola para etiquetar		1
Etiquetadora		1
Remachadora		2

6.1.3 Muebles (ANEXO H)

- **Mesa de corte:** para realizar los tendidos, trazos, corte de las telas, diseño, escalado y modelado y en ocasiones el empaque de productos terminados, sus dimensiones son 1.80*2.40*.90 metros hecha en madera y madecor cubierta en formica para el deslizamiento de la maquina cortadora, el espacio real que ocupa es de 1.50* 2.40 ya que tiene una extensión adicional de 30 cm la cual de forma funcional se puede recoger en los momentos que no se requiera.
- **Mesa de planchar:** se utiliza para el planchado y doblado de las prendas sus dimensiones son 1*0.80*.090 metros.
- **Mesa remachadora:** se utiliza para ajustar la maquina remachadora, sus dimensiones son 0.50*0.50*0.90 metros posee en su cubierta cuatro orificios donde se ubican los remaches para facilidad y minimizar tiempos de transporte de materiales.
- **Taburetes y butacas:** sillas de madera utilizadas en el sector de confecciones por diseño deben ser totalmente planas y evitar vibración cuando se esté utilizando la máquina, estas cumplen con este propósito, las butacas de 0.90 metros se utilizan en la remachadora
- **Canastas de almacenamiento de producto en proceso:** de material plástico con orificios, su diseño facilita su almacenamiento para el uso de los espacios se utilizan para almacenar y trasportar prendas en proceso.
- **Parales para moldes y producto terminado:** estructuras metálicas de 1,2, y 3 compartimentos se utilizan para colgar los moldes de esta forma se mantienen ordenados y clasificados para facilitar la búsqueda, otros se utilizan para colgar en ganchos los productos terminados.
- **Estantes:** se cuenta con dos estantes metálicos de 1*0.30*2 metros en ellos se almacenan las materias primas, hilos, hilazas, elásticos, marquillas, cintas, encajes, flores, botones, y accesorios en general.

Se tiene el estante para telas de 2*1*2 metros con capacidad para 3 toneladas y aproximadamente 1500 metros de tela en rollos.

6.1.4 Muebles y equipos área administración y ventas.

Tabla 7. Requerimientos muebles y equipos de administración y ventas

Descripción	cantidad
Escritorio gerente	1
Escritorio dirección comercial	1
Mueble para computador	1
Sillas ejecutivas	2
Sillas auxiliares fijas	4
Archivador	1
Impresora	1
Impresora multifuncional con fotocopiadora y escáner	1
Teléfono fax	1

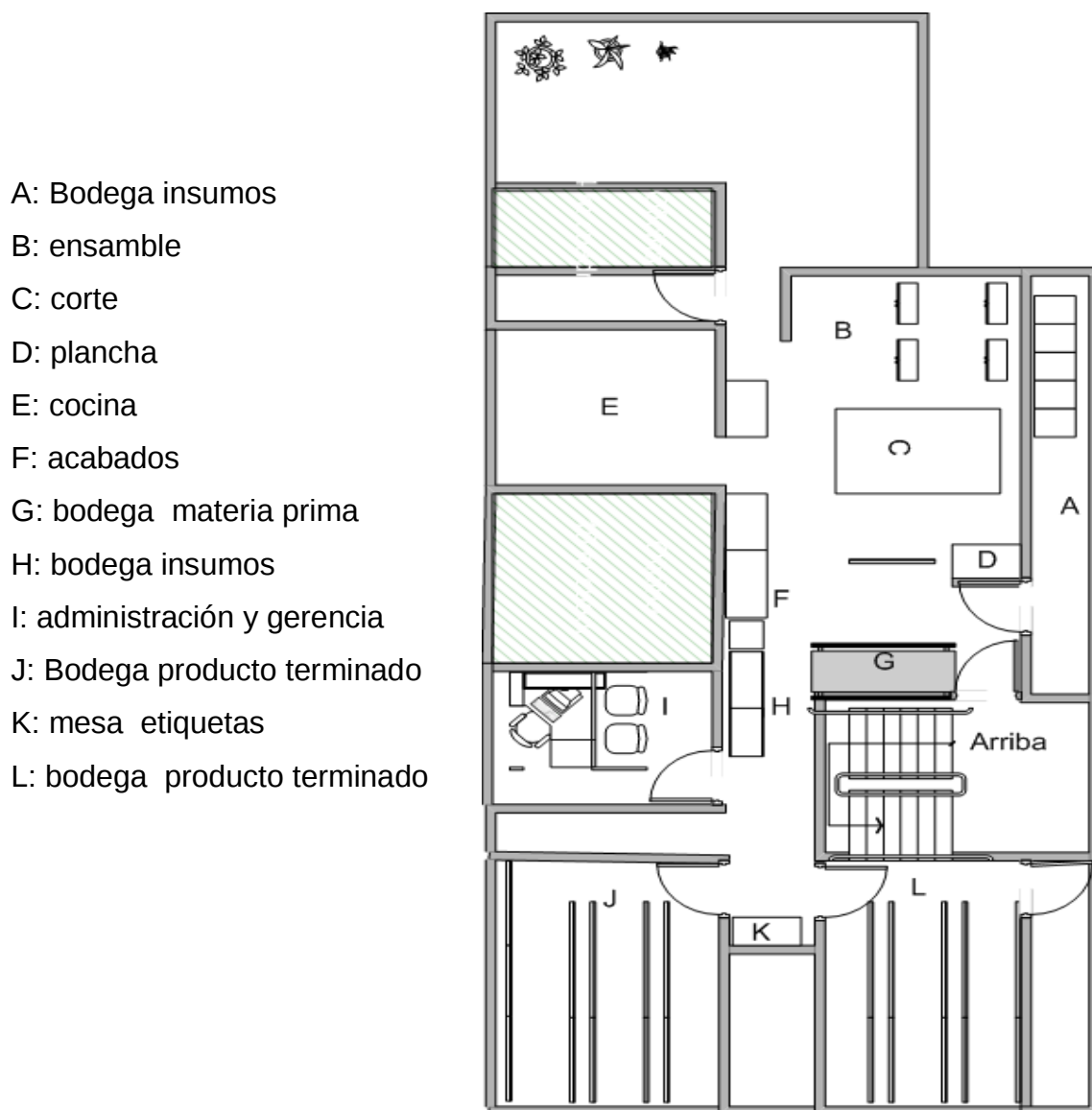
6.2 INSTALACIONES Y UBICACIÓN DE PLANTA

6.2.1 Macro localización: La empresa está ubicada en la ciudad de Bucaramanga, de esta manera se beneficiara el nombre de la ciudad y su trayectoria a nivel nacional e internacional en cuanto a la fabricación de prendas infantiles, gracias a esto se podrá contar con mano de obra calificada y con experiencia.

6.2.2 Micro localización de planta: Para las instalaciones se ha tenido en cuenta diversos factores como el espacio mínimo necesario para la realización de actividades inherentes al proceso de producción, el diseño de la planta física está condicionado por la forma y dimensiones de la bodega inicial, la distribución de planta se diseño para que los productos sigan un recorrido lógico evitando transportes y demoras, además se busco una ubicación de maquinaria y equipos que utilizara los espacios de una forma

eficiente y funcional. El área actual de la empresa es de: largo 30 * ancho 8 * alto 3 metros para un total de 200 metros cuadrados , la planta se encuentra ubicada en la carrera 23 # 116-32 piso 2 del barrio Provenza consta de los servicios de agua, energía eléctrica y teléfono.

Figura 4 Distribución de planta



- **Instalación de maquina cortadora:** exige una instalación especial, ya que por sus características si se maneja de forma errada puede ocasionar accidentes al operario. Por seguridad se instala una guaya aérea con una serie de aros metálicos enganchados a ella, en estos el cable de la maquina se coloca con tensores plásticos que lo sostienen y le dan movilidad, de esta manera el cable se desliza por donde el corte lo requiera, sin ningún inconveniente de enredarse con la cuchilla y ocasionar accidentes.

6.3 REQUERIMIENTOS DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

Para la fabricación de los productos se requieren de diferentes materias primas, en el capítulo anterior se analizaron cuáles de los proveedores de tela elemento fundamental para el producto son los más considerados

Tabla 8. Requerimientos de materias primas

MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	CARACTERISTICAS	PROVEEDOR
TELAS	• Algodón licrado • Algodón doble punto • Barbados	Manufacturas Eliot John Uribe e hijos Comertex Raturbay (fabricatto)
HILOS E HILAZAS	• Fabricados en algodón • Fabricados en poliéster	Surtiadores Hilos e hilazas
ELASTICOS	• Sedal - Invatex	Surtiadores Mil herrajes
MARQUILLAS	• Estampadas y bordadas	Marquillas S.A
ACCESORIOS	• Sesgos • Cintas • flores	Mil herrajes
MATERIAL DE EMPAQUE	• Ganchos • Bolsas plásticas • Cajas de cartón • Etiquetas • Gachos de etiqueta • Cinta pegante	Distriplast Uniplas Marquillas S:A Inversiones Ojara S.A

6.3.1 Compras de materias primas

- **Telas:** la principal materia prima utilizada en el proceso, la compra de materia prima se hace de acuerdo a los pedidos que se realicen, sin embargo algunas telas que son de línea pueden mantenerse en inventario aprovechando las ventajas que dan las empresas por descuentos. Los proveedores entregan la mercancía en las instalaciones de la empresa estos costos de transporte y fletes corren por cuenta del proveedor, se verifican cantidades y colores para reclamaciones posteriores. Las telas son almacenadas y cuidadosamente ubicadas en sitios donde se evite que se deterioren por agentes como el muge y la humedad
- **Hilos e Hilazas:** estos materiales se compran de acuerdo a los colores de telas utilizados en los diferentes diseños, se compran hilos de 5000 yardas equivalente a 4550 metros, las hilazas se compran en promedio de peso de 100 gramos
- **Elásticos, cintas, botones, encajes:** las compras de estos materiales se realiza de acuerdo a los requerimientos se tienen en cuenta los pedidos, se hacen los cálculos necesarios para las unidades
- **Marquillas y etiquetas:** las prendas de vestir deberán incluir la talla de la prenda, de manera indicativa, mientras que la ropa de hogar contendrá las dimensiones, tamaños y formas, de acuerdo con su diseño. Según el reglamento técnico de etiquetado para el sector e las confecciones y marroquinería establece que las prendas de vestir deberán incluir la talla de la prenda, de manera indicativa, instrucciones de lavado y origen de la prenda, las etiquetas y marquillas son elaboradas previamente y en gran cantidad por la empresa MARQUILLAS S.A se posee un inventario de estos materiales. (ANEXO I)
- **Bolsas de plástico, ganchos, cajas de cartón:** materiales empleados para dar al producto protección y presentación.

6.4. MANO DE OBRA DIRECTA

La jornada diaria de producción es de 9 horas de lunes a viernes, el día sábado se laboran 4 horas en la jornada de la mañana. La contratación de personal se realiza dependiendo de los requerimientos de producción, mediante diferentes instituciones como el SENA, el Centro de Desarrollo de la Confección (CDP) y centros educativos que disponen de programas de capacitación en manejo de máquinas especiales (collarín, bordadoras, ojaladoras, encauchadoras entre otras) .

6.5 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Para llevar a cabo la elaboración de las diferentes prendas se realizan las siguientes etapas:

6.5.1 Elaboración de Muestras y Diseños: este proceso requiere de varios pasos:

- **Diseño:** Se realiza los bosquejos de la prenda donde se muestran características físicas y especificaciones de colores, telas y accesorios a utilizar.
- **Modelaje:** se realizan los moldes de las diferentes piezas a partir de moldes básicos o nuevos diseños, este proceso se mediante un programa computarizado llamado Lectra
- **Escalado** el proceso de escalado se realiza en el programa Lectra aumentado o reduciendo el tallaje de los moldes dependiendo de los requerimientos de la empresa. Mediante la utilización de este programa la eficiencia de la tela aumenta considerablemente y se reduce el desperdicio.

6.5.2 Corte: esta actividad se subdivide en tres sub- procesos

- **Tendido** en el tendido se extienden las capas de tela sobre la mesa de corte de acuerdo a la orden de corte respectiva, en la primera capa se

debe colocar papel manila para evitar que las primeras telas se doblen y se dañen.

- **Trazo** previo o después de tender las telas sobre la mesa de corte, se coloca el trazo previamente realizado en el programa Lectra el cual reduce al mínimo el despilfarro de tela este se asegura con alfileres para evitar que las piezas se muevan.
- **Corte** Se corta la tela con la cortadora vertical, siguiendo el trazo establecido en el papel.

6.5.3 Selección y etiquetado: Se seleccionan las piezas cortadas en paquetes, estableciendo referencia, talla y cantidad, se etiqueta cada bloque de tela con numeración consecutivo esto para que haya un orden en el momento del ensamble de las prendas y en muchos casos para diferenciar tonos de tela

6.5.4 Bordado – Estampado: De acuerdo al diseño previo de la prenda, la pieza específica se somete al proceso de bordado o estampado, para nuestro caso estos procesos se subcontratan con empresas que presten estos servicios.

Por otra parte están las prendas con diseñadas con accesorios esta opción de decoración para la empresa será figuras elaboradas con retazos de tela lo cual tiene como ventaja evitar el desperdicio de material.

6.5.5 Ensamble: Las piezas previamente cortadas, bordadas o estampadas pasan a ser armadas en las diferentes maquinas, dependiendo del diseño se realiza la secuencia de las operaciones este proceso está dividido en tres operaciones

- Filete
- Collarín
- Plana:

6.5.6 Terminados: esta operación se divide en:

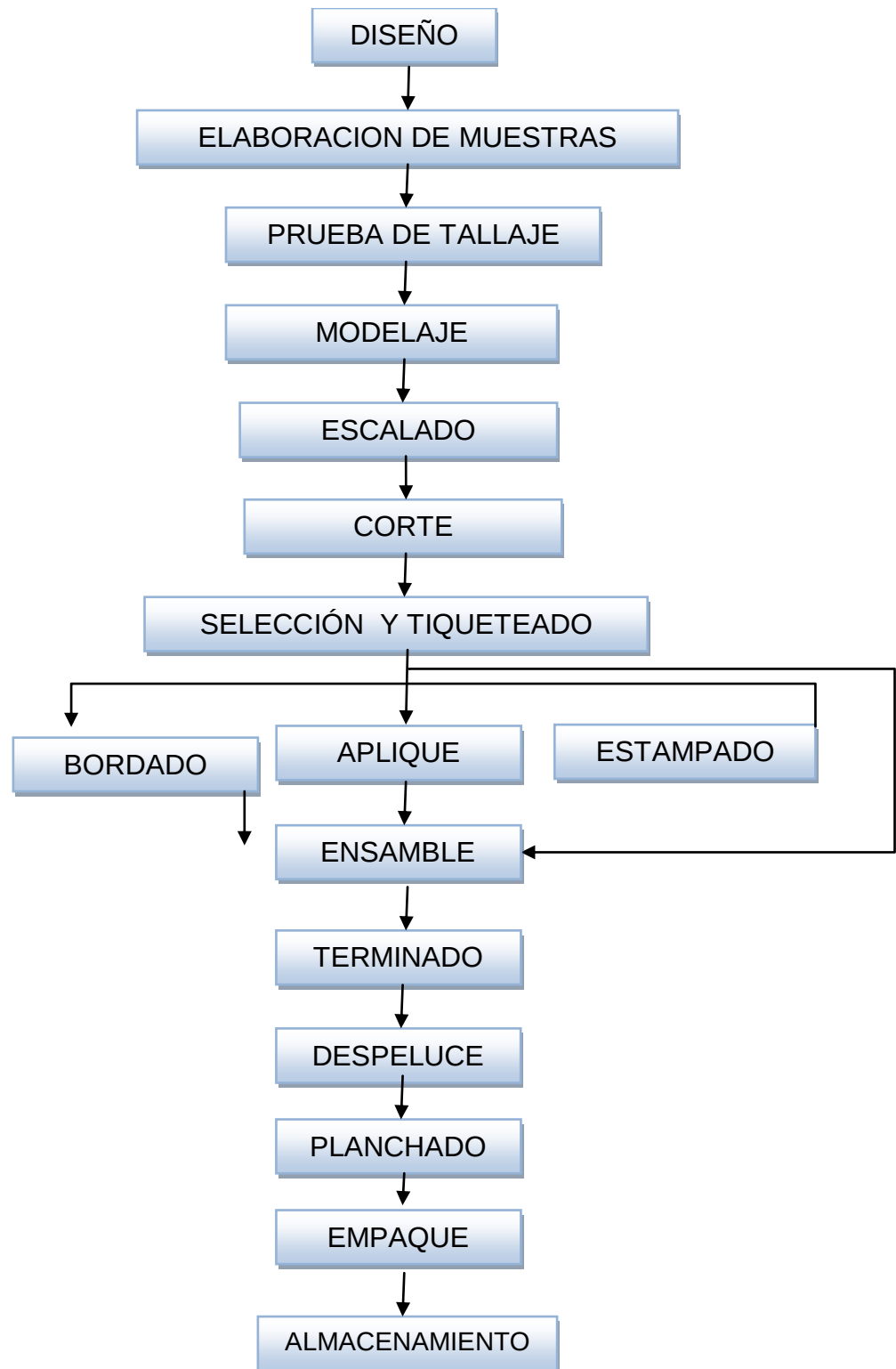
- **Despeluce** Se eliminan los sobrantes de hilos y en ocasiones de tela de la prenda con tijeras y despeluzadores, esta parte de la operación sirve para verificar la calidad de las prendas, ya que la persona encargada la revisa cuidadosamente para garantizar que la prenda quede limpia de orillos de tela y hebras sobrantes, esta notara si hay desperfectos en la prenda para devolverla a la operación correspondiente para que el error sea corregido.
- **Planchado:** utilizando una plancha a vapor industrial, se realiza esta operación que sirve también como control de calidad, ya que el operario encargado detalla la prenda en forma completa mientras realiza la operación.
- **Empaque.** En esta sección se doblan las piezas se coloca etiqueta y accesorios se cuelgan en ganchos o doblan y se empacan en bolsas de polietileno.

6.5.7. Almacenamiento. Luego del proceso de empaque las piezas quedan listas para distribuir a los clientes o almacenar en los estantes.

A continuación se presenta el diagrama general del proceso productivo.

6.5.8 Diagramas de flujo: los diagramas de flujo se presentan para cada uno de los productos que se producirán en estos se especifican las operaciones que deben realizarse y los tiempos que ellas emplean (ANEXO J)

Figura 5 Diagrama general del proceso productivo



7. ANALISIS DE COSTOS E INVERSIONES

Para dar inicio a las actividades de la nueva empresa es necesaria la compra de la maquinaria, equipos muebles y enseres necesarios, además de hacer las respectivas adecuaciones de la planta para el inicio de operaciones. Para usar los recursos de la mejor manera se realizaron cotizaciones en diferentes empresas, se tuvieron en cuenta los precios, la garantía, marca y condiciones de pago. Se tomo una decisión comparando las respectivas cotizaciones y se escogió la que más se ajustara al presupuesto y necesidades de la empresa. A continuación se muestra la inversión total que se realizara en estos rubros

Tabla 9. Presupuesto maquinaria

PRESUPUESTO DE MAQUINARIA, MUEBLES Y ENSERES		
1. MAQUINARIA		
Ítem	Cantidad	Valor
Collarín Siruba	1	2700000
Plana Siruba	1	1000000
Fileteadora Pegasus	1	2600000
20 U Pfaff	1	1750000
Cortadora Vertical Jontex	1	980000
Plancha	1	50000
Remachadora	1	150000
VALOR DE MAQUINARIA		9230000
Presupuesto inicial		15833600
Presupuesto disponible		6603600

Tabla 10. Presupuesto muebles

2. MUEBLES		
Ítem	Cantidad	Valor
Escritorio	2	620000
Silla Ejecutiva	2	520000
Silla Fija	4	240000
Archivador	1	170000
Mesa de Corte	1	550000
Mesa Remachadora	1	80000
Mesa Planchar	1	40000
Butacas y Taburetes	4	80000
VALOR DE MUEBLES		2300000
Presupuesto inicial		2500000
Presupuesto disponible		200000

Tabla 11. Presupuesto herramientas y accesorios

3. HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS		
Ítem	Cantidad	Valor
Guante De Seguridad Corte	1	185600
Tijeras	4	130000
Etiquetadora	1	50000
Pistola Etiquetas	1	40000
Pies Maquinaria	5	35000
Alfileres	3	2500
Despeluzadores	5	10000
Carreteles	20	10000
Sesgador	1	30000
Agujas	20	80000
Varios	1	77900
Guía Collarín	3	210000
Papelería y Herramientas de Oficina	1	349000
VALOR HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS		1210000
Presupuesto inicial		1210000
Presupuesto disponible		0

Tabla 12. Presupuesto equipo de oficina

4. EQUIPO DE OFICINA		
Ítem	Cantidad	Valor
Impresora Multifuncional	2	522000
Computador*	2	0
Impresora *	4	
Teléfono	1	150000
VALOR EQUIPO DE OFICINA		672000
Presupuesto inicial		1162000
Presupuesto disponible		490000

Tabla 13. Presupuesto adecuaciones e instalaciones

5. ADECUACIONES E INSTALACIONES		
Ítem	Cantidad	Valor
Eléctrica	2	600000
Cortadora	2	250000
Oficina	4	1750000
VALOR ADECUACIONES E INSTALACIONES		2600000
Presupuesto inicial		2600000
Presupuesto disponible		0

7.1 DETERMINACION DEL COSTO DE PRODUCCION

Para la cuantificación de los costos de producción se tendrán en cuenta los tres elementos fundamentales, material directo, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación adicionalmente están los gastos de administración y ventas que también serán tenidos en cuenta, la asignación de costos se hace por el método costeo total.

