

GMW Luce decorosa S.A.S

Karen Julieth Sánchez Pedraza

Institución Universitaria Latina UNILATINA, administración de Empresas

A.F. Samary Andrea Rodríguez

Noviembre 2021

Nota De Aceptación

Jurado 1

Jurado 2

Jurado 3

Dedicatoria

Para mi yo del futuro, para que nunca se me olvide que Dios fue el único que pudo permitir este proyecto, que sola nunca voy a poder, que siempre lo necesitare para cumplir mis metas, siempre y cuando sean aprobadas por él, que recuerde a mi familia y mis conocidos los cuales me motivaron a seguir, a ser perseverante, a mis compañeros y profesores que me inculcaron buenos conocimientos en mi formación educativa y como persona, que por cierto me quedo con lo mejor de cada uno, en fin esto va dedicado a mi yo para que no olvide lo mucho que he luchado y que siempre hay algo que mejorar y valorar que son aquellas personas que han pasado por mi vida, unas se han quedado u otras se han ido pero a pesar de todo con la fuerza de Dios he seguido adelante y no me he limitado, por el contrario me han impulsado para no estancarme si no seguir sin importar que vengan sobre mi viento y marea.

Agradecimiento

Primera y únicamente a Dios por que ha hecho esto posible, su misericordia ha estado presente en mi vida y he visto sus milagros desde lo más mínimo hasta lo más grande, gracias a él porque me dio unos padres maravillosos que han hecho lo posible por formar un mejor ser para este mundo, superándose cada día y siendo perseverante, gracias a él conocí a mis profesores y compañeros que me ayudaron en mi proceso educativo y demás personas que marcaron mi vida para bien. Dios ha sido la base y la raíz de todo, por ello mi agradecimiento va principalmente para Dios por qué sin él no soy nada, sin el nada tendría, sin él no estaría donde estoy hoy.

Resumen

En este proyecto daremos a conocer el proceso de toda la idea de negocio que se esta creando, una breve introducción que contara de que se trata el producto y servicio que será implementado, la fabricación y comercialización de faldas, como primordial se aclara el problema o necesidad que se encontró, incluir los asesores para una mejor experiencia a la hora de comprar la prenda, explicando a que público objetivo esta inclinado, hacia las personas devotas a una religión como principales y directos clientes, luego las personas que guste y quieran el producto que se ofrece, estudios demográficos y geográficos, los objetivos, el plan de mercadeo, las 4 p, la estructura organizacional, como surgió el nombre, sus colores, logo tipo, slogan, etc. toda la parte de financiamiento como la mano de hora, la materia prima, planta y equipo y demás.

Palabras clave: Fabricación, comercialización, asesor, faldas, público objetivo.

Abstract

In this project we will present the process of the entire business idea that is being created, a brief introduction that will tell what the product and service that will be implemented is about, the manufacture and commercialization of skirts, as the main problem is clarified o Need that was found, include the advisers for a better experience when buying the garment, explaining which target audience is inclined, towards people devoted to a religion as the main and direct clients, then the people who like and want the product offered, demographic and geographic studies, objectives, marketing plan, the 4 p's, the organizational structure, how the name came about, its colors, logo type, slogan, etc. all the financing part such as the hour hand, the raw material, plant and equipment and others.

Keywords: Manufacturing, marketing, consultant, skirts, target audience.