Para determinar los costos indirectos de fabricación se fijara como unidad más conveniente las HMOD.

7.1.1 Mano de obra directa: El costo mensual fijo de nomina incluye el salario de la operaria y la diseñadora, en nuestro caso la operaria hace parte de la mano de obra directa, el salario de la diseñadora se tomara un 60 % mano de obra directa ya que realiza varias operaciones productivas. En total mensualmente se labora 192 horas, diariamente hay dos descansos que suman 30 minutos al multiplicarse por los días laborales nos daría un total de 13 horas entonces las horas de producción se reducen a 179 horas mensuales para cada operario La autora del proyecto se dedicara un 50% a labores de producción y el restante a labores administrativas, el presupuesto mensual de horas de producción para las dos empleadas contratadas directas sumaria 307.2 horas mensuales e incluyendo a la autora del proyecto tendríamos 403.2 horas mensuales

Costo HMOD operaria $516500/192 \text{ horas} = 2690.10 \text{ \$/HMOD}$

$2690.10 / 60 = 44.83$ (minuto mano de obra directa)

Costo HMOD diseñadora $650.000/229 \text{ horas} = 3385.41 \text{ \$/HMOD}$

$3385.41 \text{ \$/HMOD} / 60 = 56.42$ (minuto mano de obra directa)

7.1.2 Costos indirectos de fabricación

- DEPRECIACION La depreciación se hace en línea recta

Tabla 14. Depreciación maquinaria, muebles y enseres

Ítem	Valor Inicial(Pesos)	Vida Útil (Meses)	Depreciación Mensual
Maquinaria	9.230.000	120	\$ 76.9167/ mes
Muebles	2.300.000	60	\$ 38.337/mes
Equipo De Oficina	672.000	60	11.200/mes

- **Mano de obra indirecta**

DISEÑADORA 40%: 260.000

PRESTACIONES SOCIALES: El valor de las prestaciones sociales se estima en el 52% del salario

Prestaciones sociales operaria: 268.580

Prestaciones sociales diseñadora: 135.200

- **Arrendamiento y servicios públicos:**

El valor del arrendamiento es de 650.000 e incluye los servicios de agua y energía eléctrica, en este caso se tomara para el área de producción un 80% del valor total del arrendamiento \$520.000

- **Pagos varios**

Notaria y certificado: \$5200/ mes

Matricula mercantil: 24000¹¹/año=\$2000/ mes

Industria y comercio: 10.300=\$860/mes

- **Materiales indirectos** (hace referencia al presupuesto realizado para un mes)

Papel manila: \$5000

Tintura industrial: \$2000

Hilos e hilazas: \$ 10000

Herramientas: \$2000

Tiques: \$5000.

¹¹ <http://www.sintramites.com/sintramites/tarifas.htm>

Tabla 15. Costos indirectos de fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	
Materiales indirectos	24000
Mano de obra indirecta	663.780
Arrendamiento y servicios	520.000
Pagos varios	8060
Depreciación	126.453
TOTAL	1.342.293

Total costos indirectos de fabricación presupuestados: 1.42.293

Como unidad para expresar el nivel de operación presupuestado se toma las HMOD 366.4 horas mensuales, ya que es de fácil entendimiento y aplicación en nuestro caso.

Tasa predeterminada= $(CIF(P)/N.O.P)$

Tasa predeterminada = $(1.342.293/403.2)$

Tasa predeterminada = 3.329 /HMOD

Tasa predeterminada en minutos= $4.326 /60= \$55.48$

Esto indica que por cada hora de mano de obra directa se debe aplicar al producto en el costo total \$3.329 o 55.48 por cada minuto de mano de obra directa.

7.1.3 Gastos de administración y ventas

Tabla 16. Presupuesto gastos de administración y ventas

GASTOS	
Arrendamiento y servicios	130.000
Teléfono e internet	30.000
Papelería e insumos	30.000
Asesoría contable y tributaria	200.000
Imprevistos	25.000
TOTAL	415.000

Tasa Predeterminada= (CIF(P)/N.O.P)

Tasa Predeterminada= (415.000/480.9)

Tasa Predeterminada= 1.029 /HMOD

Tasa Predeterminada en Minutos= 862.96 /60= \$ 17.15

7.1.4 Materiales: Para determinar los costos de los materiales a cada producto se relacionan las cantidades absorbidas en el proceso de producción, adicional se determina el costo por producto. (ANEXO I).

- **PANTY**

Tabla 17. Materiales Panty

MATERIAL	UNIDADES	COSTO (\$ pesos)	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$ pesos)
Tela	metros	7100	0,10	710
Estampado	unidades	250	1	250
Etiqueta	unidades	40	1	40
Marquillas	unidades	30	1	30
Bandera	unidades	18	1	18
Empaque	unidades	80	1	80
Caucho	metros	400	0.40	160
Costo Material Directo				1288

Tabla 18. Costo total de producción panty

COSTO TOTAL DE FABRICACIÓN	TIEMPO¹² (MINUTOS)	COSTO (\$ pesos)
Costo Mano De Obra	6.21	314.39
Costo Material Directo		1288
Costos Indirectos De Fabricación	6.21	344.53
Gastos Administración y Ventas	6.21	106.50
Costo total de producción		2.053

¹² Tabla tiempos de producción

- TOP

Tabla 19. Materiales Top

MATERIAL	UNIDADES	COSTO (\$ pesos)	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$ pesos)
Tela	Metros	7.100	0,085	603.5
Bordado		250	1	250
Encajes Elásticos	Metros	300	0.50	150
Encajes Rígidos	Metros	300	0,3	90
Etiqueta	Unidades	40	1	40
Hebillas	Unidades	40	2	80
Marquillas	Unidades	30	1	30
Empaques	Bolsas	80	1	50
Costo Material Directo				1293

Tabla 20 Costo total de producción Top

COSTO TOTAL DE FABRICACIÓN	TIEMPO (MINUTOS)¹³	COSTO (\$ pesos)
Costo Mano De Obra	7.2	364.51
Costo Material Directo		1293
Costos Indirectos De Fabricación	7.2	995
Gastos Administración y Ventas	7.2	555
Costo total de producción		1842

¹³ Tabla tiempos de producción

- **CACHETERO**

Tabla 21. Materiales Cachetero

MATERIAL	UNIDADES	COSTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO
Tela	metros	7100	0,1	994
Estampado	unidades	250	1	250
Etiqueta	unidades	40	1	40
Marquillas	unidades	30	1	30
Bandera	unidades	18	1	18
Empaque	unidades	80	1	80
Caucho	metros	400	0.40	160
COSTO MATERIAL DIRECTO				1572

Tabla 22. Costo total de producción cachetero

COSTO TOTAL DE FABRICACIÓN	TIEMPO (MINUTOS)¹⁴	COSTO
costo mano de obra	8.23	416.65
costo material directo		1572
costos indirectos de fabricación	6.21	344.53
Gastos administración y ventas	6.21	106.50
Costo total de producción		2.439

¹⁴ Tabla tiempos de producción

7.2 DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA

El precio de venta se determinó de acuerdo al margen de ganancia que la empresa desea de cada producto, se tuvo en cuenta los precios de la competencia, estableciendo un precio razonable para el tipo de productos ofrecido. Para este caso se realizaron los costos de las cuatro referencias base de la producción, cabe anotar que los precios de las nuevas referencias dependerán de los materiales y accesorios que lleven

Tabla 23. Precio venta de productos

PRODUCTO	COSTO	% DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA
Panty	1288	90%	2500
Top	1842	90%	3500
Cachetero	2439	60%	3900
Conjunto Top Panty	3130	80%	5600
Conjunto Top Cachetero	4281	50%	6450

8. FINANZAS

De acuerdo a los formatos financieros del proyecto 21164¹⁵ del fondo emprender la empresa realizo las proyecciones de ingresos y egresos.

La justificación en las ventas está sustentada en el esfuerzo del personal de mercadeo y ventas para dar a conocer los productos, desde el primer año de producción. Por medio de publicidad y promoción de ventas en donde se hará presencia en diferentes eventos de mercadeo como ferias y exposiciones por otra parte el incremento en las proyecciones de ventas también se verá reflejado en la penetración de otros mercados del departamento y a nivel nacional.

Las proyecciones se realizan teniendo en cuenta la existencia de cinco referencias de productos, a medida que la empresa se expanda se ampliara el portafolio de productos, las proyecciones se realizan para los primeros cinco años de operación de la empresa.

8.1 INGRESOS PROYECTADOS

8.1.1. Variables macroeconómicas para la evaluación del proyecto

Tabla 24. Variables macroeconómicas

Variable		2008	2009	2010	2011	2012
Inflación	%	4,70%	4,20%	4,53%	3,84%	3,68%
Devaluación	%	6,00%	4,80%	1,70%	0,80%	2,80%
PAGG	%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
IPP	%	3,00%	3,00%	4,45%	3,63%	3,52%
Crecimiento PIB	%	4,00%	4,00%	5,00%	4,50%	4,50%
DTF T.A.	%	7,00%	7,00%	8,72%	7,74%	7,09%

¹⁵ INGRESOS <http://www.fondoemprender.com/fonade/Proyecto>

8.1.2. Ingresos proyectados

Tabla 25. Ingresos proyectados

Precio/Producto	Un.	2008	2009	2010	2011	2012
Precio Producto 1	\$ / unid.	2.600	2.860	3.146	3.461	3.807
Precio Producto 2	\$ / unid.	3.590	3.949	4.344	4.778	5.256
Precio Producto 3	\$ / unid.	3.900	4.290	4.719	5.191	5.710
Precio Producto 4	\$ / unid.	5.600	6.160	6.776	7.454	8.199
Precio Producto 5	\$ / unid.	6.450	7.095	7.805	8.585	9.443
Unidades Vendidas/ Producto						
Ventas Producto 1	Unid.	3.700	5.550	9.435	14.153	16.983
Ventas Producto 2	Unid.	3.350	5.025	7.538	11.306	13.568
Ventas Producto 3	Unid.	3.248	4.872	7.308	10.962	13.154
Ventas Producto 4	Unid.	1.401	2.102	3.152	4.728	5.674
Ventas Producto 5	Unid.	1.401	2.102	3.152	4.728	5.674
Total Ventas						
Precio Promedio	\$	3.908,1	4.298,9	4.671,3	5.138,5	5.652,3
Ventas	Unid.	13.100	19.650	30.585	45.878	55.053
Ventas	\$	51.195.750,0	84.472.987,5	142.872.489,4	235.739.607,5	311.176.281,9

8.2 INGRESOS REALES

Como antes se ha mencionado la empresa inicio actividades preparativas en el mes de agosto, durante agosto y septiembre se adecuaron las instalaciones, compro la maquinaria , muebles y enseres, se realizó la selección y contratación del personal, a partir del mes de octubre se inició la primera colección de prendas con el apoyo de la diseñadora .

Los ingresos de la empresa son generados por las ventas, la actividad de mercadeo inicio en el mes de octubre, y para los meses de noviembre y diciembre se obtuvieron ventas por 4.308.000,0, como se muestra en la siguiente tabla

Tabla 26. Ventas a diciembre del 2008

Precio Por Producto		
Precio Producto 1	\$ / unid.	2.500
Precio Producto 2	\$ / unid.	3500
Precio Producto 3	\$ / unid.	3900
Precio Producto 4	\$ / unid.	5600
Precio Producto 5	\$ / unid.	6450
Unidades Vendidas por Producto		
Ventas Producto 1	Unid.	430
Ventas Producto 2	Unid.	324
Ventas Producto 3	Unid.	295
Ventas Producto 4	Unid.	82
Ventas Producto 5	Unid.	76
Total Ventas		
Ventas	\$	4.308.900,00

8.3 EGRESOS

A continuación se describe los gastos proyectados para el proyecto durante los primeros 5 años.

9.3.1 Gastos operacionales: Son la sumatoria de los gastos de venta y los de administración

9.3.2 Gastos de venta: Se determinan de acuerdo al volumen de ventas y corresponden al 8% del total de las ventas anuales, el valor a invertir en publicidad corresponde al 3% del total de las ventas anuales.

Tabla 27. Gastos de venta

GASTOS DE VENTAS					
ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COMISIONES	4.041.940	6.669.201	11.004.182	18.156.900	23.967.108
PUBLICIDAD*	1.500.000	1.602.432	2.057.523	2.641.859	3.392.147
TOTAL	5.541.940	8.271.633	13.061.704	20.798.759	27.359.255

9.3.3 Servicios públicos

Tabla 28. Servicios públicos

CONCEPTO	VALOR/MES	% ADMON	VALOR MES	VALOR AÑO 1
Arriendo	500.000	0,2	100.000	1.200.000
Agua	30.000	0,3	9.000	108.000
Luz	105.000	0,2	21.000	252.000
Telefonía e internet	30.000	1,0	30.000	360.000
Total	665.000		160.000	1.920.000

8.3.4 Gastos de administración y ventas

Tabla 29. Gastos de administración y ventas

GASTOS ADMINSTRACION Y VENTAS					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nómina Administrativa	16.116.000	17.244.120	18.451.208	19.742.793	21.124.788
servicios administración	1.920.000	2.054.400	2.198.208	2.352.083	2.516.728
Comisiones ventas	4.041.940	6.669.201	11.004.182	18.156.900	23.967.108
suministros de oficina	30.000	32.100	34.347	36.751	39.324
Otros Gastos Administración	50.000	53.500	57.245	61.252	65.540
Otros Gastos Ventas	50.000	53.500	57.245	61.252	65.540
Otros (publicidad% Ventas)	1.500.000	1.602.432	2.057.523	2.641.859	3.392.147
TOTAL	23.707.940	27.709.253	33.859.958	43.052.890	51.171.175

8.4 EGRESOS PROYECTADOS

Tabla 30. Egresos proyectados

EGRESOS PROYECTADOS						
Costos Unitarios Materia Prima		2008	2009	2010	2011	2012
Costo Materia Prima Producto 1	\$ / unid.	1.288	1.391	1.502	1.623	1.752
Costo Materia Prima Producto 2	\$ / unid.	1.293	1.396	1.508	1.629	1.759
Costo Materia Prima Producto 3	\$ / unid.	1.572	1.698	1.834	1.980	2.139
Costo Materia Prima Producto 4	\$ / unid.	2.581	2.787	3.010	3.251	3.511
Costo Materia Prima Producto 5	\$ / unid.	1.865	2.014	2.175	2.349	2.537
Costos Unitarios Mano de Obra						
Costo Mano de Obra Producto 1	\$ / unid.	314	330	347	364	382
Costo Mano de Obra Producto 2	\$ / unid.	365	383	402	422	443
Costo Mano de Obra Producto 3	\$ / unid.	417	437	459	482	506
Costo Mano de Obra Producto 4	\$ / unid.	679	713	749	786	825
Costo Mano de Obra Producto 5	\$ / unid.	731	768	806	846	889
Costos Variables Unitarios						
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ / unid.	1.559,7	1.684,5	1.807,7	1.952,3	2.108,5
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$ / unid.	436,1	457,9	475,9	499,7	524,7
Materia Prima y M.O.	\$ / unid.	1.995,8	2.142,4	2.283,7	2.452,1	2.633,2
Costos Producción Inventariable						
Materia Prima	\$	20.431.852	33.099.600	55.288.931	89.568.068	116.080.217
Mano de Obra	\$	5.713.041	8.998.039	14.556.654	22.926.730	28.887.680
Materia Prima y M.O.	\$	26.144.893	42.097.639	69.845.585	112.494.799	144.967.897
Depreciación	\$	2.158.400	2.158.400	2.158.400	2.158.400	2.158.400
Agotamiento	\$	0	0	0	0	0
Total	\$	28.303.293	44.256.039	72.003.985	114.653.199	147.126.297
Margen Bruto	\$	44,72%	47,61%	49,60%	51,36%	52,72%
Gastos Operacionales						
Gastos Administración	\$	23.707.940	27.709.253	33.859.958	43.052.890	51.171.175
Total Gastos	\$	23.707.940	27.709.253	33.859.958	43.052.890	51.171.175

8.5 EVALUACION FINANCIERA DE PROYECTO

A continuación se realiza el análisis financiero del proyecto mediante diferentes herramientas:

9.5.1 El flujo de caja: Herramienta fundamental a la hora de hacer la evaluación financiera se toman dos entradas, los ingresos generados por las ventas y el presupuesto de egresos de acuerdo al presupuesto de gastos (materiales, nomina, insumos).

Al final del flujo de caja se sabrá si al restar de los ingresos los egresos se tiene liquidez o iliquidez, también se obtiene la rentabilidad el negocio y el punto de equilibrio donde las ventas cubrirán los costos en que se incurre por ventas, además aparece el rubro de la inversión inicial.

Tabla 31. Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Utilidad Operacional		-1.938.945	10.753.530	34.037.542	73.138.152	106.508.602
Depreciaciones		2.158.400	2.158.400	2.158.400	2.158.400	2.158.400
Amortización Gastos		0	0	0	0	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		99.547	64.706	113.555	180.575	146.682
Impuestos		0	-10.500	-3.763.735	-11.913.140	-25.598.353
Neto Flujo de Caja Operativo		319.002	12.966.135	32.545.761	63.563.987	83.215.331
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar		-4.977.365	-3.235.287	-5.677.729	-9.028.748	-7.334.121
Variación Inv. Mat Primas e insumos		2.297.346	-1.055.646	-1.849.111	-2.856.595	-2.209.346
Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		1.320.696	-664.698	-1.156.164	-1.777.051	-1.353.046
Var. Anticipos y Otros C X C		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	-1.359.323	-4.955.630	-8.683.005	-13.662.393	-10.896.513
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-10.440.000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-2.300.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-3.272.000	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-16.012.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-16.012.000	-1.359.323	-4.955.630	-8.683.005	-13.662.393	-10.896.513
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	55.513.600					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0

Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados		0	584.833	-2.096.938	-6.637.321	-14.261.940
Capital	500.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	56.013.600	0	584.833	-2.096.938	-6.637.321	-14.261.940
Neto Periodo	40.001.600	-1.040.320	8.595.338	21.765.818	43.264.273	58.056.879
Saldo anterior		33.501.600	32.461.280	41.056.618	62.822.436	106.086.709
Saldo siguiente	40001600	32461280	41056618	62822436	106086709	164143588

8.5.2 Criterios de evaluación financiera

Los principales indicadores para la evaluación de un proyecto son

- **TIR: tasa interna de retorno:** Se define como la tasa de interés que hace equivalentes los ingresos y los egresos de un proyecto, se debe tener en cuenta que la inversión inicial es el primer egreso que se identifica, para su análisis la TIR debe ser superior al costo de capital así se considerara que el proyecto es rentable
- **VPN: valor presente neto:** Se define como el valor que resulta de restar el valor presente de los futuros flujos de caja de un proyecto, el valor de la inversión inicial, estos valores se consideran negativos mediante su descuento a una tasa o costo de capital adecuado al valor temporal del dinero y al riesgo de la inversión, según el criterio del VPN una inversión se recomienda cuando este valor es mayor que cero. Bajo los criterio de la TIR y el VPN el análisis puede resultar contradictorio en ocasiones cuando se hace la comparación entre diferentes alternativas de inversión, en nuestro caso esto no sucede ya que solo se evaluó un proyecto
- **Periodo de recuperación de capital r:** Numero de periodos requeridos para recuperar el capital invertido en el proyecto

Tabla 32. Criterios de decisión financiera

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	20%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	27,48%
VAN (Valor actual neto)	15.620.291
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,83
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	4 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	99,11%

8.5.3 Análisis de la evaluación financiera del proyecto: Las conclusiones después de hallar los diferentes indicadores son:

1. El valor presente neto es mayor que cero así que es recomendable invertir en el proyecto
2. La TIR $\geq$ to a la que aspira el emprendedor o inversionista, esto indica que la inversión en el proyecto es suficiente para compensar el costo de oportunidad del dinero y además producir rendimiento adicional.
3. La recuperación de la inversión corresponde a un periodo de 1. 83 años o aproximadamente 21 meses.