Tabla de contenido

Introducción	4
1. De la idea del producto o servicio.....	5
1.1 Planteamiento del problema.....	5
1.2 Dofa personal	5
1.3 Justificación	6
1.4 Objetivos	6
2. Estudio general del bien o servicio a desarrollar.....	7
2.1 Análisis DOFA.....	7
2.2 Diferenciación del producto o servicio	7
2.3 Precios o tarifas.....	8
2.4 Distribución y mercadeo	9
2.5 Promoción y publicidad	9
2.6 Estrategias de comunicación.....	9
3. Estudios Técnicos del Proyecto.....	10
3.1 Estudio geográfico	10
3.2 Estudio demográfico	10
3.3 Definición del producto, bienes o servicios que se desarrollaran.....	10
3.4 Nombre, marcas, logotipos, emblemas, slogan de la empresa.....	11
3.5 Definición y descripción.....	11
3.6 Usos y usuarios: Definición de la clientela potencial	12
3.6.1 Instrumento de recopilación de datos	13
3.6.2 Análisis de la recopilación de datos	14
3.7 Factores de competencia	18
3.8 Tecnología del proyecto.....	18
3.9 Diseño de proceso productivo.....	19
3.10 Funciones de los cargos	20
3.11 Planimetría y diseño de planta	21
3.12 Capacidad de producción.....	22
4. Aspectos legales y Organizativos.....	22
4.1 Definición forma jurídica de la empresa.....	22
4.2 Procedimientos legales para la formación de empresa	31
5. Plan de Financiación Promoción y Etapa Pre operativa	32
5.1 Presupuesto de ventas	32

5.2 Presupuesto de compras	34
5.3 Presupuesto de costos y gastos	36
5.4 Plan de inversión y financiación	37
5.5 Plan de inversión y financiación	38
5.6 Lienzo CANVAS	39
Conclusiones	39
Referencias bibliográficas	39

Introducción

En medio del proceso de este proyecto se muestran rasgos sobre las necesidades que surgen en las iglesias cristianas, aquellas personas que asisten tienen una creencia diferente a la mayoría, por esa razón se visten como se visten, para estas mujeres quizá no está mal vestirse con pantalón, pero cuando visten una bella falda larga les es mucho más bonito y decoroso ante Dios y los hombres.

Las iglesias tienen grupos de alabanza la cual son varias personas que tocan instrumentos y cantan, las chicas que están en danza, las mujeres mayores están en la puerta llamadas ujieres y las que cuidan a los niños llamado escuela dominical, ellas deben ir muy bien uniformadas, por lo tanto, buscan un lugar de confianza donde puedan mandar hacer sus propias faldas personalizadas en cuanto a estilos y telas, buscan una asesoría de las mismas y la economía. Ahora en el ámbito individual son aquellas personas que buscan algo único ya sea para unos 15 años o una boda ya que estas iglesias constantemente están realizando alguna de estas celebraciones, no solo ellas si no también aquellas que solo asisten a la iglesia y les gustaría verse muy bien en ese lugar.

Son mujeres que tienen una creencia particular, pero por esta razón no se rechaza a una mujer que tenga una creencia diferente a la del público objetivo, mujeres que asisten a las iglesias cristianas. Con este proyecto se busca satisfacer este tipo de necesidades en las iglesias cristianas ubicadas en la localidad de Kennedy, se incluirá un catálogo de los estilos existentes junto con la opción de hacerlo a medida con los modelos disponibles en el punto de venta físico.

1. De la idea del producto o servicio

1.1 Planteamiento del problema

Mujeres que asisten a iglesias cristianas bien sea que hagan parte de un grupo grande o no de la misma que buscan confiabilidad y un punto fijo donde comprar sus faldas con asesoría en cuanto a los modelos y las telas dependiendo del servicio que realizan en la iglesia, sabiendo que la chica que danza necesita una tela diferente para su vestido, GMW busca dar esa confianza a las mujeres con este tipo de producto y su debido asesoramiento.

1.2 Dofa personal



1.3 Justificación

Las mujeres buscan sentirse decorosas ante dios primeramente ya que así es su creencia, también para sí mismas, sentirse cómodas ya que una falda también se ve bien con tenis y por otro lado para asistir a algún evento le gustaría lucir algo diferente, único, como ellas quieran y se sientan bien. Para grupos grandes que asistan a estas iglesias en cuanto a la uniformidad y orden.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

En el proyecto, se quiere ofrecer faldas con variedad en diseño y tela acomodándonos a la necesidad que soliciten los miembros que pertenecen a nuestro público objetivo, aquellas personas que asisten a las iglesias cristianas para así satisfacer las necesidades que surgen por este producto internamente en las iglesias para diferentes eventos, se realizara publicidad para obtener un mayor reconocimiento en la localidad de Kennedy en general y lograr obtener la mayor información posible de las clientes en cuanto sus gustos en los diferentes modelos de este producto.

1.4.2 Objetivos específicos

- Hacer publicidad por redes sociales y voz a voz en los barrios patio bonito, tierra buena, Dindalito y bellavista, ofreciendo un producto adecuado para un segmento de población con creencias cristianas.
- Lograr satisfacer a las necesidades que surgen en las iglesias en cuanto al vestuario individual y grupal.

- Se realizarán encuestas a las diferentes personas que asisten a las iglesias cristianas vía virtual para así conocer sus gustos frente a este producto y sus diferentes estilos.
- Ampliar el reconocimiento de este producto en todas las iglesias de la localidad de Kennedy.
- Ampliar el conocimiento en telas y diseños.
- Realizar el catálogo digital con los diseños existentes.

2. Estudio general del bien o servicio a desarrollar

2.1 Análisis DOFA

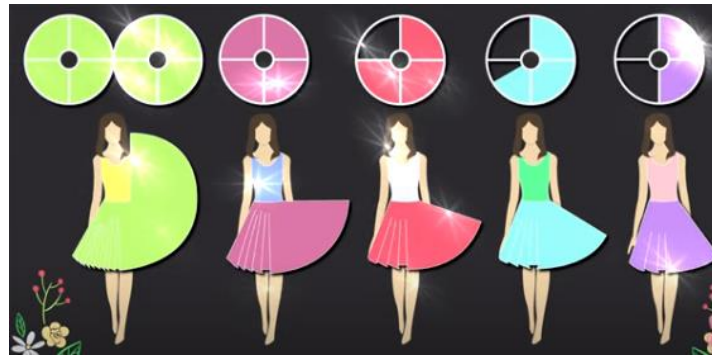


2.2 Diferenciación del producto o servicio

GMW se dedica a la fabricación y comercialización de faldas para un segmento de población especial, todas aquellas personas que son devotas a una religión, la

necesidad que satisface a los clientes es tener un lugar apropiado que les ayude a escoger las prendas que necesitan para su evento o posición en la iglesia, sin dejar de lado a aquellas personas que no pertenecen a una de estas instituciones religiosas, solo requieres un lugar con su debido asesoramiento para versen bien en un evento especial. El valor agregado de GMW es ofrecer el servicio de asesoramiento a cada cliente que lo solicite ya que este servicio lo toman las personas "importante o de clase social alta" en este caso se ofrece esa exclusividad a estrato 2 y 3.

2.3 Precios o tarifas



FALDA TUBO	8.000
FALDA POCO	8.000
FALDA MINIMO	13.000
FALDA SEMI CIRCULAR	27.000
FALDA CIRCULAR	43.000
FALDA DOBLE CIRCULAR	61.000

2.4 Distribución y mercadeo



El recuadro que señala un segmento del mapa es el lugar en que será el punto de venta físico, se distribuirá desde ese punto, aun no se tiene claro ya que actualmente las ofertas que existen varían constantemente.

2.5 Promoción y publicidad

GMW
Luce decorosa

3197916644 obtén el catálogo digital

@GMW_LuceDecorosa

GMW Luce Decorosa S.A.S

Girl - Miss - Woman
Niña - Señorita - Mujer

Fabricación y comercialización de faldas para toda ocasión

FALDAS: Tubo Semi-circular
Poco Circular
Mínimo Doble circular

Publicidad tradicional: voz a voz, tarjetas de presentación, En las redes sociales, Facebook e Instagram

2.6 Estrategias de comunicación

Se establecerá la comunicación con el cliente vía Facebook e Instagram redireccionado siempre a WhatsApp para enviar el catálogo digital para su mayor comodidad y finalizar la venta en caso de que sea online.