8.5.4 Análisis de la evaluación financiera del proyecto: para el análisis de sensibilidad se plantean varios escenarios posibles en los cuales se toman como principales variables de entrada las ventas y los costos de producción a continuación se muestran los resultados en cada escenario

Tabla 33. Análisis de sensibilidad

ANALISIS DE SENSIBILIDAD TIR VS VPN		
Condición	VPN	TIR
Aumento en las ventas en un 5 %	23.006.895	30,79%
Normal	15.620.291	27,48%
Reducción en las ventas de un 5 %	8.233.688	24,03%
Reducción en las ventas de un 5 % y aumento en los costos de un 5%	1.514.842	20,75%
Reducción en ventas de un 4 %y aumento en los costos de producción de un 8%	5.536.271	22,72%
Aumento en los costos de producción de un 5%	8.547.822	24,16%
Reducción en las ventas de un 5 % con recursos financiados en un 100%	7.424.114	23,63%
Reducción en las ventas de un 5% proyecto financiado con recursos propios en un 100%	8.240.979	24,03%

Se presenta variaciones moderadas y proporcionales según el factor independiente como las ventas y los costos de producción, para ninguno de los escenarios posibles el valor del VPN dio inferior o igual a cero sin embargo vemos que un aumento en los costos de producción y reducción en las ventas nos puede generar una reducción significativa del VPN.

Los estados financieros se proyectaron para un periodo de 5 años, en ellos se muestra el comportamiento de la empresa, es importante destacar en el estado de resultados los valores negativos en las utilidades, esto implican que para el primer año no se tendrá ganancia, para los años siguientes se observa un aumento en las cifras, mientras que la empresa busca estabilidad. En cuanto al balance general proyectado durante los 5 años se observa un incremento en el patrimonio y un detalle de los pasivos y activos del negocio.

Tabla 34. Balance general proyectado

BALANCE GENERAL	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Activo Corriente						
Efectivo	33.501.600	32.461.280	41.056.618	62.822.436	106.086.709	164.143.588
Cuentas X Cobrar	0	4.977.365	8.212.652	13.890.381	22.919.129	30.253.250
Provisión Cuentas por Cobrar		-99.547	-164.253	-277.808	-458.383	-605.065
Inventarios Materias Primas e Insumos	4.000.000	1.702.654	2.758.300	4.607.411	7.464.006	9.673.351
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	2.500.000	1.179.304	1.844.002	3.000.166	4.777.217	6.130.262
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	0	0	0	0	0	0
Amortización Acumulada	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados Neto	0	0	0	0	0	0
Total Activo Corriente:	40.001.600	40.221.055	53.707.318	84.042.586	140.788.678	209.595.387
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Depreciación Acumulada Planta		0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios Neto	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación	10.440.000	10.440.000	10.440.000	10.440.000	10.440.000	10.440.000
Depreciación Acumulada		-1.044.000	-2.088.000	-3.132.000	-4.176.000	-5.220.000
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	10.440.000	9.396.000	8.352.000	7.308.000	6.264.000	5.220.000
Muebles y Enseres	2.300.000	2.300.000	2.300.000	2.300.000	2.300.000	2.300.000

Depreciación Acumulada		-460.000	-920.000	-1.380.000	-1.840.000	-2.300.000
Muebles y Enseres Neto	2.300.000	1.840.000	1.380.000	920.000	460.000	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Depreciación Acumulada		0	0	0	0	0
Equipo de Transporte Neto	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	3.272.000	3.272.000	3.272.000	3.272.000	3.272.000	3.272.000
Depreciación Acumulada		-654.400	-1.308.800	-1.963.200	-2.617.600	-3.272.000
Equipo de Oficina Neto	3.272.000	2.617.600	1.963.200	1.308.800	654.400	0
Semovientes pie de cría	0	0	0	0	0	0
Agotamiento Acumulada		0	0	0	0	0
Semovientes pie de cría	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Agotamiento Acumulada		0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	16.012.000	13.853.600	11.695.200	9.536.800	7.378.400	5.220.000
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO	56.013.600	54.074.655	65.402.518	93.579.386	148.167.078	214.815.387
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	10.500	3.763.735	11.913.140	25.598.353	37.278.011
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0

Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
Obligación Fondo Emprender (Contingente)	55.513.600	55.513.600	55.513.600	55.513.600	55.513.600	55.513.600
TOTAL PASIVO	55.513.600	55.524.100	59.277.335	67.426.740	81.111.953	92.791.611
Patrimonio						
Capital Social	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	0	250.000	250.000	250.000
Utilidades Retenidas	0	0	-1.364.611	3.278.245	18.765.326	52.043.185
Utilidades del Ejercicio	0	-1.949.445	6.989.794	22.124.402	47.539.799	69.230.591
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
TOTAL PATRIMONIO	500.000	-1.449.445	6.125.183	26.152.647	67.055.125	122.023.776
TOTAL PAS + PAT	56.013.600	54.074.655	65.402.518	93.579.386	148.167.078	214.815.387

Tabla 35. Estado de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS	2008	2009	2010	2011	2012
Ventas	51.195.750	84.472.988	142.872.489	235.739.607	311.176.282
Devoluciones y rebajas en ventas	1.023.915	1.689.460	2.857.450	4.714.792	6.223.526
Materia Prima, Mano de Obra	26.144.893	42.097.639	69.845.585	112.494.799	144.967.897
Depreciación	2.158.400	2.158.400	2.158.400	2.158.400	2.158.400
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
Utilidad Bruta	21.868.542	38.527.488	68.011.054	116.371.616	157.826.459
Gasto de Ventas	0	0	0	0	0
Gastos de Administración	23.707.940	27.709.253	33.859.958	43.052.890	51.171.175
Provisiones	99.547	64.706	113.555	180.575	146.682
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	-1.938.945	10.753.530	34.037.542	73.138.152	106.508.602
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Revalorización de Patrimonio	0	0	0	0	0
Ajuste Activos no Monetarios	0	0	0	0	0
Ajuste Depreciación Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Amortización Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Agotamiento Acumulada	0	0	0	0	0
Total Corrección Monetaria	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	-1.938.945	10.753.530	34.037.542	73.138.152	106.508.602
Impuestos (35%)	10.500	3.763.735	11.913.140	25.598.353	37.278.011
Utilidad Neta Final	-1.949.445	6.989.794	22.124.402	47.539.799	69.230.591

9. ANALISIS Y SELECCIÓN DE PROVEEDORES

9.1 IDENTIFICACION Y UBICACION DE LOS PROVEEDORES DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

Para realizar esta gestión se consultaron diversos medios como las páginas amarillas de Publicar S.A, el directorio textil N2 global, el directorio empresarial de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, por medio de referidos de otras empresas y mediante la búsqueda en internet.

Por estos medios se obtuvieron los números telefónicos de los representantes de ventas en Santander y otros ubicados en ciudades cercanas se contactaron y visitaron la empresa.

Para el sector de las confecciones se requieren de diversos proveedores materias primas e insumos como son telas, hilos e hilazas, broches, marquillas, maquinaria y herramientas, bolsas y ganchos. Sin embargo Las telas representan un alto porcentaje del producto final por ello se debe analizar meticulosamente a sus proveedores ya que el éxito del producto depende en parte de la tela.

Tabla 36. Relación de proveedores de materia prima

PROVEEDOR	MATERIA PRIMA	UBICACION	TELEFONO
MANUFACTURAS ELIOT S.A	Telas tejido de punto	CALLE 51# 27ª -14	6473901
COMERTEX	Telas tejido de punto	Carrera 17 # 60-170 Girón	6760000
RATURBAY TEXTILES	Telas tejido de punto	Carrera14 # 37-16	6429052
JHON URIBE E HIJOS	Telas tejido de punto	Carrera14 # 37-34	6303829

De acuerdo a la información obtenida por medio de los representantes de ventas de las diferentes empresas se lograron seleccionar los proveedores de los insumos de acuerdo a diversos factores que se tuvieron en cuenta como la calidad, experiencia, tiempo de entrega y precio así se seleccionaron los proveedores de los insumos que se utilizan en la empresa

Tabla 37. Relación de proveedores de insumos

PROVEEDOR	MATERIA PRIMA	UBICACION	TELEFONO
Surtiadores	Hilos, Hilazas, Elásticos	Sanandresito Centro local 1-14	6428278
West Point	Broches, Herrajes	Calle 74 # 54-41	6369994
Marquillas S.A	Marquillas, Banderas, Marquillas Bordadas	Calle 56 # 17-A-02	6493960
Mil Herrajes	Cintas, Botones. Apliques	Carrera 15 # 34-70	6524141
Plasdesan	Ganchos Plásticos	Carrera 15 # 33-3	6711356
Distriplast	Bolsas Plásticas	Carrera 14 # 37-56	6914243

9.2 METODOLOGIA DE SELECCIÓN Y RECOPIACION DE INFORMACION DE PROVEEDORES DE MATERIAS PRIMAS

A continuación se presenta la metodología para valorar y seleccionar los proveedores de telas, esta técnica de selección conocida como puntos por factor, contrasta factores (criterios de selección importantes para proveedores) con grados niveles de intensidad de los factores. Los factores que se han establecido son los siguientes:

9.2.1 Precio: factor determinante para el producto ya que la tela equivale a la mayoría de lo que es el producto terminado, se debe manejar una estabilidad en

los precios para evitar alzas a los clientes finales. Cabe destacar que algunas de las empresas seleccionadas son distribuidores mayoristas lo que implica que los precios de estas en ocasiones están por encima del promedio de las empresas que venden directamente.

9.2.2 Calidad: se refiere los insumos utilizados en los procesos de fabricación de los textiles, para nuestro caso un mayor porcentaje de fibras naturales como el algodón nos da como resultado una tela de mejor calidad en cuanto a la textura y durabilidad.

9.2.3 Prontitud en las entregas: Tiempo de respuesta desde que se realiza la solicitud del pedido hasta el día que se encuentra disponible en la empresa.

Disponibilidad: la empresa requiere que el proveedor elegido mantenga en sus inventarios las telas escogidas por la empresa para sus diseños y elaboración de productos. Sin embargo en este caso se tendrán en cuenta solo las telas de colección mas no las de línea ya que de estas la disponibilidad es constante.

6.2.4 Variedad de telas y Diseños: hace referencia al portafolio de productos que ofrece determinada empresa, también incluye las tendencias y la moda en colores, estampados y bordados. Para el diseño de nuevos productos es de suma importancia ya que es determinante en la elección del consumidor final. Se tendrá en cuenta la cantidad de estampados, y colores disponibles

9.2.5 Servicio al cliente: Se refiere a la respuesta del representante y en si del recurso humano de la empresa en resolver inconvenientes e inquietudes acerca de pedidos, telas, facturas, devoluciones etc. También incluye promociones, descuentos por pronto pago y diferentes incentivos que se les otorgue a los clientes.

A cada factor se le asigna una calificación de mayor a menor de acuerdo a la importancia, esta calificación la realizo la diseñadora junto con la gerente

teniendo en cuenta aspectos internos y externos de la empresa como rentabilidad, influencia en los precios de ventas, calidad de los productos finales de la empresa, diseño y satisfacción del cliente.

Seguidamente se da una priorización los grados siendo el puntaje más bajo aquel que mostrara condición desfavorable para tener en cuenta, se toma como referencia un puntaje máximo de 9, 6 que es medio y un puntaje 3 que es el mínimo.

1. Precio 30%
2. Calidad 25%
3. Prontitud en entregas 15%
4. Disponibilidad 14%
5. Variedad de telas y diseños: 11%
6. Servicio al cliente 5%

Tabla 38. Ponderación de factores y puntuación de grados.

Factor	Grado	puntuación	Calificación
Precio	G1: precio alto de contado	30	30%
	G2: precio promedio a la competencia	60	
	G3: precio bajo de contado	90	
Calidad	G1: mala	30	25%
	G2: regular	60	
	G3: buena	90	
Prontitud de entregas	G1: ≥ 10 días	30	15%
	G2: $\leq 10 \geq 4$ días	60	
	G3: ≤ 4 días	90	
Disponibilidad	G1: durante 1 meses	30	14%
	G2: durante 3 meses	60	
	G3: durante 6 o más meses	90	
Variedad en telas y diseños	G1: entre 10 y 20 diseños	30	11%
	G2: entre 20 y 30 diseños	60	
	G3: más de 30 variedades	90	
Servicio al cliente	G1: insatisfecho	30	5%
	G2: conforme	60	
	G3: satisfecho	90	

Luego de tener definidos los puntos para cada grado se multiplica cada valor por el porcentaje correspondiente y se obtiene la puntuación para cada factor, esta tabla da como resultado los puntajes que se asignaran a cada proveedor, los puntajes asignados a cada proveedor son el resultado de cotizaciones y condiciones consultadas a los representantes de ventas en la ciudad de Bucaramanga:

Tabla 39. Puntuación de los grados a cada factor

FACTOR	GRADOS		
	1	2	3
Precio	9	18	27
Calidad	7,5	15	22,5
Prontitud de entregas	4,5	9	13,5
Disponibilidad	4,2	8,4	12,6
Variedad en telas y diseños	3,3	6,6	9,9
Servicio al cliente	1,5	3	4,5

Tabla 40. Valoración de los proveedores de telas

Proveedor		Precio		Calidad		Prontitud en Entregas		Disponibilidad		Variedad en Diseños Colores		Servicio al Cliente		Valor Total
		Grado	Puntos	Grado	Puntos	Grado	Puntos	Grado	Puntos	Grado	Puntos	Grado	Puntos	
1	Manufacturas Eliot S.A	3	27	3	22,5	3	13,5	1	4,2	3	9,9	3	4,5	81,6
2	Comertex	2	17	2	14	3	13,5	2	8,4	2	6,6	2	3	62,5
3	Raturbay Textiles	3	27	2	15	2	9	1	4,2	2	6,6	2	3	64,8
4	John Uribe E Hijos	3	27	3	22,5	3	13,5	1	4,2	2	6,6	3	4,5	78,3

Para establecer vínculo comercial con las diferentes empresas el porcentaje mínimo de satisfacción de los seis factores debía ser el 66% traducido en mínimo 60 puntos de esta manera se dio la elección final de los proveedores. Como muestra la tabla 9 las cuatro empresas evaluadas cumplen con los mínimos requerimientos de satisfacción.

10. EVALUACION Y RESULTADOS ACTUALES DEL PROYECTO

Como se ha mencionado anteriormente el proyecto fue presentado en la cuarta convocatoria nacional del fondo emprender del SENA titulado confecciones PKS con numero de cooperación 21264 , y dado como viable para su financiación con unos recursos por el valor de 55.513.600¹⁶, el gerente del proyecto FONADE inicia los trámites de legalización del contrato de cooperación empresarial para así dar inicio al desembolso de los recursos, este contrato es firmado en el mes de mayo del año 2008, sin embargo el desembolso de los recursos sufre atrasos significativos por motivos internos del gerente interventor, el desembolso definitivo inicia en el mes de agosto del 2008, y al mes nuevamente son suspendidos debido a cambio de interventor por parte del gerente, estas situaciones dilatan el cronograma que se tenía inicialmente, llevando a comenzar operaciones de la empresa en firme hacia el mes de octubre.

10.1 RESULTADOS 2009 Y 2010

Debido a los inconvenientes con los desembolsos iniciales de recursos la empresa decide incursionar en otras líneas de ropa para así ayudar con el sostenimiento , se inicia un contrato con dos empresa del sector automotriz y una sector de calzado para hacer las dotaciones de los empleados y se da inicio la línea de ropa casual para niña y niño de 6 a 36 meses con resultados favorables (ANEXO K).

¹⁶http://www.fondoemprender.com/bancomedios/documentos%20pdf/acta%20consejo%20directivo%20priorizacion%20conv4_2.pdf

El estado de resultados (ANEXO L) nos muestra las ventas en los meses de noviembre y diciembre del 2008, en este se muestra la acogida que tuvieron los productos lo cual indica un resultado positivo, pues cabe destacar que es una empresa totalmente nueva, que debe generar credibilidad en los clientes

En el balance genera (ANEXO M) se muestran las depreciación acumuladas de la maquinaria, equipos y mueble, también se muestra que para el montaje de la empresa se realizaron aportes sociales por 500.000, se muestran el pago de impuestos anticipado que ha hecho la empresa ya que está obligada a facturar, este valor se descuenta de las ventas en los meses siguientes.

10.1.1 GESTION DE MERCADEO Y VENTAS

- **Ventas y mercado** La empresa se ha expandido hacia diferentes zonas del país Eje cafetero, costa atlántica, Bogotá, Santanderes Cúcuta, Florencia, Medellín y Cali, actualmente cuenta con cuatro representantes de ventas a nivel nacional que viajan aproximadamente cuatro veces al año llevando el muestrario físico de los productos los cuales han tenido acogida significativa en el mercado esto se ve reflejado en el incremento de las ventas en el año 2009 y 2010. (ESTADOS FINANCIEROS 2009 Y 2010 ANEXO N, O, P Y Q)
- **Manejo de calidad y garantía posventa:** la empresa ofrece garantía de los producto por defectos de fabricación realizando el cambio del producto previamente este ingrese de nuevo a la fabrica para realizar la inspección del defecto y realizar la respectiva corrección en las próximas producciones.

10.1.2 GESTION PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN

- **Diseño:** las prendas son diseñadas en la empresa por la gerente, una vez se tiene el diseño se le coloca la referencia con la que se va a identificar en todas las operaciones, la empresa utiliza una nomenclatura numérica, que facilita la identificación de las prendas según el tipo de prenda.
- **Modelaje y escalado de las prendas:** estas actividades son desarrolladas por una empresa especializada en este sector previamente se envía los diseños y allí los desarrollan Con ayuda del programa lectra.
- **Capacidad:** la maquinaria con la que inicio operaciones no logro desarrollar los niveles de producción actuales por ello se opto por contratar talleres satélite esto se convierte en una gran ventaja para la empresa ya que hay flexibilidad para el cumplimiento de los planes de producción, se cuenta con cerca de 25 talleres de ensamble los cuales están ubicados en Bucaramanga, Floridablanca, Piedecuesta, Girón y Lebrija, así mismo cuenta con tres empresas proveedoras de bordados y estampados, tres de terminados y dos de trazo y escalado.
- **Control de la producción:** se realiza de forma ordenada con base en el monitoreo de las ventas, se realiza una orden de corte donde se dan todas las especificaciones en cuanto a color, cantidades, referencia así mismo para realizar el control de las prendas que se envían a los diferentes talleres se ha diseñado un formato de envío donde se detallan medidas , cantidad, colores, combinaciones (ANEXO R Y S) Otros formatos existentes son: inventarios de materia prima y producto terminado, solicitud de trazos, orden de compra y despacho diarios de mercancía.

- **Materias primas:** las telas principal material en la elaboración de la prendas son requeridas de acuerdo a la necesidad de la producción, ya que los principales proveedores de materias primas se encuentran ubicados en la ciudad de Bucaramanga y hay facilidad en la llegada de las telas a la empresa, solo bajo ciertos factores externos se disminuye la disponibilidad de tela en las agencias. La empresa posee un bajo inventario de telas de colección y moderado en telas de líneas. Cuando se contacta un nuevo proveedor de telas previamente se realizan pruebas de encogimiento, prelavado, inspección de tonalidades, peso y ancho de estas según sea el caso.
- **Empaque, embalaje y etiqueta:** La mercancía enviada a los talleres se recibe luego en la empresa para la inspección de calidad y es pasada al área de terminados donde se realizan diversas operaciones como el planchado, colgado, etiquetado y empaçado. En cuanto al etiquetado la empresa cumple con la norma 1806¹⁷ y la Resolución No. 1264¹⁸ del ministerio de comercio industria y turismo. Las prendas son colgadas en ganchos plásticos proporcionales al tamaño de la prenda y se cubre con una bolsa plástica transparente. Para el embalaje se utilizan cajas de cartón con capacidad para 30, 50, 80 y 120 prendas empaque se realiza.
- **Seguridad industrial:** al personal de la empresa se le exige el uso de los elementos de seguridad como tapabocas, guante para corte, calzado cerrado.

10.1.3 GESTION ADMINISTRACIÓN: (ANEXO T, U, V)

- **Constitución y legalización**

Razón social: BAMBINOS COLLECTION E.U

¹⁷ Norma técnica de calidad INCONTEC Código del rotulado para el cuidado de las telas y confecciones mediante el uso de símbolos

¹⁸ Reglamento Técnico sobre Etiquetado de Confecciones

Registro mercantil: 05-000149937 del 5 de mayo del 2008

Matricula mercantil: 149937

Tipo de sociedad: Empresa Unipersonal

Régimen tributario: COMUN

Dirección principal: (actual) CARRERA 23 # 116-32 piso 2 Barrio Provenza

Por su parte la autora del proyecto quien se desempeña como representante legal y gerente, durante los dos años de operación ha realizado diferentes actividades para que la empresa se empiece a consolidar y dar a conocer a nivel empresarial, entre estas gestiones se obtuvieron créditos de financiación con todos los proveedores de telas, insumos, hilos, botones, broches, remaches, bolsas y ganchos con financiación a 90 -120 días, sin interés esto permite que la empresa tenga un periodo de recuperación de cartera ya que el tiempo máximo que se da a un cliente es de 30 días. La contabilidad se lleva en forma ordenada mediante el programa Elisa, mediante la gestión contable se mantiene actualizada la información de cartera, proveedores, clientes y declaraciones fiscales (ANEXO W) Tarjeta profesional contadora).