3. Estudios Técnicos del Proyecto

3.1 Estudio geográfico

La localidad (8) octava Kennedy, en la investigación del año 2020 cuenta con 1.273.390 habitantes, con una extensión de 3.859 hectáreas (24% de Bogotá) con un porcentaje del 93% de zona urbana y con una densidad de 283 personas por hectárea. Está distribuido en estratos 1 y 2, cuenta con 5 25 barrios, un clima de 11 a 17 c° promedio y sus límites son de Fontibón al norte, bosa al sur, puente Aranda al oriente y un pequeño sector colinda con las localidades de Tunjuelito y ciudad bolívar, por la autopista sur con avenida Boyacá, hasta el río Tunjuelito.

3.2 Estudio demográfico

GMW está enfocado en las mujeres con ingresos estables, preferiblemente mayores de 18 años y a los consumidores indirectos como regalos a los familiares o conocidos y prendas ocasionales, el tamaño familiar de 1, 2, 3, 4, 5+, con los diferentes estados civiles, soltera, casada, viuda, divorciada. Nacionalidad, colombiana, venezolana, etc. Con todas las ocupaciones que tengas los clientes, clase social media, alta y nivel de educación décimo grado de bachiller en adelante, sin dejar de lado el cliente indirecto que no es un consumidor pero si comprador, por ejemplo, el hombre que quiso comprar el producto a su amiga, novia, esposa, hija, etc.

3.3 Definición del producto, bienes o servicios que se desarrollaran.

Algunos productos sustitutos de acuerdo al producto que GMW ofrece existente en el mercado, son los pantalones elegantes ya que las faldas que se comercializan son elegantes para eventos especiales. Existen productos sustitutos indirectos como los jeans ya que lo elegante se podría combinar con tacones o blazer. Desde otro punto de vista, un regalo se puede sustituir por otra prenda con un costo mas bajo o por un objeto, comida, boletos, etc.

3.4 Nombre, marcas, logotipos, emblemas, slogan de la empresa



GMW son siglas la cuales traducen girl, miss and woman, tres etapas de la mujer la cual mi producto va a ser dirigido exclusivamente para ellas, un gancho de ropa elegante de color negro la cual trasmite elegancia y un eslogan que inspira a la mujer a versen linda siempre, tanto para Dios, para ella misma y para sus conocidos, siempre luciendo hermosa con GMW.

3.5 Definicion y descripcion.

3.5.1 Misión

GMW es una empresa que fabrica y comercializa faldas para las niñas, adolescentes, mujeres, diferenciándose por su excelencia en el servicio confiable y de asesoramiento para clientes de la localidad de Kennedy en adquirir el producto, respetando los derechos que tiene como consumidor, recibiendo productos de calidad en telas y garantía de la misma obteniendo la total información de los gustos de cada mujer.

3.5.3 Visión

Se tiene proyectado en un periodo de cinco años o más, tener un lugar propio, siendo reconocida en el mercado con altos estándares de excelencia en el servicio, convirtiéndonos en la mejor

alternativa de compra segura para crear una mayor confiabilidad con las clientas. Permaneciendo atentos a los posibles cambios en el mercado e implementando la creatividad y estrategia de nuestro personal, manteniendo una economía estable.

3.5.3 Organigrama



Se tomo en cuenta este tipo de organigrama circular por que dentro de la organización todos tenemos una libre comunicación, todos tenemos una relación directa ya que así se puede tener un mejor ambiente laboral.

3.6 Usos y usuarios: Definición de la clientela potencial

El total de habitantes de la localidad de Kennedy será de 1.060.016, de estos el (48,8%) son hombres y (51,2%) son mujeres.

	TOTAL	HOMBRE	MUJERES	%
POBLACION	1.060.016	517.288	542.728	100%
POTENCIAL	636.010	310.373	325.637	60%
OBJETIVO	424.006	206.915	217.091	40%

3.6.1 Instrumento de recopilación de datos

Se diseñó una encuesta la cual contiene 8 preguntas con múltiple respuesta

1) ¿qué tipo de prenda usas más?

Falda

Vestido

2) ¿cada cuanto usas faldas o vestidos?

3 veces a la semana

2 veces a la semana

1 vez a la semana

1 vez al mes

3) ¿cada cuanto compras una falda o un vestido?

Cada vez que tengo un evento especial

Cada vez que me lo propongo

Cada vez que me lo proponen

Cada vez que puedo

4) ¿cómo prefieres una falda?

Larga tobillo

Semi larga rodilla

5) ¿cómo prefieres un vestido?

Larga

Semi larga

6) ¿al comprar una falda o un vestido cómo lo prefieres más?

Diseño ya existente.

Diseño personalizado.

7) ¿regalarías una falda o un vestido?

Si

No

Tal vez

8) En la iglesia en la que te congregas ¿les gustaría tener un lugar confiable para hacer sus diseños personalizados ya sea individual o grupal?

Si

No

9) al realizar tu falda o vestido personalizado, prefieres...

Asesoría

Yo sola diseño la prenda

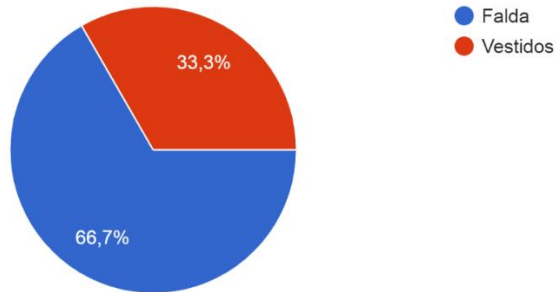
3.6.2 Análisis de la recopilación de datos

La pregunta uno me ayuda a saber que prenda se vende más. Con la pregunta dos sabré la frecuencia y por ende la importancia de esta prenda y su diario vivir. Con la pregunta seis sabré de qué forma venderé más y no desperdiciaré tanta tela al realizarlos y dejarlos en bodega, es mucho mejor hacerlo por encargo. Con la pregunta siete vería que no solo es para ellas si no que al regalarlo es otra opción de compra. Con la pregunta nueve veré la importancia que le dan a la asesoría en cuanto a la prenda en general.

3.6.3 Validación del instrumento de recopilación de datos

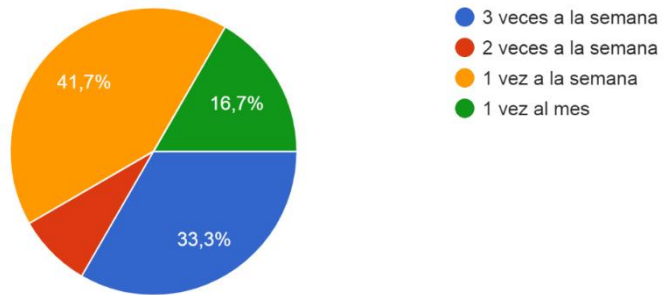
1) ¿Qué tipo de prenda usas más?

12 respuestas



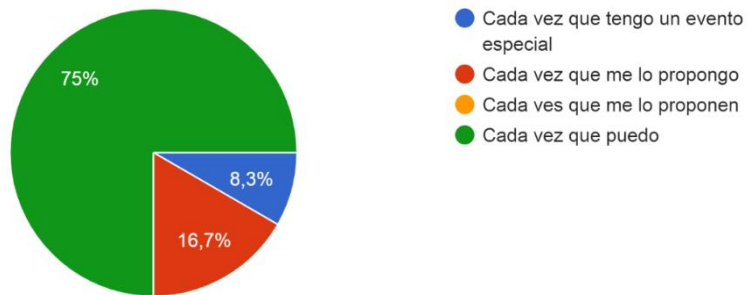
2) ¿Cada cuanto usas faldas o vestidos?

12 respuestas



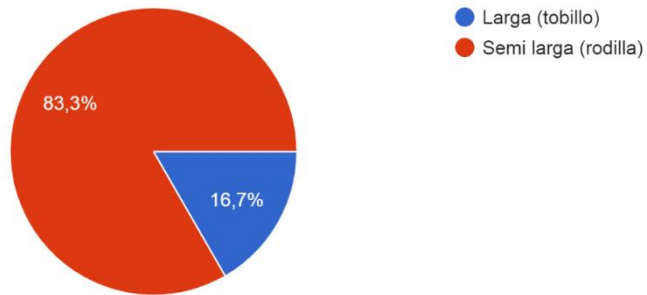
3) ¿Cada cuanto compras una falda o un vestido?