10.1.4 GESTION PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE LA EMPRESA

La empresa ha participado de eventos importantes a nivel nacional e internacional.

- **Ferias de emprendimiento Exposena 2008, 2009 y 20010:** vitrina empresarial realizada por el Centro del cuero y la manufactura de Floridablanca en la cual participan aprendices Sena y estudiantes en estos eventos la autora del proyecto compartía la experiencia de creación de empresa y mostraba los productos elaborados en la empresa. ver anexo

- **Feria EIMI (Exposición Internacional de moda infantil):** una de las vitrinas empresariales más importante de la moda infantil en Latinoamérica realizada en CENFER , la nueva empresa participo en la Feria EIMI 2009 el Sena como reconocimiento a la gestión y ejecución del proyecto cedió su stand en la feria para las nueva empresa.
- **Feria Expo empresaria 2009:** Realizado en Corferias en la ciudad de Bogotá, organizada por la consejería presidencial para la equidad de la mujer es el más importante diseñado para mujeres empresarias, para la participación en este evento la autora del proyecto paso una selección rigurosa realizada por la cámara de comercio de Bucaramanga y Consejería Presidencial para la equidad de la mujer.
- **Participación en el programa el SENA presenta :** Por medio de los resultados obtenidos ante el fondo emprender la empresa fue elegida por el SENA para participar como empresa ejemplo de los programas de emprendimiento a nivel nacional en el programa el Sena presenta este fue difundido el día 30 de enero del 2011 por el canal institucional.
- **Capacitaciones:** la autora del proyecto como parte de la obligación ante el fondo emprender realizo cerca de 10 capacitaciones a estudiantes del Sena , la universidad de desarrollo e investigación UDI , la universidad de Santander UDES en estas reuniones se compartía la experiencia de creación de empresa y de daba una inducción de los pasos para presentar planes de negocio ante esta entidad .

10.1.5 RESULTADOS ACTUALES ANTE EL FONDO EMPRENDER

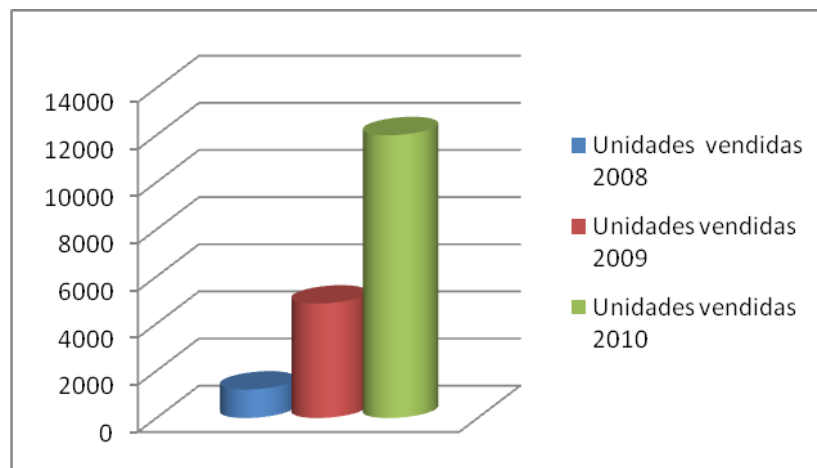
Según el reglamento del fondo emprender para la condonación de los recursos la empresa debía cumplir ciertas obligaciones (contrapartidas, documentación de proveedores, constitución legal de la empresa ante las

diferentes entidades gubernamentales) e indicadores según el plan de negocios, estos se desarrollaron en su totalidad en el tiempo de ejecución del proyecto como respuesta a toda la gestión realizada el SENA y el Fondo Emprender decidieron condonar los recursos entregados por un valor de 55.513.600 , esta notificación fue recibida en el mes de agosto del 2010, con ello cesa el contrato firmado inicialmente y los contratos de prenda en los cuales todos los elementos entregados con los recursos del FONDO EMPRENDER pasan a disponibilidad d la autora del proyecto. (ANEXO X CARTA DE CONDONACIÓN)

10.1.6 Indicadores

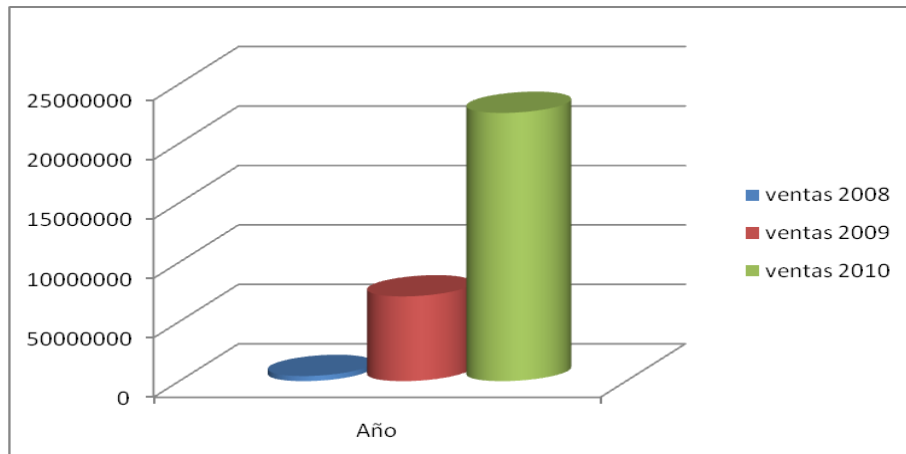
- **Unidades producidas:** esta grafica nos muestra el incremento en el volumen de producción que ha tenido la empresa desde el inicio de las operaciones, en la gráfica 6 se observa un incremento del 354 % para el año 2008 -2009 y de un 254 % para el año 2009 -2010.

Grafica 25 Comparación unidades producidas



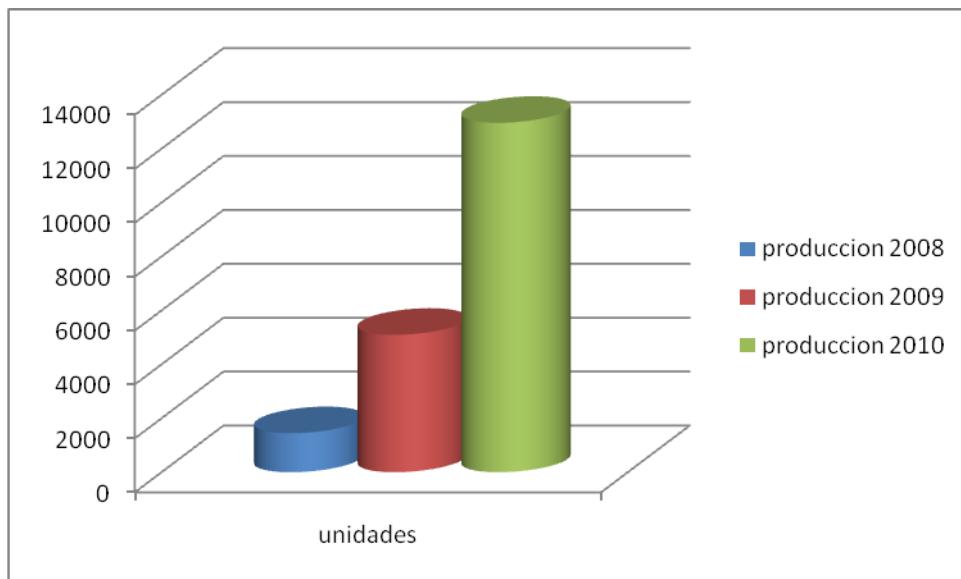
- Ventas: en la grafica 26 se muestra el comportamiento de las ventas para los años 2008, 2009 y 2010 en pesos colombianos, cabe destacar que los resultados mostrados en el año 2008 son peoducto de cerca de tres meses de operación de la empresa.

Grafica 26 Comparación ventas



- **Unidades unidades vendidas:** la grafica 27 muestra el incremento en las unidades vendidas , se observa un incremento para los años 2009 y 2010 de 402% y 247% respectivamente.

Grafica 27 Comparación unidades vendidas



- **Clientes nuevos y crecimiento en el mercado:** este indicador muestra el crecimiento de la empresa en el mercado en relación a los clientes que están comprando, la empresa cuenta con un total de 75 clientes, esto

representa respecto al primer año un incremento significativo y evidencia un manejo importante en la empresa.

Grafica 28 Comparación número de clientes

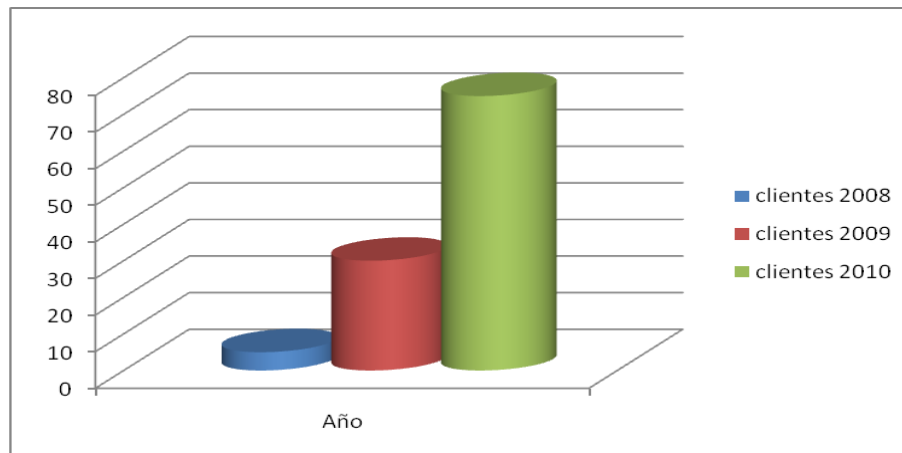


Tabla 41. Comparación indicadores

Año	Producción	Incremento	Unidades vendidas	Incremento	Ventas (millones de pesos)	incremento	Clientes	Incremento
2008	1448		1207		4308900		3	
2009	5098	352%	4855	402%	71288671	1654%	30	1000,00%
2010	12961	254%	12001	247%	225665197	317%	75	250,00%

10.2 IMPACTO GENERADO POR LA EMPRESA

El análisis del impacto (ambiental, social y económico) que la empresa ha generando desde la puesta en marcha hasta la actualidad se analizaran a continuación:

10.2.1 IMPACTO SOCIAL

Es el que contribuye al desarrollo de la ciudad en los aspectos humano y empresarial, se beneficia la población mediante la creación de alternativas de

empleo directo e indirecto, la empresa hasta el momento ha mantenido 4 empleos directos y 29 indirectos, mediante la creación de estos empleos no solo se ha beneficiado el trabajador sino el bienestar de toda la familia pues son población vulnerable (madres cabeza de familia) a continuación se muestra el empleo generado hasta el momento. A nivel empresarial genera efectos positivos en el crecimiento económico regional y fortalece la buena imagen que tiene nuestro departamento en la industria de confecciones tanto a nivel nacional como internacional

Tabla 42. Resultados generación de empleo

CARGO	CONDICIÓN DE VULNERABILIDAD	CANTIDAD	NOMBRE	TIPO DE CONTRATO
Diseñadora, patronadora escaladora	Madre cabeza de familia	1	Adriana Sierra Luna	Fijo inferior a un año
Operarios	Cabeza de familia	4	-Milena Ardilla -Irene Bello Romero -María Isabel Moreno -Julián Enrique Reyes	Fijo inferior a un año
Contadora y auxiliar contable	Madre cabeza de familia	1	María del Rosario Vargas	Prestación de servicios profesionales
gerente	Joven entre 18-25 años	1	Lady Carolina Villarreal Solano	gerente
Director comercial	Desvinculado de entidad del estado	1	Julián Enrique Reyes	Prestación de servicios comisión
Talleres de ensamble	Madres cabeza de familia	25		Prestación de servicio
Asesores comerciales		4		Prestación de servicio por comisiones
TOTAL EMPLEO GENERADO		37		

10.2.2 IMPACTO AMBIENTAL

Efecto producido por la actividad humana o un hecho de la naturaleza en la salud o interrelaciones de la comunidad, personas, animales o vegetales.

El desarrollo de las actividades tienen un impacto negativo mínimo sobre el medio ambiente no existe explotación de recursos naturales, contaminación del aire suelo o agua, sin embargo se establecen políticas internas que permitirán contribuir con la conservación del medio ambiente por medio del manejo adecuado de residuos, uso racional de la energía

10.2.3 Manejo de residuos

- **Materiales:** en la producción diaria de la empresa van quedando residuos de tela, hilos, hilaza, cintas. Los residuos de tela de tamaño medio se utilizan para la elaboración de bambas para el cabello, balacas, ganchos y aplicaciones para las prendas lo cual se puede considerar como valor agregado a los productos ofrecidos por nuestra empresa. Los residuos pequeños se almacenan en sacos y se venden para la elaboración de colchones, almohadas y muebles, otra parte de estos residuos se donan a la comunidad de monjas de santa teresita para la fabricación de cobijas, prendas para muñecos, carteras, almohadas y cojines, de esta manera se esta utilizando el 100% del material y los desechos nuestros son usados como insumos de otros productos.
- **Residuos Sólidos:** el papel, cartón y bolsas plásticas se almacenan para ser entregados a la empresa de reciclaje
- **Uso racional de la energía:** Uso de focos ahorradores, mantener apagadas las maquinas, focos y equipos si no están en uso.

10.2.4 IMPACTO ECONÓMICO

El impacto económico se ve reflejado en las ventas, uso de los recursos disponible y sostenibilidad a mediano plazo de la empresa y los empleos indirectos generados.

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El gobierno nacional por medio del SENA - FONDO EMPRENDER promueve y apoya el emprendimiento en los aprendices, egresados y estudiantes de últimos niveles de las carreras, generando una opción de empleo independiente para los nuevos profesionales.
- Por medio de los conocimientos adquiridos en la carrera de ingeniería industrial y en las diferentes prácticas empresariales, la autora del proyecto logro el financiamiento por parte del FONDO EMPRENDER creando una idea de negocio con sustentación teórica, técnica y financiera.
- El montaje de Bambinos collection E.U ha contribuido a resolver soluciones de empleo directos a población en condición de vulnerabilidad y empleos indirectos en el corto plazo, a mediano plazo se planea continuar ofreciendo empleo continuo y sostenible apoyando el desarrollo social y económico del país.
- La nueva empresa es consciente de la importancia de un área de diseño, modelaje y escalado de nuevos productos para estar a la vanguardia de la moda , las materias primas utilizadas y nuevos diseños que proporcionen calidad, moda, y comodidad a los clientes
- La estructura administrativa y operativa de la nueva empresa proporciona los elementos necesarios para una gestión eficiente, cumpliendo con las expectativas de los clientes y el mercado.

- Las características técnicas y los indicadores financieros, confirman la sostenibilidad y viabilidad del negocio a mediano plazo, de esta manera se ratifica que el proyecto es atractivo
- Los productos que ofrece la empresa cumplen con las expectativas de los clientes, el diseño y modelaje de los productos son fundamentales para dar comodidad, las materias primas usadas proporcionan la suavidad y frescura a las nuevas prendas.
- El impulso continuo a las nuevas tecnologías, procesos y capacitaciones permitirá adoptar nuevas prácticas para mejorar y ofrecer productos novedosos al mercado
- Como estrategia de crecimiento la empresa debe buscar opciones a mediano plazo para la exportación de los productos a diferentes mercados del mundo.
- Como estrategia de comercialización, el punto de venta es uno de los mejores mecanismos ya que aumenta los márgenes de rentabilidad, posiciona los productos y la marca en el mercado,
- El mejoramiento continuo en los procesos garantizara productos de excelente calidad adaptados al cliente y competitivos, además de una estructura administrativa y operativa cada vez más consolidada.
- Se debe continuar con un sistema de indicadores de gestión que logren medir el desempeño de la empresa en las diferentes áreas.

BIBLIOGRAFIA

- AQUILANO, Chase. Administración de producción y operaciones. 8a edición. México. Mc Graw Hill, 2001.
- ARENAS SEELEY, Guillermo. Emprendedores: Una propuesta de formación y apoyo. 1ª Edición. Bucaramanga. SIC Editorial. Febrero de 2004
- CABREJOS, Belisario. El mercadeo en la industria de la confección. Universidad EAFIT Medellín. Editorial Eafit. 2005.
- CABREJOS, Belisario. Inteligencia de mercados internacionales de las confecciones. Universidad EAFIT Medellín. Editorial Eafit. 2004
- DOMINGUEZ MACHUCA, Dirección de operaciones. Aspectos tácticos y operativos en la producción y en los servicios. 2a edición. Madrid. Mc Graw Hill, 1995.
- HODSON MAYNARD, William K. Manual del Ingeniero Industrial. Cuarta edición. Editorial. México. Mc. Graw-Hill. 1996. Tomo 4.
- IBÁÑEZ, José Roig. El estudio de los puestos de trabajo. Ediciones Díaz de Santos. 2001.
- MALHOTRA, Naresh. Investigación de mercados. Segunda edición. México. Prentice Hall, 1999.
- MERCY, Ludena; PEREZ, José de Jesús; CORZO, Luz Ángela. Hacia la Competitividad de la Industria de Confecciones, Santander - Colombia". Brazil. 2003, En: Brazil. 2003. Evento: Iberoamerican

Academy of Management - International Conference Ponencia: Libro: Proceedings of the Iberoamerican Academy of Management - International Conference.

- MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos. Identificación-formulación. Segunda edición Colombia. MM Editores. 2001.
- NIEBEL, Benjamín; FREIVALDS, Andris; Ingeniería Industrial: Métodos, Estándares y Diseño del Trabajo. Décima edición, México. Alfa Omega Grupo Editor, 2001.
- ORTIZ ANAYA, Héctor. Flujo de Caja y Proyecciones Financieras. Universidad Externado de Colombia, Bogotá .1997.
- VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial. Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. Segunda Edición. Bogotá D.C. Prentice Hall. 2001.

WEBGRAFÍA

- ESCORCIA & DUQUE. Comportamiento sector textil y confecciones en Colombia. Universidad de los Andes Bogotá.2004. Disponible en: http://guaica.uniandes.edu.co:5050/dspace/bitstream/1992/778/1/MI_II_ND_2005_025.pdf
- Informes Agrocadenas, la industria del algodón en Colombia: los textiles y las confecciones. Disponible en: <http://www.agrocadenas.gov.co/home.htm>

- Ministerio de comercio, industria y turismo, perfil de comercio exterior Santander julio del 2004. Disponible en:
<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/minihome.asp?idcompany=>
- Indicadores económicos. Disponible:
<http://www.dane.gov.co/>
- Información Fondo Emprender disponible en:
www.fondoemprender.com.co
- Información condonación recursos y decreto 2257 de 2010
http://www.fondoemprender.com/BancoConocimiento/C/condonacion_849_proyectos/condonacion_849_proyectos.asp?CodSeccion=1

PAGINAS WEB CONSULTADAS

- www.camaradirecta.com.co
- www.mincomercio.gov.co
- www.proexport.com.co
- www.confecamaras.com
- www.fondoemprender.com
- www.comfama.com
- www.agrocadenas.gov.co
- www.sena.edu.co
- www.colombiajoven.gov.co
- www.acopisantander.com
- Bucaramanga.gov.co
- www.dane.gov.co
- www.fondoemprender.com.co

ANEXOS

ANEXO A ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

#	ALMACEN	DIRECCION	TELEFONO
1	Almacén Amiguitos	C.C. Cabecera IV Et L-211	6430738
2	Almacén baby junior	Pasaje Aurelio Martínez Mutis local 34-36	6303637
3	Almacén Buu	carrera 35 # 52-112	6472240
4	Almacén carlita	calle 34 # 17-20	6337661
5	Almacén Clarita	carrera 33 # 52-35	6458523
6	Almacén Criscaheard	Calle 34 # 17-17	6428320
7	Almacén Medellín y la moda	carrera 18 # 33-74	6420995
8	Almacén Julieta	calle 49 # 3-10-100	6229127
9	Almacén Éxito	carrera 16 # 45-56	6808880
10	Almacén Éxito	transversal oriental 92-218	6811717
11	Almacén Éxito	centro comercial cañaveral local 100	6387001
12	Almacén Éxito	calle 35 # 15-33 Centro	6304446
13	Almacén Éxito	carrera 35 # 49-27	6436025
14	Almacén de Niña a Mujer	C.C Sanadresito la Isla P 2 local 38	6414315
15	Almacén Gane	calle 35 # 15-59	6308561
16	Almacén Gomelitos	Cl 35 16-28 L- 5 -A Pasaje Santander	6521870
17	Almacén Orejarena y Cía.	Calle 51 # 3317	6476241
18	Almacén Ratoncitos	CC cabecera cuarta etapa local 211	6430738
19	Aventuras infantiles	carrera 33 # 48-54	6471930
20	Almacén Secretos Íntimos	C.C Sanadresito la isla local 307	6415889
21	Blass Moda Infantil	Cl 31 9-45 Girardot	6707456
22	Baby Jhones	Carrera 28 67-57	6575584
23	Baby Junior	sanandresito centro local C22	6302074
24	Baby Sandra	carrera 17 # 33-51	6306598
25	Bamboli	Pasaje Aurelio Martínez Mutiz local 45	6489752
26	Beibys sport	carrera 16 # 34-50 local 6 B	6802005
27	Carita feliz	carrera 33 # 17-67	6428197
28	Chicos Fabián y Liliana	carrera 16 # 44-P2 local 40	6708360
29	Clarita	calle 51 # 33-155	6474267
30	Chalos Kids	Cr 17 34-80	6425851
31	Chiquilandia	Dg 15 Cl 56 C.C. La Isla P-2 L-730	6443084
32	Chiquilladas	carrera 17 # 33 -56	6425142
33	C.I Ruth E.U	Cl 59 17 B-12	6447083
34	Conchito	pasaje Aurelio Martínez Mutiz 34-60	6306501
35	Creaciones Chiquilladas	Punto de Venta calle 34 # 17-45	6452358
36	Crescendo	Calle 45 # 35-07	6436852
37	Dallas Pa pelaos	Pasaje Aurelio Martínez Mutis local 2 P2	6303450
38	Danny Kids Ropa Infantil	calle 104 # 22-158	6364867
39	Distribuciones los Chiro de María José	calle 33 # 17-68	6520452
40	Distribuciones Surtidor Infantil	Calle 33 # 17-72	6520452
41	Distribuciones Paraíso Infantil	calle 33 # 33-74	6520452
42	Primavera Kids	calle 6 # 4-32	6547850
43	Distribuidora Chicuelitos	calle 33 # 16-47	6525347
44	Distribuidora el palacio del bebe	calle33 # 17-21	6705934
45	Distribuidora Laura Marcela	calle 33 # 17-57	6520529
46	Distribuidora sueños de bebe	calle 33 # 16-59	6423252
47	Distribuidora Moda infantil	calle 33 # 17-46	6425645

48	Duquesitos	calle 34 18-28	6429543
49	El paraíso de bebe	calle 34 # 17-26	6523032
50	El rincón del bebe	carrera 15 # 34-35 local 112	6429991
51	Embarazarte	calle 48 # 32-46	6430695
52	Encantos de bebe	calle 34 # 17-58	
53	Estrena	Encentro local 10	6336249
54	Hawái	carrera 17 # 33-351 local 103	6303831
55	Infantiles Freddy	carrera 18 # 34-43 local 207	6301875
56	Infantiles Mileidy	calle 33 # 17-30	6526485
57	Infantiles nuestro bebe	carrera 15# 34-59 local 6-10	6522771
58	Infantiles los pollitos	carrera 15 # 35-17 local 5	6524789
59	Infantiles Osma	Sanandresito centro local p 2 local A 11	6522771
60	Intimidades Jossie	Carrera 16 # 34-50 CC la Hormiga local 10B	6425015
61	Intima	Calle 33 # 19-36	
62	Infantiles Lizeth	calle 37 # 16-02 loca 244	6423920
63	Infantiles Babys Children	Cl 37 16-02 L-234 C.C. Panamá	6429320
64	Kids Collection	calle 56 # 30-113	6430759
65	Kleiber Sport	Cl 34 17-88	6300999
66	La Cigüeña	Cl 10 8-15 Piedecuesta	6562751
67	La tienda Mía	C.Comercial Sanandresito la Isla P 2 local 304	6994523
68	La tienda del Panty	Calle 9 # 11-23	
69	Logo kids	CC cabecera cuarta etapa local 302	6471565
70	Los chiros de Pipe	DG 15 calle 56 piso 2 local 31	6339842
71	Los Chiros de María José	Calle 34 # 17-43	
72	La Hora Loca	C.C Cinemas local 108	6386777
73	Camilo's	carrera 14 # 37-10	6425021
74	Mamilos	Cr 14 37-02	6425621
75	María José	calle 51 # 33-17	6476241
76	María Paula	Pasaje Aurelio Marines Mutis # 34-72	6304128
77	Mariela Rojas	Carrera 24 # 15-18	6526662
78	Matías	C.C Omnciento local 108	6425879
79	Mercadefan #1	carrera 33 # 41 -34	6352841
80	Marcadefan # 2	carrera 16 # 37-68	6304909
81	Mercadefan Cañaveral	Centro Comercial la Florida	6422834
82	Mi palacio infantil	Carrera 16 # 34-18	6525007
83	Mi pequeño bebe	carrera 15 # 34-59 CC los Paisas local 301	6308140
84	Mi palacio Infantil	Cr 16 34-18	6525007
85	Mimados Baby	calle 53 # 13 A-79	6429516
86	Mini Kids	carrera 24 # 26-30	6345954
87	Mini precios	carrera 34 # 17-35	6422050
88	Monguí's	Carrera 10 B 68 A-11 Pablo VI	6570180
89	Novedades Chelito	CC Sanandresito la isla P2 local 413	6339888
90	Niño Feliz	Cr10 C 68 A-54 Pablo VI	6471013
91	Parisina	calle 51 # 33-14	6476675
92	Parisina	Centro Comercial Cañaveral Piso 2 Local 137	6387020
93	Peluxa sport	carrera 19 A # 29A -36	6592645
94	Perchitas	carrera 15 # 35-37 local 02	6804450
95	Perchis collection	carrera 15 # 20-09 P 3	6713680
96	Peluches y Topitos	Peatonal 7 A F 27 A-33 La Cumbre	6523028
97	Pipe's	calle 35 # 17-67	6523075
98	Reino Mágico	carera 36 # 49-45 local 305	6574034

99	Ropa Kalaitos	CI 52 33-27	6436340
100	San Victorino	calle 34 # 15-12	6525485
101	See you Kids	carrera 36 # 49-27	6577673
102	Sueños Infantiles	CI 33 17-18	6524195
103	Surtidora de confecciones	Calle 35 con carrera 17 Esquina	6303201
104	Surtidora de confecciones	Calle 35 # 15-31	6303201
105	Surtidora de confecciones	carrera 33 # 48-33	6303201
106	The Country Jeans	calle 21 # 20-2	6455433
107	Todo para bebes	Cr 15 34-47 L- 126	6443116
108	Infantiles Teslinini	CI 34 17-20 Of 506	6523028
109	Ogui	CC Cañaveral Local 151	6396100
110	Ogui	carrera 36 # 49-45	6574026
111	Variedades Carolina	CC Sanandresito la isla P2 local 5-21	6446116
112	Variedades Natalia	Cr 16 33-44 P 2 L-H-14	6301552
113	Yoyi	Cr 17 33-51 L- 111	6424639
114	Zafari Kids	carrera 35 # 49-55 local 402	6434441
115	4 KIDS	Cr 35A 49-07 Et 4 L-212	6574211
116	Mamitas	carrera # 46-147	6395020

ANEXO B ENCUESTA

MONTAJE DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ROPA INTERIOR EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA																	
ENCUESTA ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO ROPA INFANTIL																	
NOMBRE _____ DEL _____ ESTABLECIEMIENTO _____ DIRECCION _____ TEL _____ NOMBRE _____ DEL _____ ENCUESTADO _____ CARGO _____																	
1. ¿Cuál de los siguientes tipos de ropa vende en su establecimiento? ☐ Ropa formal ☐ Ropa informal ☐ Todas las anteriores ☐ Ropa interior ☐ Ropa deportiva 2. ¿Cuáles de los siguientes tipos de ropa interior vende su establecimiento? ☐ Ropa interior para niñas ☐ Ropa interior para dama ☐ Ropa interior para niños ☐ Ropa interior para caballero ☐ Todas las anteriores 3. ¿Qué tipo de prendas interiores para niñas vende su establecimiento? ☐ cacheteros ☐ Top ☐ Panty ☐ Camisillas ☐ todas las anteriores 4. ¿Cuál de las siguientes telas son las preferidas a la hora de escoger prendas interiores para niña? ☐ tejidos de punto en algodón ☐ tejidos en punto con fibras sintéticas 5. ¿Cuál de los siguientes accesorios o apliques son los preferidos por los clientes? ☐ corbatas en cintas ☐ bordado ☐ estampado 6. ¿De las siguientes prendas interiores para niña que cantidad compra por producto con qué frecuencia (mensual) y en que tallas ? <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;"></th> <th style="width: 35%;">Cantidad</th> <th style="width: 35%;">Frecuencia</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>panty</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>top</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>cacheteros</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>camisillas</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>				Cantidad	Frecuencia	panty			top			cacheteros			camisillas		
	Cantidad	Frecuencia															
panty																	
top																	
cacheteros																	
camisillas																	

7. ¿Cuál es el precio promedio de las prendas de ropa interior que ofrece su establecimiento?

panty	☐ menos de 2000	☐ entre 2000 y 4000	☐ más de 4000
top	☐ menos de 3000	☐ entre 3000 y 5000	☐ más de 5000
cacheteros	☐ menos de 2500	☐ entre 2500 y 5000	☐ más de 5000
camisillas	☐ menos de 2500	☐ entre 2500 y 4500	☐ más de 5000

8. ¿Cuál de los siguientes meses del año usted solicita mayor cantidad de pedido?

☐ enero ☐ febrero ☐ marzo ☐ abril ☐ mayo ☐ junio ☐ julio ☐ agosto
☐ septiembre ☐ octubre ☐ noviembre ☐ diciembre

9. ¿Quién es su principal proveedor de ropa interior para niña?

☐ fabricante ☐ distribuidor

10. ¿Mencione cuatro proveedores de ropa interior para niña?

Nombre		Marca		Procedencia		
Nombre		Marca		Procedencia		
Nombre		Marca		Procedencia		
Nombre		Marca		Procedencia		

11. ¿Cuáles de los siguientes aspectos tiene en cuenta al momento de seleccionar su proveedor?

☐ diseño ☐ precio ☐ otro cual?

☐ puntualidad en la entrega ☐ calidad

12. ¿Qué inconvenientes ha tenido con sus proveedores?

☐ demora en las entregas ☐ variabilidad en el precio

☐ productos defectuosos ☐ ninguno

☐ variabilidad en el producto

13. ¿Cómo considera el servicio prestado por sus proveedores?

☐ excelente ☐ bueno ☐ regular ☐ malo

14. ¿Cuál es la forma de pago que utiliza con sus proveedores?

☐ Contado ☐ 60 días

☐ 30 días ☐ 90 días

15. ¿Cuál es el medio de publicidad que utiliza al momento de solicitar un nuevo producto?

☐ directorios ☐ vendedor directo

☐ internet o pagina web

☐ amigo - recomendado

☐ ferias y ruedas de negocios ☐ otro cual?

16. ¿Estaría interesado(a) en comprar ropa interior a una nueva empresa? ?

☐ si ☐ no

ANEXO C IMAGEN COORPORATIVA

- Tarjetas de presentacion



- Pendon



Carrera 23 No. 116-32 - B. Provenza
Telefax: 6367613 - Cel. 311-525 8023
Bucaramanga - Colombia
e-mai: bambinoscollection@hotmail.com

№ 0851

DIA	MES	AÑO
-----	-----	-----

Razón Social			NIT/ C.C.
Almacén	Tel.	Cel.	COND. DE PAGO
Dirección			Ciudad

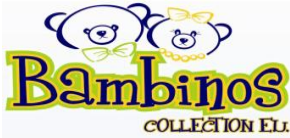
[illegible]

VENDEDOR	Después de recibida la mercancía, solo se aceptan cambios en los siguientes 15 días por defectos de fábrica.	COMPRADOR	ACEPTADA	SUBTOTAL \$	
	LA GERENCIA	FIRMA C.C. Y SELLO		I.V.A. \$	
				TOTAL \$	

ANEXO E FORMATO SOLICITUD CREDITO

 Bambinos COLLECTION EL		Carrera 23 # 116-32 P 2		SOLICITUD DE CREDITO		
		Telefono: 3115258023-6367613		DIA	MES	AÑO
		Bucaramanga - Colombia		PERSONA		
		E-mail: bambinoscollection@hotmail.com		NATURAL		JURIDICA
RAZON SOCIAL					NIT(CEDULA)	
REPRESENTANTE LEGAL				DIRECCION RESIDENCIA		
DIRECCION		CIUDAD			DEPARTAMENTO	
TELEFONO FIJO		FAX		E-MAIL		
REFERENCIAS COMERCIALES (OBLIGATORIO)						
ESTABLECIMIENTO		CIUDAD		DIRECCION		TELEFONO FIJO
REFERENCIAS BANCARIAS (OBLIGATORIO)						
BANCO		CUENTA		CIUDAD		TELEFONO FIJO
REFERENCIAS PERSONALES						
NOMBRE		DIRECCION			TELEFONO FIJO	
DOCUMENTOS REQUERIDOS (OBLIGATORIOS)						
1- CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIONLEGAL EXPEDIDO POR CAMARA DE COMERCIO NO SUPERIOR A 30 DIAS						
2- FOTOCOPIA CEDULA REPRESENTANTE, FOTOCOPIA RUT						
3- CERTIFICADOS DE REFERENCIAS COMERCIALES						
4- CERTIFICADO REFERENCIAS BANCARIAS						
<Declaro que la informacion contenida es cierta y autorizo su verificacion. SIN ESTA DOCUMENTACION NO SE REALIZA EL ESTUDIO DE CREDITO						
FIRMA Y SELLO DEL SOLICITANTE				FIRMA GERENTE		
C.C de						
VERIFICACION DE REFERENCIAS						
NOMBRE		DESDE	CUPO		OBSERVACIONES	
OBSERVACIONES					APROBADO	

ANEXO F MANUAL DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES Y PERFILES	
IDENTIFICACION DEL CARGO: GERENTE	
SECCION O AREA: ADMINISTRACION	FECHA:
CARGO DEL JEFE INMEIATO:	
OBJETIVO DEL CARGO: Planear, dirigir, controlar y responder por los recursos de la empresa de manera eficiente, produciendo utilidad de acuerdo a los objetivos fijados	
DESCRIPCION DE FUNCIONES	FRECUENCIA
- Llevar a cabo la planeación y cuantificación de ventas y gastos. - Responsable de la selección y contratación de personal - Formular políticas, planes y programas para el funcionamiento adecuado de la empresa - Realizar la planificación de la producción y desarrollo de nuevos productos - Elaborar los planes de acción que permitan a la empresa mantener el correcto funcionamiento en todas las áreas (políticas, presupuestos, planes, pronósticos programas, expansión, etc.) - Analizar y buscar posibles fuentes de financiación para proyectos de expansión. - Establecer alianzas comerciales que favorezcan el fortalecimiento con nuevos clientes - Revisar la contabilidad, declaraciones y conciliaciones bancarias firmarlas y oficializarlas. - Evaluar la gestión de las diferentes áreas de la empresa: financiera, comercial, operativa y administrativa, organizarla en forma de indicadores y con base en esta información decidir sobre planes de acción - Desempeñar responsable y honestamente las funciones que el gerente asigne inherentes al cargo. - Abstenerse de efectuar actos y omisiones que afecten la estabilidad económica de la empresa. - Las demás que le asigne el Gerente General, los estatutos y los reglamentos.	F F F F O F O O F F F F
REQUISITOS DEL CARGO	
EDUCACION: Estudios profesionales o tecnológicos en carreras como ingeniería industrial, administración de empresas o áreas afines.	
EXPERIENCIA: : Dos años	

FORMACION: • conocimientos generales en administración de salarios y recurso humano • Conocimientos es análisis de costos, contabilidad materiales e insumos con capacidad de mantener una alta productividad y adecuado uso de los recursos • Conocimientos en el área de producción para entender comprender los procesos • Conocimientos sobre el flujo del proceso dentro de la empresa
REQUERIMIENTOS DEL CARGO : Iniciativa, responsabilidad, esfuerzo mental, imaginación
CONDICIONES DE TRABAJO: Ambiental: normal Ergonómico: normal

MANUAL DE FUNCIONES Y PERFILES		
IDENTIFICACION DEL CARGO: Contadora		
SECCION O AREA: ADMINISTRACION		FECHA:
CARGO DEL JEFE INMEIATO: Gerente		
OBJETIVO DEL CARGO: Asesorar y procesar la información contable y tributaria de la empresa.		
DESCRIPCION DE FUNCIONES		FRECUENCIA
- Procesar la información, revisarla y emitir todos los estados financieros de la empresa manteniendo al día los impuestos - Elaborar las conciliaciones bancarias - Llevar a cabo el control y manejo contable de la empresa. - Procesar y estar al día con los libros obligatorios y de control de la empresa - Revisar y analizar los estados financieros de la empresa - Colaborar y asesorar al Gerente en lo que éste le solicite. - Liquidar nomina y llenar la planilla única mediante el sistema de información - Llevar registro de cada movimiento financiero que se realice - Revisar los documentos contables que se emitan, para verificar el correcto diligenciamiento - Emitir el balance general, estado de resultados renovación de cámara de comercio, DANE, aportes parafiscales, certificados de retención en la fuente y demás documentos necesarios para que la que la empresa se encuentre al día legal y tributariamente - Desempeñar responsable y honestamente las funciones que el gerente asigne inherentes al cargo. - Abstenerse de efectuar actos y omisiones que afecten la estabilidad económica de la empresa. - Las demás que le asigne el Gerente General, los estatutos y los reglamentos.		F
		F
		F
		F
		O
		F
		O
		O
		F
		F
		F
		F
		F
		F
		F
REQUISITOS DEL CARGO		
EDUCACION: Titulo Profesional de contador		

EXPERIENCIA: 2 años de experiencia en empresas similares a las de confección
FORMACION: • Manejo y conocimiento avanzado en paquete contable • Manejo de herramientas informáticas(office, Excel internet) • Conocimientos en obligaciones legales que posee la empresa • Conocimientos en manejos de nomina • Conocimientos de los movimientos diarios de la empresa • Habilidad para reconocer y dar solución a problemas • Conocimientos y actualizaciones en reformas tributarias y legales
REQUERIMIENTOS DEL CARGO : Expresión verbal, Responsabilidad, lealtad, compromiso con la empresa, iniciativa
CONDICIONES DE TRABAJO: Ambientales: Normal Riesgos: Ergonómico: por estar sentada la mayoría del tiempo Posicionales: como stress o carga del trabajo

MANUAL DE FUNCIONES Y PERFILES		
IDENTIFICACION DEL CARGO: Director y Asesores comerciales		
SECCION O AREA: ADMINISTRACION		FECHA:
CARGO DEL JEFE INMEIATO: Gerente		
OBJETIVO DEL CARGO: Planear, dirigir, controlar y responder por los recursos de la empresa de manera eficiente, produciendo utilidad de acuerdo a los objetivos fijados		
DESCRIPCION DE FUNCIONES		FRECUENCIA
• Diseñar e implementar estrategias promoción, ventas y distribución de los productos de la empresa. • Manejar nuevos contactos y propuestas a los clientes. • Entregar oportunamente los pedidos • Diseñar estrategias para conseguir y mantener nuevos clientes. • Mantener bajos los niveles de inventario. • Elaborar análisis y estudios de mercado para la empresa • Desempeñar responsable y honestamente las funciones que el gerente asigne inherentes al cargo. • Abstenerse de efectuar actos y omisiones que afecten la estabilidad económica de la empresa. • Las demás que le asigne el Gerente General, los estatutos y los reglamentos.		F
		F
		F
		F
		F
		O
		F
		F
REQUISITOS DEL CARGO		
EDUCACION: Estudios tecnológicos o profesionales en administración, , mercadeo y ventas o áreas afines.		
EXPERIENCIA: Cinco años en el área de ventas y mercadeo y tres años en empresa similares		
FORMACION: • Manejo de herramientas informáticas(office, internet) • Conocimientos en mercadeo, publicidad, y ventas • Conocimientos en algunas técnicas de publicidad • Conocimientos sobre el flujo del proceso dentro de la empresa • conocimientos para reconocer y dar solución a problemas en área de su cargo		
REQUERIMIENTOS DEL CARGO: Iniciativa, responsabilidad, relaciones interpersonales.		
CONDICIONES DE TRABAJO:		
Ambientales: Normal		

Riesgos:	
Locativo: por estar la mayoría del tiempo fuera de las instalaciones de la empresa	
MANUAL DE FUNCIONES Y PERFILES	
IDENTIFICACION DEL CARGO: Operarios	
SECCION O AREA: PRODUCCION	FECHA:
CARGO DEL JEFE INMEIATO: Gerente	
OBJETIVO DEL CARGO: Responder a la gerencia por las labores y operaciones asignadas manteniendo una operación eficiente y un uso adecuado de la maquinaria.	
DESCRIPCION DE FUNCIONES	FRECUENCIA
- Ejecutar las operaciones involucradas en el proceso de confección de prendas de vestir (CORTE, ENSAMBLE, TERMINADOS) - Desempeñar responsable y honestamente las funciones inherentes al cargo. - Controlar la materia prima e insumos involucrados en la elaboración de los productos (para evitar desperdicios) - mantener y preservar en buen estado la maquinaria, insumos y herramientas asignados. - Desempeñar responsable y honestamente las funciones que el gerente asigne inherentes al cargo. - Abstenerse de efectuar actos y omisiones que afecten la estabilidad económica de la empresa. - Las demás que le asigne el Gerente General, en los estatutos y los reglamentos.	F F F F F
REQUISITOS DEL CARGO	
EDUCACION: Estudios técnicos en carreras afines a la elaboración de prendas de vestir y manejo de maquinaria de confección.	
EXPERIENCIA: Dos años de experiencia ensamble y manejo de maquinaria de confección	
FORMACION:	
- Manejo de maquinas - Conocimientos en registro de inventarios - Conocimientos sobre el flujo del proceso dentro de la empresa - conocimientos para reconocer y dar solución a problemas	
REQUERIMIENTOS DEL CARGO: Iniciativa, responsabilidad, esfuerzo, concentración, lealtad	
CONDICIONES DE TRABAJO:	

Ambientales: Normal

Riesgos:

Ergonómicos: Posición la mayoría del tiempo sentado.