12 respuestas



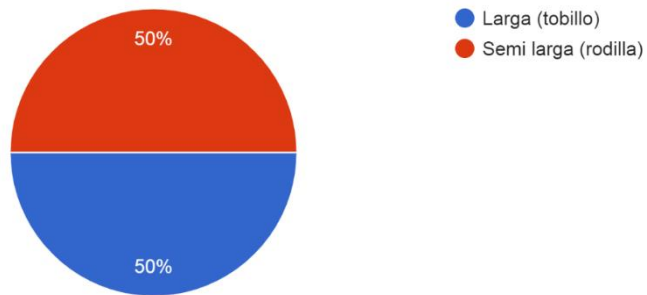
4) ¿Cómo prefieres una falda?

12 respuestas



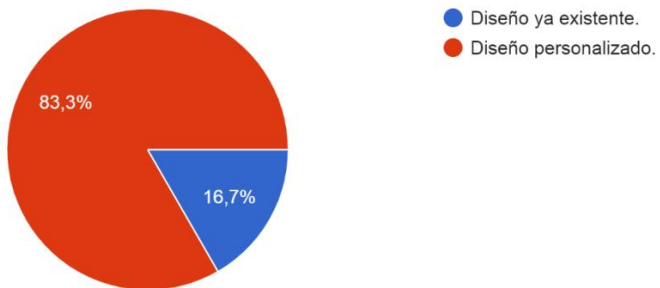
5) ¿Cómo prefieres un vestido?

12 respuestas



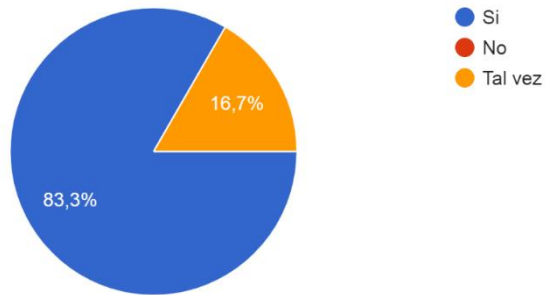
6) ¿Al comprar una falda o un vestido cómo lo prefieres más?

12 respuestas



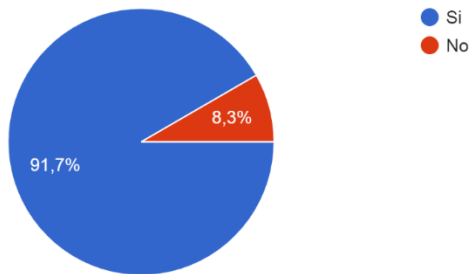
7) ¿Regalarías una falda o un vestido?

12 respuestas



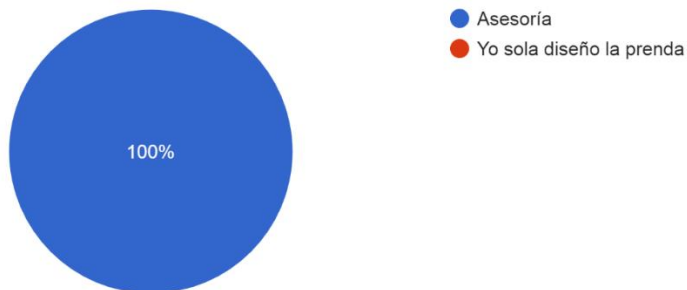
8) En la iglesia en la que te congregas ¿les gustaría tener un lugar confiable para hacer sus diseños personalizados ya sea individual o grupal?

12 respuestas



9) Al realizar tu falda o vestido personalizado, prefieres...

12 respuestas



3.7 Factores de competencia

Entidad	Mistika
Logo	
Producto	Faldas y vestidos para niñas, jóvenes y adultas.