Mecánico: manejo de maquinaria

ANEXO G MAQUINARIA Y EQUIPO

- Cortadora.



- Plana



-Collarin



- Fileteadora



ANEXO H. MUEBLES

- **Mesa de corte**



- **Estantes.**



- Canastas de almacenamiento



- Mesa de plancha



- Estante almacenamiento de telas



- Muebles de oficina

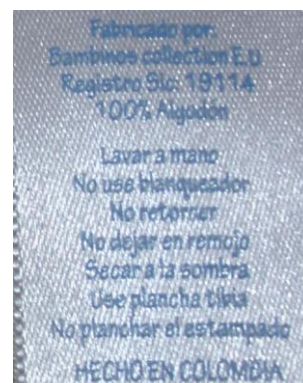


ANEXO I FOTO MARQUILLAS ETIQUETAS Y COMPOSICIONES

- ETIQUETAS Y MARQUILLAS

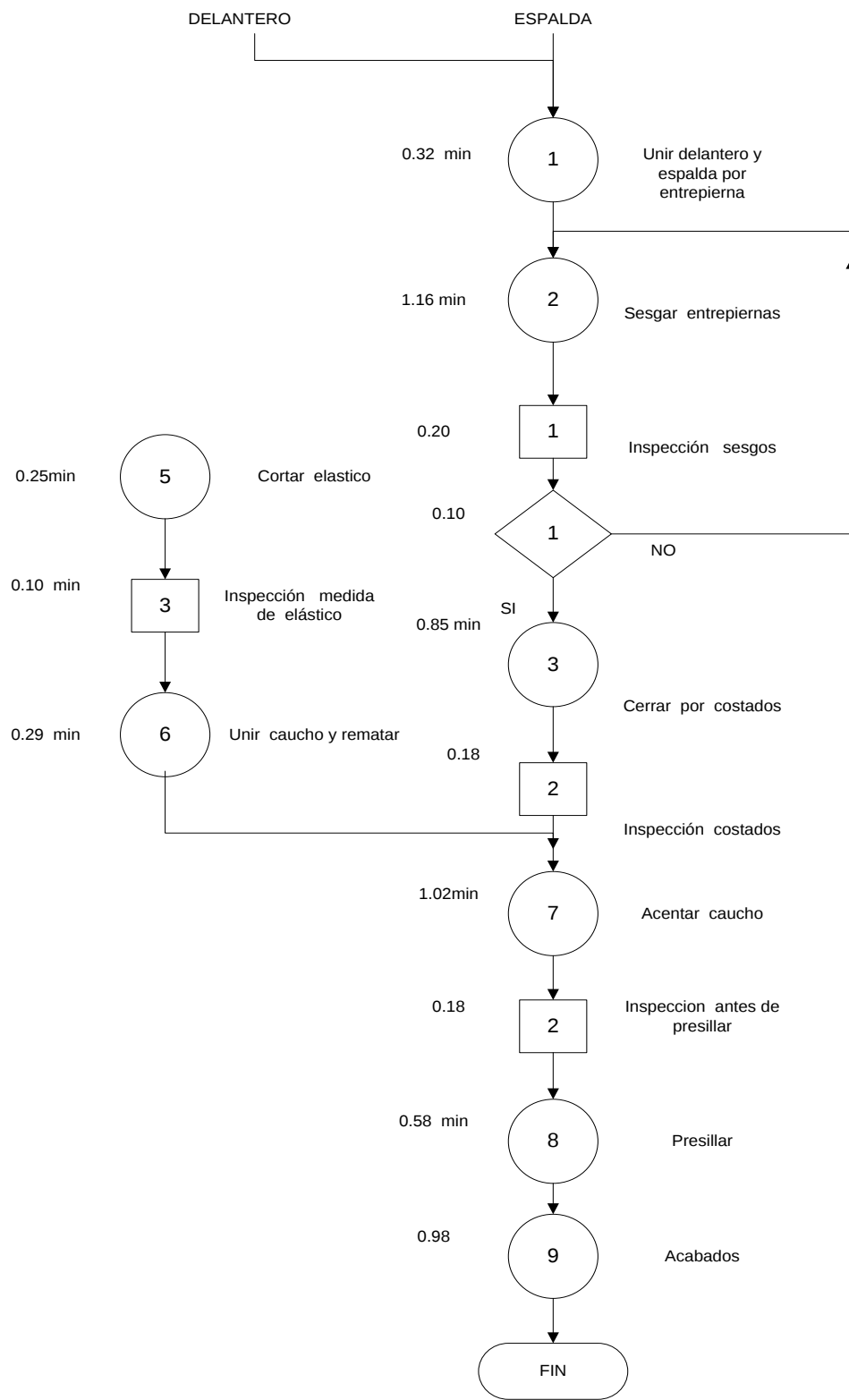


- MARQUILLAS Y COMPOSICIONES

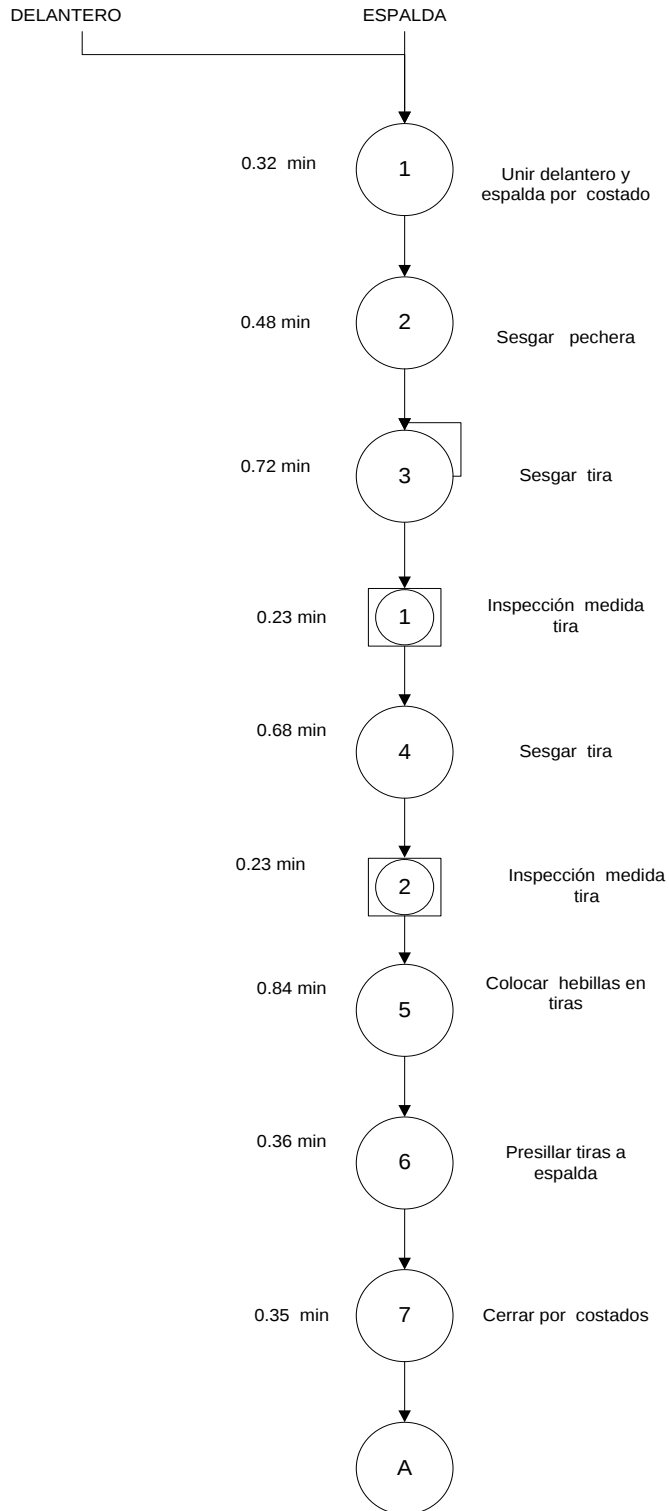


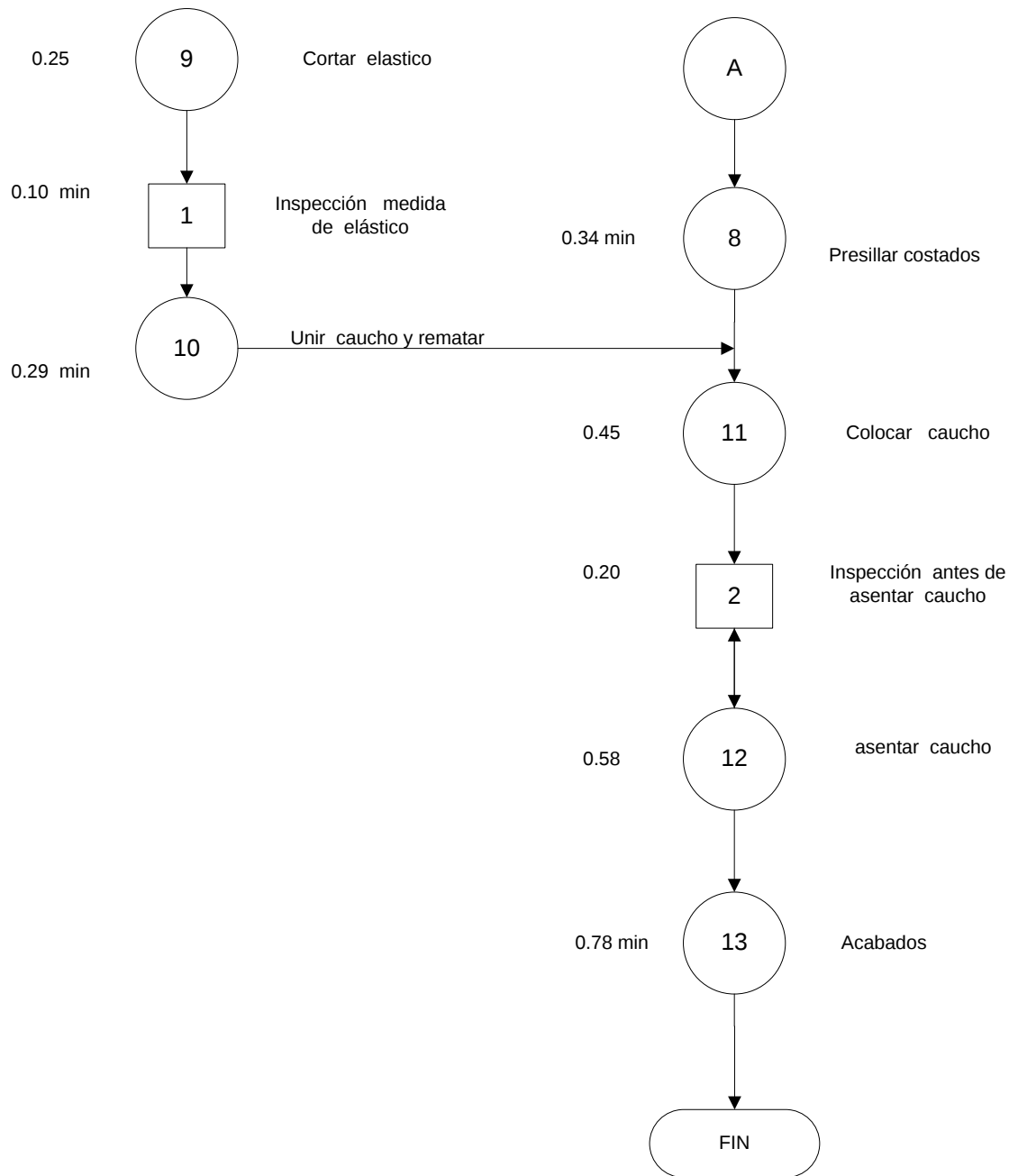
ANEXO J DIAGRAMAS DE FLUJO.

- Diagrama flujo panty

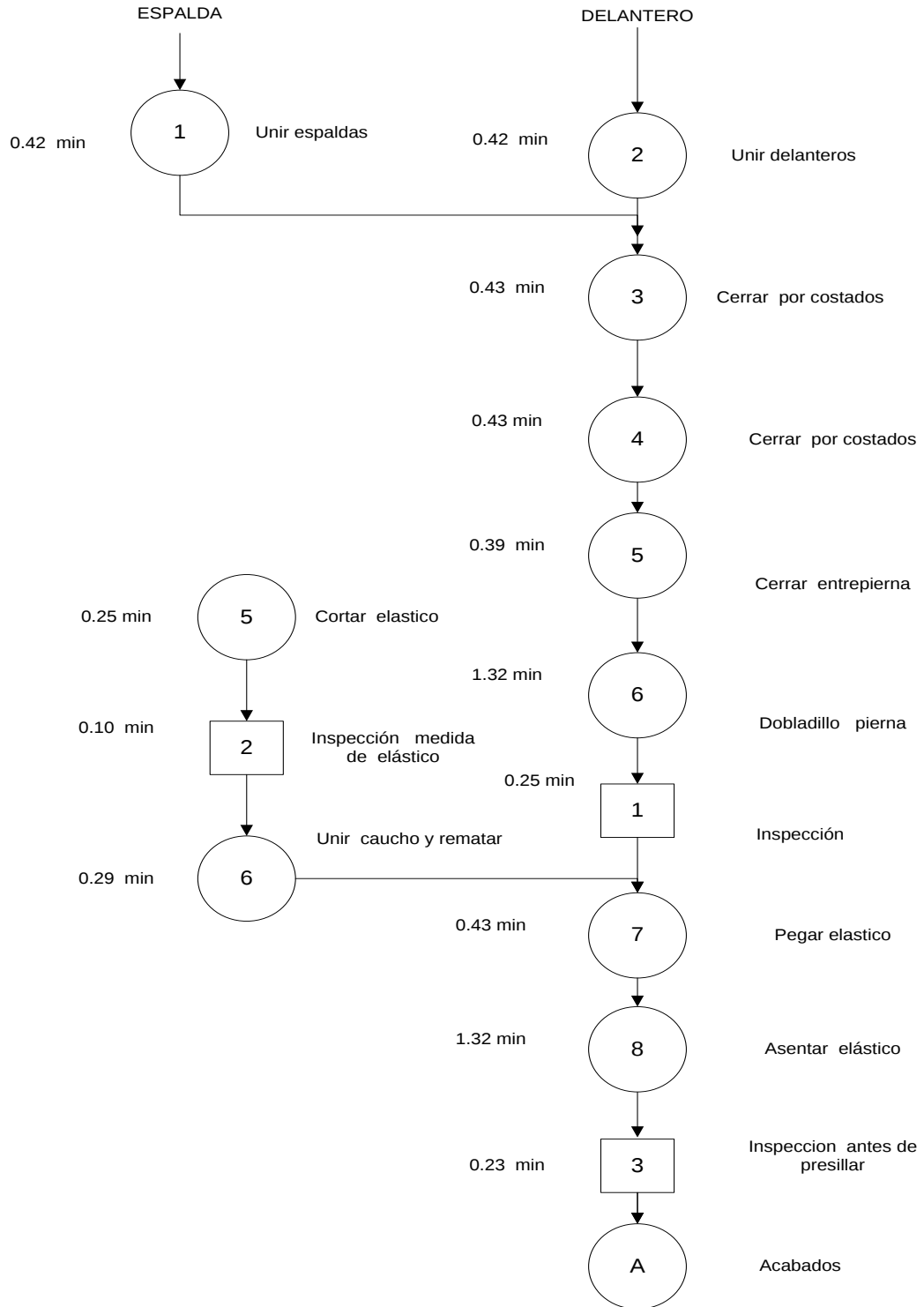


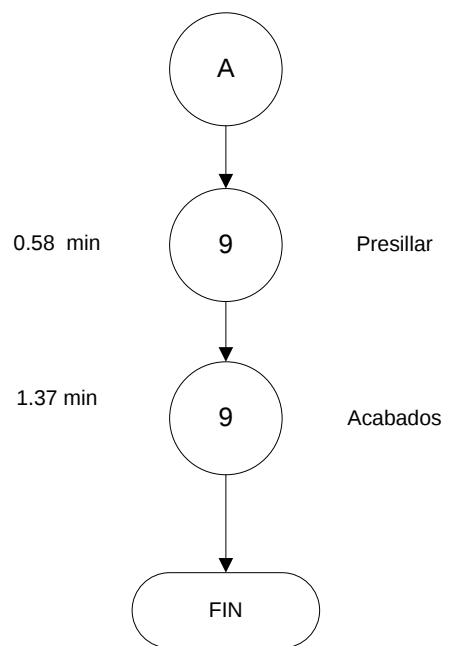
- Diagrama de flujo Top





- Diagrama de flujo cachetero





ANEXO K PRODUCTOS



ANEXO L ESTADO DE RESULTADOS A 31 DE DICIEMBRE DEL 2008

BAMBINOS COLLECTION E.U.			
ESTADO DE RESULTADOS DETALLADO (de 01/DIC/2008 a 31/DIC/2008)			
Cuenta		Valor del Mes	Valor Acumulado
4	INGRESOS	4,308,664.22	4,309,753.11
41	OPERACIONALES	4,308,000.00	4,308,000.00
4120	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	4,308,000.00	4,308,000.00
412031	ELABORACION DE CALIADO-BOLSOS	4,308,000.00	4,308,000.00
42	NO OPERACIONALES	664.22	1,753.11
4210	RENDIMIENTOS FINANCIEROS	608.22	1,456.11
421005	INTERESES	608.22	1,456.11
4295	DIVERSOS	56.00	297.00
429581	AJUSTE AL PESO	56.00	297.00
5	GASTOS	2,474,652.20	14,099,884.49
51	OPERACIONALES DE ADMINISTRACION	2,454,043.00	14,032,120.00
5105	GASTOS DE PERSONAL	322,698.00	362,698.00
510568	APORTES A ADRES DE RIESGOS PROFESIONALE	11,030.00	11,030.00
510569	APORTES A ENTIDADES PROMOT DE SALUD EPS	89,803.00	89,803.00
510570	APORTES A FONDOS DE PENSIONES Y/O CESANT	126,780.00	126,780.00
510572	APORTES CAJAS DE COMPENSACION FAMILIAR	95,085.00	95,085.00
510584	GASTOS MEDICOS Y DROGAS	0.00	40,000.00
5110	HONORARIOS	400,000.00	1,200,000.00
511005	HONORARIOS	400,000.00	1,200,000.00
5115	IMPUESTOS	0.00	79,000.00
511595	OTROS	0.00	79,000.00
5120	ARRENDAMIENTOS	430,000.00	2,150,000.00
512011	LOCAL	430,000.00	2,150,000.00
5135	SERVICIOS	53,160.00	418,616.00
513505	ASEO Y VIGILANCIA	0.00	140,000.00
513536	CELULARES	10,000.00	50,000.00
513550	TRANSPORTE FLETES Y ACARREO	16,000.00	38,200.00
513560	TV, CABLE	27,160.00	190,416.00
5140	GASTOS LEGALES	49,200.00	145,787.00
514005	NOTARIALES	0.00	18,187.00
514015	TRAMITES Y LICENCIAS	49,200.00	127,600.00
5145	MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	0.00	586,000.00
514515	MAQUINARIA Y EQUIPO	0.00	541,000.00
514525	EQUIPO DE COMPUTACION Y COMUNICACION	0.00	45,000.00
5150	ADECUACION E INSTALACIONES	0.00	3,210,100.00

CUENTA	NOMBRE DE LA CUENTA	VALOR DEL MES	VALOR ACUMULADO

515005	INSTALACIONES ELECTRICAS	0.00	402,500.00
515015	REPARACIONES LOCATIVAS	0.00	2,500,000.00
515095	OTROS	0.00	307,600.00
5160	DEPRECIACIONES	255,417.00	1,014,168.00
516010	MAQUINARIA Y EQUIPO	82,750.00	323,500.00
516015	MUERLES Y ENSERES	129,167.00	516,668.00
516020	EQUIPO DE COMPUTACION Y COMUNICACION	43,500.00	174,000.00
5195	DIVERSOS	943,568.00	4,865,751.00
519520	GASTOS REPRESENTACION RELACIONES PUBLICA	900,000.00	2,189,265.00
519525	ELEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA	31,518.00	39,018.00
519530	UTILES PAPELERIA Y FOTOCOPIAS	9,800.00	350,524.00
519545	TAXIS Y BUSES	0.00	394,900.00
519560	PUBLICIDAD	0.00	560,364.00
519561	CASINOS Y RESTAURANTES	0.00	380,350.00
519595	OTROS	0.00	541.00
51959501	AJUSTE AL PESO	0.00	541.00
519598	OTROS	2,250.00	950,789.00
-----		-----	
53	NO OPERACIONALES	20,609.20	67,764.49
-----		-----	
5305	FINANCIEROS	9,520.00	31,420.00
530505	GASTOS BANCARIOS	7,300.00	29,200.00
530520	INTERESES	2,220.00	2,220.00
5315	GASTOS EXTRAORDINARIOS	11,089.20	36,344.49
531525	GRAVAMEN MOVIMIENTO FINANCIERO	11,089.20	36,344.49
-----		-----	
7	COSTOS DE PRODUCCION OPERACIONAL	1,644,872.00	5,872,877.00
-----		-----	
71	MATERIA PRIMA	1,644,872.00	5,872,877.00
-----		-----	
7101	MATERIA PRIMAS	239,036.00	1,994,693.00
710101	COMPRA DE MERCANCIAS	-1,620,057.00	-3,000.00
710102	COMPRA M/CIAS RS	-138,600.00	0.00
710103	COMPRAS EXCENTAS	-3,147,693.00	-3,147,693.00
710104	COSTO DE MERCANCIA VENDIDA	5,145,386.00	5,145,386.00
7105	GASTOS DE PERSONAL	1,405,836.00	3,878,184.00
710506	SUELDOS	1,056,500.00	2,568,783.00
710527	AUXILIO DE TRANSPORTE	110,000.00	265,833.00
710530	CESANTIAS	97,207.00	236,216.00
710533	INTERESES SOBRE CENSANTIAS	972.00	2,362.00
710536	PRIMA DE SERVICIOS	97,207.00	236,216.00
710539	VACACIONES	43,950.00	106,861.00
710568	APORTES A RIESGOS PROFESIONALES	0.00	15,788.00
710569	APORTES A ENTIDAD PROMOT DE SALUD EPS	0.00	128,545.00
710570	APORTES A FONDOS PENSION Y/O CESANTIAS	0.00	181,474.00
710572	APORTES A CAJAS DE COMPENSACION FAMILIAR	0.00	60,491.00

BAMBINOS COLLECTION E.U.

ESTADO DE RESULTADOS DETALLADO (de 01/DIC/2008 a 31/DIC/2008)

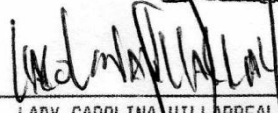
Página 3 de 3

CUENTA	NOMBRE DE LA CUENTA	VALOR DEL MES	VALOR ACUMULADO

710575	APORTES ICBF	0.00	45,369.00
710578	SENA	0.00	30,246.00

INGRESOS		4,308,664.22	4,309,753.11
EGRESOS		4,119,524.20	19,972,761.49
INGRESOS-EGRESOS		189,140.02	-15,663,008.38




LADY CAROLINA VILLARREAL SOLANO
GERENTE


MARIA DEL ROSARIO VARGAS C.
CONTADORA PUBLICA
T.P. 47675-T

ANEXO M BALANCE GENERAL A DICIEMBRE DEL 2008

BAMBINOS COLLECTION E.U.
BALANCE GENERAL (A 31 de DICIEMBRE del año 2008)

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
DISPONIBLE	994,438.62	OBLIGACIONES FINANCIERAS	1,396,000.00
CAJA	975,634.00	OTRAS OBLIGACIONES	1,396,000.00
CUENTAS DE AHORRO	18,804.62		
INVERSIONES	24,922,222.00		
DERECHOS FIDUCIARIOS	24,922,222.00	CUENTAS POR PAGAR	607,218.00
		COSTOS Y GASTOS POR PAGAR	200,000.00
DEUDORES	5,544,016.00	RETENCION Y APORTES NOMINA	407,218.00
CLIENTES	4,997,280.00		
ANTICIP IMPUES Y CONTRIB O SALDOS A F	546,736.00	IMPUESTOS-GRAVAMENES Y TASAS	423,044.00
		PASIVOS ESTIMADOS Y PROVISIONES	581,655.00
INVENTARIOS	1,150,000.00		
MATERIAS PRIMAS	200,000.00	TOTAL PASIVO CORRIENTE	3,007,917.00
PRODUCTOS TERMINADOS	250,000.00		
MERCANCIAS NO FABRICADAS POR LA EMPRE	700,000.00	PASIVO NO CORRIENTE	55,513,600.00
		OBLIGACIONES GUBERNAMENTALES	55,513,600.00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	32,610,676.62	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	55,513,600.00
		TOTAL PASIVO	58,521,517.00
ACTIVO FIJO		PATRIMONIO	
PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	10,747,832.00	CAPITAL SOCIAL	500,000.00
MAQUINARIA Y EQUIPO	9,690,000.00	RESULTADOS DEL EJERCICIO	-15,663,008.38
EQUIPOS DE OFICINA	1,550,000.00		
EQUIPO DE COMPUTACION Y COMUNICACIONE	522,000.00	TOTAL PATRIMONIO	-15,163,008.38
DEPRECIACION ACUMULADA	-1,014,168.00		
TOTAL ACTIVO FIJO	10,747,832.00		
TOTAL ACTIVO	43,358,508.62	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	43,358,508.62



(Signature)
LADY CAROLINA VILLARREAL SOLANO
GERENTE

(Signature)
MARIA DEL ROSARIO VARGAS C.
CONTADORA PUBLICA
T.P. 47675-T

ANEXO N BALANCE GENERAL A DICIEMBRE DEL 2009

BAMBINOS COLLECTION E.U.
(Nit.900,217,528-4)
BALANCE GENERAL (A 31 de DICIEMBRE del año 2009)

ACTIVO		PASIVO	
DISPONIBLE	4,196,921.03	OBLIGACIONES FINANCIERAS	55,803,600.00
CAJA	3,402,098.00	OBLIGACIONES GUBERNAMENTALES	55,513,600.00
CUENTAS DE AHORRO	794,823.03	OTRAS OBLIGACIONES	290,000.00
INVERSIONES	30,000.00	PROVEEDORES	3,947,868.00
DERECHOS FIDUCIARIOS	30,000.00	CUENTAS POR PAGAR	1,443,787.00
DEUDORES	4,985,227.00	COSTOS Y GASTOS POR PAGAR	637,682.00
CLIENTES	4,310,093.15	RETENCION EN LA FUENTE	22,223.00
ANTICIPOS Y AVANCES	211,584.00	IMPUESTOS A LAS VENTAS RETENIDO	17,778.00
ANTICIP IMPUES Y CONTRIB O SALDOS A F	462,712.00	RETENCION Y APORTES NOMINA	766,104.00
INVENTARIOS	34,684,521.50	IMPUESTOS-GRAVAMENES Y TASAS	1,581,548.00
MATERIAS PRIMAS	14,800,000.00	PASIVOS ESTIMADOS Y PROVISIONES	488,471.00
PRODUCTOS EN PROCESO	10,500,000.00		
PRODUCTOS TERMINADOS	9,384,521.50	TOTAL PASIVO	63,265,274.00
PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	9,699,597.00		
MAQUINARIA Y EQUIPO	11,439,972.00	PATRIMONIO	
EQUIPOS DE OFICINA	2,807,600.00	CAPITAL SOCIAL	500,000.00
EQUIPO DE COMPUTACION Y COMUNICACIONE	522,000.00	RESULTADOS DEL EJERCICIO	5,494,001.41
DEPRECIACION ACUMULADA	-5,069,975.00	RESULTADO DE EJERCICIOS ANTERIORES	-15,660,008.38
		TOTAL PATRIMONIO	-9,669,006.97
TOTAL ACTIVO	53,596,267.03	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	53,596,267.03

LADY CAROLINA VILLARREAL S.
GERENTE


 MARIA DEL ROSARIO VARGAS C
 CONTADOR PUBLICO
 T.P.47675-T

ANEXO O ESTADO DE RESULTADOS A DICIEMBRE DEL 2009

RAMBROS COLLECTION E.U. (Nit.900.217.528-4)		
ESTADO DE RESULTADOS DETALLADO (de 01/DIC/2009 a 31/DIC/2009) Página 2 de 3		

CUENTA	NOMBRE DE LA CUENTA	VALOR ACUMULADO

513595	OTROS	6,638.00
5140	GASTOS LEGALES	105,249.00
514015	TRAMITES Y LICENCIAS	105,249.00
5145	MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	25,500.00
514515	MAQUINARIA Y EQUIPO	25,500.00
5150	ADECUACION E INSTALACIONES	269,700.00
515005	INSTALACIONES ELECTRICAS	19,000.00
515015	REPARACIONES LOCATIVAS	13,500.00
515095	OTROS	237,200.00
5160	DEPRECIACIONES	4,055,807.00
516010	MAQUINARIA Y EQUIPO	2,188,393.00
516015	MUEBLES Y ENSERES	1,465,091.00
516020	EQUIPO DE COMPUTACION Y COMUNICACION	402,323.00
5195	DIVERSOS	1,760,534.00
519520	GASTOS REPRESENTACION RELACIONES PUBLICA	210,000.00
519525	ELEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA	57,650.00
519530	UTILES PAPELERIA Y FOTOCOPIAS	361,138.00
519540	ENVASES Y EMPAQUES	5,000.00
519561	CASINOS Y RESTAURANTES	7,500.00
519595	OTROS	1,903.00
51959501	AJUSTE AL PESO	1,903.00
519596	PARTICIPACION STAM-FERTAS	300,000.00
519598	OTROS	817,343.00
53	NO OPERACIONALES	7,219,152.98
5305	FINANCIEROS	5,685,502.54
530505	GASTOS BANCARIOS	336,807.54
530520	INTERESES	58,074.00
530535	DESCUENTOS COMERCIALES CONDICIONADOS	5,290,621.00
5315	GASTOS EXTRAORDINARIOS	1,533,650.44
531515	COSTOS Y GASTOS EJERCICIOS ANTERIORES	1,290,000.00
531520	IMPUESTOS ASUMIDOS	146,165.00
531525	GRAVAMEN MOVIMIENTO FINANCIERO	97,485.44
7	COSTOS DE PRODUCCION OPERACIONAL	39,035,289.00
71	MATERIA PRIMA	34,867,205.00
7101	MATERIA PRIMAS	24,684,714.00
710101	COMPRA DE MERCANCIAS	32,766,134.00
710102	COMPRA M/CIAS RS	821,250.00
710104	COSTO DE MERCANCIA VENDIDA	-8,902,670.00
7105	GASTOS DE PERSONAL	10,659,410.00

BAMBINDS COLLECTION E.U.
(Nit.900.217.528-4)
ESTADO DE RESULTADOS DETALLADO (de 01/ENE/2009 a 31/DIC/2009)

Página 1 de 3

CUENTA	NOMBRE DE LA CUENTA	VALOR ACUMULADO

4	INGRESOS	71,288,671.39

41	OPERACIONALES	71,084,854.00

4120	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	73,952,026.00
412025	ELABORACION DE PRENDAS DE VESTIR	73,952,026.00

4175	DEVOLUCIONES EN VENTAS (DB)	-2,867,172.00
417505	DEVOLUCIONES EN VENTAS	-2,867,172.00

42	NO OPERACIONALES	203,817.39

4210	RENDIMIENTOS FINANCIEROS	194,301.39
421005	INTERESES	3,565.39
421010	DESCUENTOS COMERCIALES CONDICIONADOS	190,736.00

4250	RECUPERACIONES	7,075.00
425030	DESCUENTOS CONCEDIDOS	7,075.00

4295	DIVERSOS	2,441.00
429581	AJUSTE AL PESO	2,441.00

5	GASTOS	26,759,380.98

51	OPERACIONALES DE ADMINISTRACION	19,540,228.00

5110	HONORARIOS	2,244,446.00
511005	HONORARIOS	2,244,446.00

5115	IMPUESTOS	9,000.00
511505	INDUSTRIA Y COMERCIO	9,000.00

5120	ARRENDAMIENTOS	6,210,000.00
512010	CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES	3,200,000.00
512011	LOCAL	3,010,000.00

5125	CONTRIBUCIONES Y AFILIACIONES	36,167.00
512510	AFILIACIONES Y SOSTENIMIENTO	36,167.00

5135	SERVICIOS	4,823,825.00
513510	TEMPORALES	90,300.00
513525	ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO	95,760.00
513530	ENERGIA ELECTRICA	1,320,620.00
513535	TELEFONO	345,414.00
513536	CELULARES	471,483.00
513537	INTERNET	160,901.00
513550	TRANSPORTE FLETES Y ACARREO	2,297,249.00
513555	GAS	35,460.00

BAMBINOS COLLECTION E.U. (Nit.900,217,528-4)

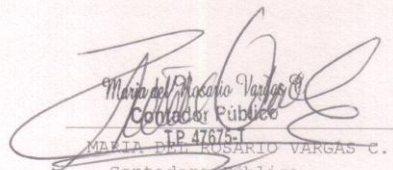
ESTADO DE RESULTADOS DETALLADO (de 01/DIC/2009 a 31/DIC/2009) Página 3 de 3

CUENTA	NOMBRE DE LA CUENTA	VALOR ACUMULADO
710506	SUELDO	6,437,817.00
710515	HORAS EXTRAS Y RECARGOS	38,820.00
710527	AUXILIO DE TRANSPORTE	721,483.00
710530	CESANTIAS	599,843.00
710533	INTERESES SOBRE CESANTIAS	15,562.00
710536	PRIMA DE SERVICIOS	599,843.00
710539	VACACIONES	267,813.00
710568	APORTES A RIESGOS PROFESIONALES	67,618.00
710569	APORTES A ENTIDAD PROMOT DE SALUD EPS	550,517.00
710570	APORTES A FONDOS PENSION Y/O CESANTIAS	777,196.00
710572	APORTES A CAJAS DE COMPENSACION FAMILIAR	259,065.00
710575	APORTES ICBF	194,300.00
710578	SENA	129,533.00
7125	DESCUENTOS Y DEVOLUCIONES EN COMPRAS	-476,919.00
712501	DEVOLUCIONES EN COMPRAS	-476,919.00

74	CONTRATOS DE SERVICIOS	4,168,084.00
7401	CONTRATOS DE SERVICIOS	4,168,084.00
740101	SERVICIO DE MAQUILA	3,141,484.00
740195	SERVICIOS VARIOS	1,026,600.00

INGRESOS	71,288,671.39
EGRESOS	65,794,669.98
INGRESOS-EGRESOS	5,494,001.41

LADY CAROLINA VILLARREAL S.
Gerente


Maria del Rosario Vargas C.
Contadora Publica
T.P. 47675-T

BAMBINOS COLLECTION E.U.
(Nit.900,217,528-4)
BALANCE GENERAL (A 31 de DICIEMBRE del año 2010)

LADY CAROLINA VILLARREAL S.
GERENTE

Maria del Rosario Vargas C
 Contador Público
 T.P. 47675-T
 MARIA DEL ROSARIO VARGAS C
 CONTADOR PUBLICO
 T.P. 47675-T

ANEXO Q ESTADO DE RESULTADOS A DICIEMBRE DEL 2010.

BAMBINOS COLLECTION E.U.		
(Nit.900,217,528-41)		
ESTADO DE RESULTADOS DETALLADO (de 01/DIC/2010 a 31/DIC/2010)		
Página 1 de 3		
CUENTA	NOMBRE DE LA CUENTA	VALOR ACUMULADO
4	INGRESOS	225,665,197.35
41	OPERACIONALES	170,059,017.00
4120	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	170,557,017.00
412025	ELABORACION DE PRENDAS DE VESTIR	170,557,017.00
4175	DEVOLUCIONES EN VENTAS (DB)	-498,000.00
417505	DEVOLUCIONES EN VENTAS	-498,000.00
42	NO OPERACIONALES	55,606,180.35
4210	RENDIMIENTOS FINANCIEROS	29,474.35
421005	INTERESES	1,172.35
421010	DESCUENTOS COMERCIALES CONDICIONADOS	28,302.00
4255	INDEMNIZACIONES	20,862.00
425525	POR PERDIDA DE MERCANCIA	20,862.00
4295	DIVERSOS	55,555,844.00
429550	RECONOCIMIENTOS PARAFISCALES	40,145.00
429557	SUBSIDIOS ESTATALES	55,513,600.00
429581	AJUSTE AL PESO	2,099.00
5	GASTOS	23,329,446.51
51	OPERACIONALES DE ADMINISTRACION	20,438,978.00
5110	HONORARIOS	2,666,664.00
511005	HONORARIOS	2,666,664.00
5115	IMPUESTOS	163,000.00
511505	INDUSTRIA Y COMERCIO	163,000.00
5120	ARRENDAMIENTOS	5,040,000.00
512010	CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES	5,040,000.00
5125	CONTRIBUCIONES Y AFILIACIONES	65,000.00
512510	AFILIACIONES Y SOSTENIMIENTO	65,000.00
5135	SERVICIOS	9,949,347.00
513510	TEMPORALES	1,212,509.00
513525	ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO	533,423.00
513530	ENERGIA ELECTRICA	987,947.00
513535	TELEFONO	383,178.00
513536	CELULARES	1,065,453.00
513537	INTERNET	301,102.00
513550	TRANSPORTE FLETES Y ACARREO	5,248,554.00

BAMBINOS COLLECTION E.U. (Nit.900,217,528-4)

ESTADO DE RESULTADOS DETALLADO (de 01/DIC/2010 a 31/DIC/2010) Página 2 de 3

CUENTA	NOMBRE DE LA CUENTA	VALOR ACUMULADO
513555	GAS	119,430.00
513595	OTROS	97,751.00
5140	GASTOS LEGALES	61,993.00
514015	TRAMITES Y LICENCIAS	61,993.00
5150	ADECUACION E INSTALACIONES	9,600.00
515005	INSTALACIONES ELECTRICAS	9,600.00
5160	DEPRECIACIONES	2,182,796.00
516010	MAQUINARIA Y EQUIPO	1,892,579.00
516015	MUEBLES Y ENSERES	127,251.00
516020	EQUIPO DE COMPUTACION Y COMUNICACION	162,966.00
5195	DIVERSOS	300,578.00
519530	UTILES PAPELERIA Y FOTOCOPIAS	163,353.00
519595	OTROS	708.00
51959501	AJUSTE AL PESO	708.00
519598	OTROS	136,517.00
53	NO OPERACIONALES	2,890,468.51
5305	FINANCIEROS	2,542,355.30
530505	GASTOS BANCARIOS	140,702.30
530520	INTERESES	282,166.00
530535	DESCUENTOS COMERCIALES CONDICIONADOS	2,119,487.00
5315	GASTOS EXTRAORDINARIOS	348,113.21
531515	COSTOS Y GASTOS EJERCICIOS ANTERIORES	30,000.00
531520	IMPUESTOS ASUMIDOS	273,591.00
531525	GRAVAMEN MOVIMIENTO FINANCIERO	44,522.21
7	COSTOS DE PRODUCCION OPERACIONAL	118,532,459.00
71	MATERIA PRIMA	118,532,459.00
7101	MATERIA PRIMAS	78,122,455.00
710101	COMPRA DE MERCANCIAS	17,696,542.00
710102	COMPRA M/CIAS RS	12,182,172.00
710104	COSTO DE MERCANCIA VENDIDA	48,243,741.00
7105	GASTOS DE PERSONAL	43,555,850.00
710506	SUELDOS	24,720,000.00
710527	AUXILIO DE TRANSPORTE	2,952,000.00
710530	CESANTIAS	2,305,991.00
710533	INTERESES SOBRE CENSANTIAS	276,720.00
710536	PRIMA DE SERVICIOS	2,305,991.00
710539	VACACIONES	1,151,155.00
710560	INDEMNIZACION LABORAL	315,915.00
710568	APORTES A RIESGOS PROFESIONALES	258,078.00