3.8 Tecnología del proyecto

- Maquina plana: para la fabricación del producto, al coser la tela de todas las partes del mismo.
- Maquina fileteadora: para la fabricación del producto en cuanto al terminado del mismo.
- Tijeras automáticas: para la manipulación de la tela, al cortar luego de calcar los patrones en la misma.
- Televisor: hace parte del ambiente del lugar.
- 2 pc: para el publicista y para el contador.

3.9 Diseño de proceso productivo



3.10 Funciones de los cargos

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del cargo: Área de confección.

Dependencia: Dep. de producción.

Reporta a: Gerente general.

COMPETENCIAS

Educación: Técnico, tecnólogo o profesional en diseño de modas o afines en curso.

Experiencia: Con o sin experiencia.

Habilidades: Comunicación, disposición, trabajo en equipo, y autocontrol.

OBJETIVO PRINCIPAL

Realizar el proceso, aplicando las medidas requeridas para satisfacer la necesidad del consumidor

FUNSIONES ESENCIALES

- Tener su área de trabajo limpio.
- Recibir tela con alfileres del área de corte, hacer uso de las maquina y terminar el producto.
- Empacar el producto y manteniendo el orden de cada pedido
- Mostrar producto terminado al diseñador de publicidad.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del cargo: Área de corte.

Dependencia: Dep. de producción.

Reporta a: Gerente general.

COMPETENCIAS

Educación: Técnico, tecnólogo o profesional en diseño de modas o afines en curso.

Experiencia: Con o sin experiencia.

Habilidades: Comunicación, disposición, trabajo en equipo, y autocontrol.

OBJETIVO PRINCIPAL

Realizar el proceso, aplicando las medidas requeridas para satisfacer la necesidad del consumidor

FUNSIONES ESENCIALES

- Tener su área de trabajo limpio.
- Estar atenta de la información que le de uno de los asesores, hacer uso de las telas, cortar y colocar alfileres.
- Planchar producto terminado.
- Mostrar producto terminado al diseñador de publicidad.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del cargo: Gerente general

Dependencia: Administrativa.

Reporta a: Gerente general.

COMPETENCIAS

Educación: Profesional universitario en Administración de empresas o afines.

Experiencia: Con o sin experiencia.

Habilidades: Comunicación, trabajo en equipo, autocontrol y servicio al cliente.

OBJETIVO PRINCIPAL

Dirigir, administrar y establecer estrategias para el crecimiento de la empresa en todos sus frentes Dep de producción, contador, diseñador y asesores.

FUNSIONES ESENCIALES

- Tener su área de trabajo limpio.
- Compra de materia prima contante.
- Mantenerse atento de los reportes de todas las areas.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del cargo: Auxiliar contable.

Dependencia: Administrativa.

Reporta a: Gerente general.

COMPETENCIAS

Educación: Técnico, tecnólogo o profesional en contaduría pública o afines en curso.

Experiencia: Con o sin experiencia.

Habilidades: Comunicación, disposición, trabajo en equipo, y autocontrol.

OBJETIVO PRINCIPAL

Mantener en orden estable de todo los costos, gastos y utilidades de la empresa estando siempre atento junto al gerente.

FUNSIONES ESENCIALES

- Tener su área de trabajo limpio.
- Tener al día los servicios públicos y el arriendo.
- Llevar la contabilidad de la materia prima.
- Llevar el control de los salarios del personal.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del cargo: Diseñador de publicidad.
Dependencia: Administrativa.
Reporta a: Gerente general.

COMPETENCIAS

Educación: Técnico, tecnólogo o profesional de diseño gráfico o afines en curso.
Experiencia: Con o sin experiencia.
Habilidades: Comunicación, disposición, trabajo en equipo, y autocontrol.

OBJETIVO PRINCIPAL

Mantener la publicidad en orden y al día en todas la redes sociales existentes y físicas.

FUNSIONES ESENCIALES

- Tener su área de trabajo limpio.
- Realizar la respectiva publicidad con los diseños ya terminados por el área de producción.
- Diseñar y actualizar el catalogo digital.
- Tener al día las promociones y eventos por las redes sociales.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del cargo: Asesores de moda.
Dependencia: Administrativa.
Reporta a: Gerente general.