BAMBINOS COLLECTION E.U. (Nit.900.217.528-4)

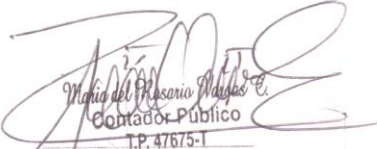
ESTADO DE RESULTADOS DETALLADO (de 01/DIC/2010 a 31/DIC/2010) Página 3 de 3

CUENTA	NOMBRE DE LA CUENTA	VALOR ACUMULADO
710569	APORTES A ENTIDAD PROMOT DE SALUD EPS	3,090,000.00
710570	APORTES A FONDOS PENSION Y/O CESANTIAS	3,955,200.00
710572	APORTES A CAJAS DE COMPENSACION FAMILIAR	988,800.00
710575	APORTES ICBF	741,600.00
710578	SENA	494,400.00

7125	DESCUENTOS Y DEVOLUCIONES EN COMPRAS	-3,145,846.00
712501	DEVOLUCIONES EN COMPRAS	-3,145,846.00

INGRESOS	225,665,197.35
EGRESOS	141,861,905.51
INGRESOS-EGRESOS	83,803,291.84

LADY CAROLINA VILLARREAL S.
GERENTE


Maria del Rosario Vargas C.
Contador Publico
T.P. 47675-T
MARIA DEL ROSARIO VARGAS C.
CONTADOR PUBLICO
T.P. 47675-T

ANEXO R ORDEN DE CORTE

FECHA		D		M		A		ORDEN DE CORTE No.						0101	
NOMBRE DE LA PRENDA												REF.			
TALLAS															
CARTA	COLOR	COMBINACION	6	2	12	4	18	6	24	8	36	10	12		
TOTAL															
LARGO TRAZO 1		No. TELAS			TOTAL METROS	1	2	3	4	TELA 1					
LARGO TRAZO 2		No. TELAS			TOTAL METROS	1	2	3	4	TELA 2					
LARGO TRAZO 3		No. TELAS			TOTAL METROS	1	2	3	4	TELA 3					
LARGO TRAZO 4		No. TELAS			TOTAL METROS	1	2	3	4	TELA 4					
PROMEDIO TOTAL TEXTIL					PROMEDIO COMBINACION					PROMEDIO TOTAL UNIT.					
BORDADO / ESTAMPADO															
OBSERVACIONES															

ANEXO S FORMATO ENVIO A TALLER DE ENSAMBLE

CEL: 311-525 8023				REMISION DE TRABAJO A TALLER				0101				
NOMBRE TALLER								REF:				
DIR. Y TEL:								O.C.				
FECHA DE ENTREGA A TALLER						FECHA DE ENTREGA TERMINADO						
TALLA												
COLORES	COMBINACIÓN	6	2	12	4	18	6	24	8	36	10	12
TOTAL PRENDAS												
VALOR UNITARIO				VALOR TOTAL				FIRMA TALLER:				
MEDIDAS DE CAUCHO		MEDIDAS DE CAUCHO		MATERIALES ENTREGADOS				OBSERVACIONES:				
T- T-	T- T-	MUESTRA FISICA ☐ TALLAS ☐				 						
T- T-	T- T-	CAUCHO ☐ CINTAS ☐										
T- T-	T- T-											
ATENCION: Por favor al recibir este trabajo realizar una llamada a notificar a la persona que entrega cualquier inquietud, de no hacerlo se da por entendido que usted acepta que la prenda esta completa, entiende las medidas y los materiales están completos, por favor guíese por el formato y por la muestra física, cualquier inquietud llamar al 6367613. NOTA LOS ARREGLOS Y DAÑOS PROVENIENTES DE ERRORES CORREN TOTALMENTE POR LA CUENTA DE ENSAMBLE (ESTO INCLUYE RECIGIDAS Y TRASLADOS DE LAS PRENDAS MANCHADAS CON CUALQUIER TIPO DE SUSTANCIA (GRASA, BEBIDAS, COMIDAS ETC...)) DEL MISMO MODO SE DESCONTARÁ LA TELA AVERIADA ASI COMO TODOS LOS COSTOS DE CORTES Y TIEMPOS QUE SE DEDIQUE A LA PIEZA O PRENDA DAÑADA												

ANEXO T CAMARA DE COMERCIO

No. 6808899



CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL DE EMPRESA UNIPERSONAL DE:
BAMBINOS COLLECTION E.U

EL SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA, CON FUNDAMENTO
EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

C E R T I F I C A

NOMBRE:
BAMBINOS COLLECTION E.U
NIT : 900217528-4
DIRECCION COMERCIAL: CR 28 NO. 13-36 APTO 101
DOMICILIO: BUCARAMANGA TEL: 3115258023
EMAIL: caroline_villa@hotmail.com

C E R T I F I C A

MATRICULA: 05-149937-10 DEL 2008/05/13

CONSTITUCION: QUE POR DOCUM PRIVADO DE 2008/04/25 INSCRITA EN ESTA CAMARA DE
COMERCIO EL 2008/05/13 BAJO EL No 75350 DEL LIBRO 9, SE CONSTITUYO LA EMPRESA
UNIPERSONAL DENOMINADA BAMBINOS COLLECTION E.U

C E R T I F I C A

VIGENCIA ES: INDEFINIDA

C E R T I F I C A

OBJETO SOCIAL: " LA EMPRESA UNIPERSONAL TIENE POR OBJETO EL DISEÑO, FABRICACION
Y COMERCIALIZACION DE TODA CLASE DE PRENDAS DE VESTIR Y ACCESORIOS EN TODO TIPO
DE TELAS. PARAGRAFO: SE ENTIENDE INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS DIREC
TAMENTE RELACIONADOS CON EL MISMO Y QUE TENGA FINALIDAD EJERCER LOS DERECHOS Y
CUMPLIR LAS OBLIGACIONES LEGAL Y CONVENCIONALMENTE DERIVADAS DE LA EXISTENCIA Y
ACTIVIDAD DE LA SOCIEDAD. EN DESARROLLO DE SU OBJETO SOCIAL, LA SOCIEDAD PODRA:
1.- ADQUIRIR BIENES E INMUEBLES, CORPORALES E INCORPORALES, TANGIBLES E INTANGI
BLES. 2.- CELEBRAR CONTRATOS DE CUENTAS CORRIENTES, DEPOSITOS BANCARIOS, ETC.
3.- CELEBRAR CONTRATOS DE MUTUO CON O SIN INTERES, DAR EN GARANTIAS SUS BIENES
MUEBLES E INMUEBLES Y CELEBRAR TODA CLASE DE OPERACIONES DE CREDITO. 4.- CELE
BRAR CONTRATOS DE PRESTACIONES DE SERVICIOS. 5.- ADQUIRIR, ENDOSAR, AVALAR,
TRANSFERIR, DESCONTAR, ETC. CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES Y EN GENERAL TO
DA CLASE DE TITULOS VALORES. 6.- PARTICIPAR COMO SOCIA EN OTRAS REUNIONES. 7.- CELEBRAR
EN GENERAL, CELEBRAR O EJECUTAR TODA CLASE DE ACTOS Y CONTRATOS. 7.- CELEBRAR
ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA IMPORTACION Y EXPORTACION DE LOS PRODUCTOS FA
BRICADOS."

C E R T I F I C A

CAPITAL SOCIAL ES : \$500.000 DIVIDO EN : 500
CUOTAS DE UN VALOR NOMINAL DE \$1.000,00 CADA UNA, DISTRIBUIDAS ASI :

SOCIOS NOMBRE	DOCUMENTO IDENTIDAD	NUMERO CUOTAS	VALOR APORTES
VILLARREAL SOLANO LADY CAROLINA	63398561	500	500.000,00

C E R T I F I C A

EMPRESARIO
NOMBRE
VILLARREAL SOLANO LADY CAROLINA
DOCUMENTO
IDENTIDAD
63398561

C E R T I F I C A

RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS: EL TITULAR DE LA EMPRESA UNIPERSONAL RESPONDE

BAMBINOS COLLECTION E.U

HASTA POR EL MONTE DE SUS APORTES.

C E R T I F I C A

REPRESENTACION LEGAL: LA ADMINISTRACION DE LA EMPRESA UNIPERSONAL ESTARA A CARGO DE UN GERENTE QUIEN SERA TAMBIEN EL REPRESENTANTE LEGAL.

C E R T I F I C A

QUE POR DOCUM PRIVADO DE 2008/04/25 INSCRITA EN ESTA CAMARA DE COMERCIO EL 2008/05/13 BAJO EL No 75350 DEL LIBRO 9, CONSTA:

CARGO NOMBRE
GERENTE VILLARREAL SOLANO LADY CAROLINA
DOC. IDENT. C.C. 63398561

C E R T I F I C A

FACULTADES DEL REPRESENTANTE LEGAL: " 1.- ADQUIRIR BIENES E INMUEBLES, CORPORALES E INCORPORABLES, TANGIBLES E INTANGIBLES. 2.- CELEBRAR CONTRATOS DE CUENTAS CORRIENTES, DEPOSITOS BANCARIOS, ETC. 3.- CELEBRAR CONTRATOS DE MUTUO CON O SIN INTIRES, DAR EN GARANTIAS SUS BIENES MUEBLES E INMUEBLES Y CELEBRAR TODA CLASE DE OPERACIONES DE CREDITO. 4.- CELEBRAR CONTRATOS DE PRESTACIONES DE SERVICIOS. 5.- ADQUIRIR, ENDOSAR, AVALAR, TRANSFERIR, DESCOTAR, ETC. CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES Y EN GENERAL TODA CLASE DE TITULOS VALORES. 6.- PARTICIPAR COMO SOCIA EN OTRAS REUNIONES. 7.- EN GENERAL CELEBRAR O EJECUTAR TODA CLASE DE ACTOS Y CONTRATOS."

C E R T I F I C A

MATRICULA ESTABLECIMIENTO: 149939 DEL 2008/05/13
RENOVACION MATRICULA ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO : 2008/05/13
BAMBINOS COLLECTION E.U.
CR 28 NO. 13-36 APTO 101 BUCARAMANGA

C E R T I F I C A

DIRECCION PARA RECIBIR NOTIFICACIONES JUDICIALES :
CR 28 NO. 13-36 APTO 101 BUCARAMANGA

NO APARECE INSCRIPCION POSTERIOR DE DOCUMENTOS QUE MODIFIQUE LO ANTES ENUNCIADO
EXPEDIDO EN BUCARAMANGA, A 2008/12/01 10:57:55 - REFERENCIA OPERACION 3514942

LOS ACTOS DE REGISTRO AQUI CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME CINCO DIAS HABILES DESPUES DE LA FECHA DE INSCRIPCION, SIEMPRE QUE, DENTRO DE DICHO TERMINO, NO SEAN OBJETO DE LOS RECURSOS DE REPOSICION ANTE ESTA ENTIDAD, Y / O DE APELACION ANTE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO.

EL SECRETARIO

NO CAUSA IMPUESTO DE TIMBRE

20336916

No. 6808900

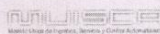
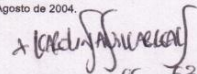


PAGINA 3

BAMBINOS COLLECTION E.U

Handwritten signature

ANEXO U. RUT

 Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal			001																																						
Espacio reservado para la DIAN 		2. Concepto 02 Actualización 4. Número de formulario  (415)7707212489984(8020) 000001408250434 6																																							
5. Número de Identificación Tributaria (NIT): 9 0 0 2 1 7 5 2 8 - 4 6. DV: 4 12. Administración: Bucaramanga 14. Buzón electrónico: 4																																									
IDENTIFICACION																																									
24. Tipo de contribuyente: Persona jurídica 25. Tipo de documento: 1 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: BAMBINOS COLLECTION E.U. 36. Nombre comercial: 37. Sigla:																																									
UBICACION																																									
38. País: COLOMBIA 39. Departamento: Santander 40. Ciudad/Municipio: Bucaramanga		41. Dirección: CR 28 13 36 AP 101 42. Correo electrónico: caroline_villa@hotmail.com 43. Apartado aéreo: 44. Teléfono 1: 45. Teléfono 2:																																							
CLASIFICACION																																									
Actividad económica 46. Código: 1 8 1 0 47. Fecha inicio actividad: 2 0 0 8 0 4 2 5 48. Código: 5 2 3 3 49. Fecha inicio actividad: 2 0 0 8 0 4 2 5		Ocupación 50. Código: 1 1 1 5 2 5 8 0 2 3 51. Código: 52. Número establecimientos: 1																																							
Responsabilidades																																									
53. Código: <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <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> <tr><td>5</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>1</td><td>1</td><td>4</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	5	7	8	9	1	1	4													
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18																								
5	7	8	9	1	1	4																																			
05- Impto. renta y compl. régimen ordinario 07- Retención en la fuente a título de renta 08- Retención timbre nacional 09- Retención en la fuente en el impuesto sobre las v 11- Ventas régimen común 14- Informante de exogena																																									
Usuarios aduaneros		Exportadores																																							
54. Código: <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <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></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>55. Forma:</td> <td>56. Tipo:</td> <td>Servicio</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>57. Modo:</td> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>☐</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>58. CPC:</td> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>☐</td> </tr> </table>		55. Forma:	56. Tipo:	Servicio	1	2	3	☐	☐	57. Modo:	☐	☐	☐			58. CPC:	☐	☐	☐
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10																																
55. Forma:	56. Tipo:	Servicio	1	2	3																																				
☐	☐	57. Modo:	☐	☐	☐																																				
		58. CPC:	☐	☐	☐																																				
Para uso exclusivo de la DIAN																																									
59. Anexos: SI ☒ NO ☐ 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. Firma del solicitante:  CC. 63398561 DE MARIANA		60. No. de folios: 3 Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma del funcionario autorizado:  983. Nombre: RUEDA SANTOS YONAIRA MILENA 984. Cargo: PROFESIONAL EN INGRESOS PUBLICOS I																																							

ANEXO V. REGISTRO DE INDUSTRIA Y COMERCIO

MUNICIPIO DE BUCARAMANGA

Propietario: BAMBINOS COLLECTION E.U.
 Dirección: CR 28 13 36
 Pago Ant.: F Pg Ant. 068077
 Vr Pag Ant. 0,00 Fec. Vencimiento 04/11/2010

PAGOS DE RADICACION - Normal

Recibo Nro. 012001S1100001550
 Fecha: 02/12/2008 15:46:50
 Nit. 000900217528 Placa 068077
 Pg Desde 2008 1 Pg Hasta 2008 1

CONTRIBUYENTE

Actividad: FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR

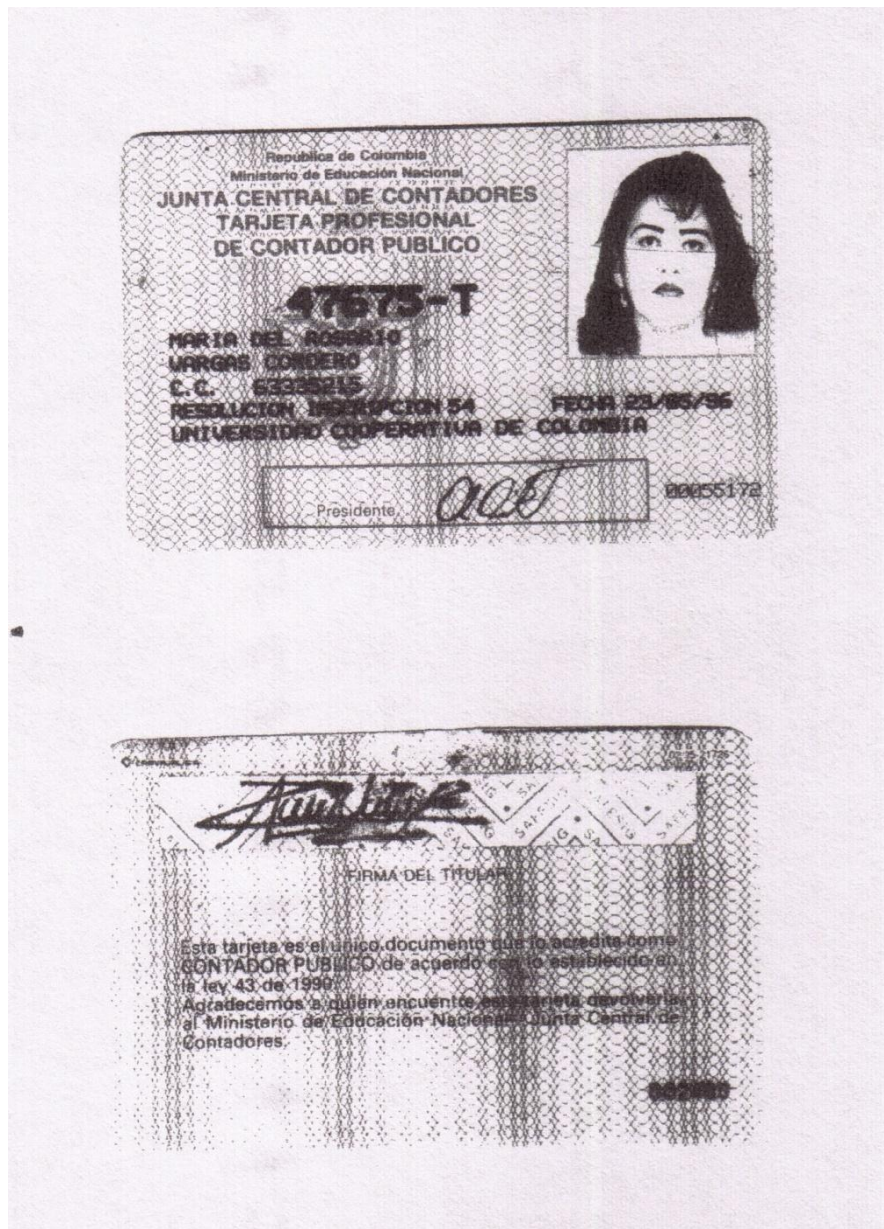
Concepto	Total Concepto
Concepto Sanitario	0,00
Fumigación	0,00
Uso Del Suelo	0,00
Concepto De Seguridad	0,00
Formulario Radicación	0,00
Matrícula	46.149,00
Estampillas	0,00
TOTAL	46.149,00

Ajuste Mil: -149,00
 Valor A Pagar: 46.000,00
 Valor Pagado: 46.000,00

* 0 0 0 9 0 0 2 1 7 5 2 8 *

BUCARAMANGA
EMPRESA DE 100011

ANEXO W TARJETA PROFESIONAL CONTADORA.



**ANEXO X CARTA DE CONDONACION RECURSOS FONDO
EMPRENDER**



681010

Bucaramanga,

No: 2-2010-001984
27/08/2010 15:25:25

Señores
BAMBINOS COLLECTION E.U.
Ciudad.

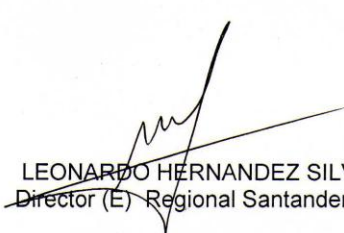
Asunto: Notificación Condonación Recursos
Fondo Emprender.

Señor (a) LADY CAROLINA VILLARREAL SOLANO identificado (a) con C.C. 63.398.561. Por medio de la presente le notifico que mediante Resolución 02257 del dos (2) de agosto de 2010, El Consejo Directivo Nacional del Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA, resolvió condonar los recursos asignados por el Fondo Emprender, al plan negocio N° 21264 con Contrato de Cooperación Empresarial N° 2080934 denominado \$55.483.600. Así mismo, le informo que a partir de la fecha cesa cualquier obligación contractual entre el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, el Fondo Financiero de Proyectos de Desarrollo FONADE y la señora LADY CAROLINA VILLARREAL SOLANO.

El Emprendedor deberá solicitar por escrito la liquidación de su contrato de Cooperación y la entrega de las garantías que fueron firmadas como Contrato de prenda y pagare, a la Dra. Adriana Correa Lara, Gerente Administradora de los Recursos del Fondo Emprender a la calle 26 N° 13 – 19 piso 19 FONADE Bogotá.

Se adjunta, Resolución 02257 de 2010, con listado de planes de negocio favorecidos de conformidad con el informe rendido por el Fondo Financiero de Proyectos de desarrollo FONADE.

Cordialmente,


LEONARDO HERNANDEZ SILVA
Director (E) Regional Santander.

Proyectó: BAMBINOS COLLECTION E.U.
(Anexo 3 folios)

Ministerio de la Protección Social
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

Calle 16 No. 27 - 37 indicativo 097 PBX: 6800600 www.sena.edu.co
Bucaramanga - Colombia