COMPETENCIAS

Educación: Técnico, tecnólogo o profesional de diseño de modas o afines en curso.
Experiencia: Con o sin experiencia.
Habilidades: Comunicación, disposición, trabajo en equipo, y autocontrol.

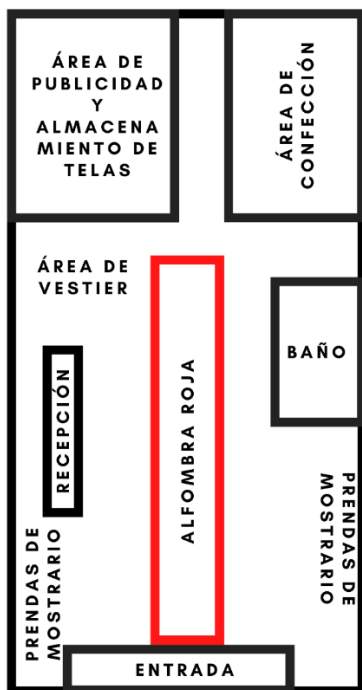
OBJETIVO PRINCIPAL

Satisfacer la necesidad de los consumidores manteniendo un buen servicio al cliente.

FUNSIONES ESENCIALES

- Tener su área de trabajo limpio.
- Mantener la caja en orden y presentar al contador.
- Atender con excelencia a los clientes.
- Guiar al cliente, ofreciendo la mejor tela dependiendo de su necesidad.

3.11 Planimetría y diseño de planta



3.12 Capacidad de producción

La capacidad máxima para producir faldas es de 50 diarias, logrando la meta de que, así como se va fabricando así mismo se va vendiendo, si se cumple esa meta frecuentemente se abrirá espacio para más productos y se podrá almacenar con facilidad sin ningún inconveniente, se cuenta con dos personas las cuales se dividen el trabajo en cuanto a la fabricación de las mismas. Hacer una falda consta aproximadamente 10 a 15 minutos una persona, así que, si dividimos las 8 horas de trabajo, que equivalen a 480 minutos, en ese promedio, serian entre 32 y 48 faldas diarias, pero como serás dos personas, es más que suficiente para abarcar la producción que se tiene como meta. Vale recalcar que esa no será la única meta, producir y vender más de 80 faldas diarias es otro propósito que se puede llevar a cabo, recordar que no siempre se venderá en unidad, sino que también a grupos grandes siempre guiado hacia el público objetivo.

4. Aspectos legales y Organizativos

4.1 Definición forma jurídica de la empresa

Figura societaria escogida, y definición S.A.S

4.1.1 Minuta de constitución

ESTATUTOS BÁSICOS - SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

A los días (17) / mes (08) / año (2021), nosotros:

KAREN JULIETH SÁNCHEZ PEDRAZA, identificado con cédula de ciudadanía número 1.001.115.615 expedida en BOGOTÁ, domiciliado en la ciudad de Bogotá.

Por medio del presente documento, el cual es firmado digitalmente por todos nosotros, y haciendo uso del servicio de inscripción virtual de S.A.S. que presta la Cámara de Comercio de Bogotá, acordamos constituir una sociedad comercial del tipo Sociedad por Acciones Simplificada, la cual se regirá por los siguientes estatutos:

CAPÍTULO I

NOMBRE, NACIONALIDAD, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO PRIMERO. NOMBRE, NACIONALIDAD Y DOMICILIO:

La sociedad se denomina **GMW LUCE DECOROSA S.A.S.** Es una sociedad comercial por acciones simplificada, de nacionalidad colombiana. El domicilio principal de la sociedad es la ciudad de Bogotá. La sociedad podrá crear sucursales, agencias y establecimientos por decisión de su Asamblea General de Accionistas.

ARTÍCULO SEGUNDO. OBJETO SOCIAL:

División 14. Confección de prendas de vestir.

1410 confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel.

4642 comercio al por mayor de prendas de vestir.

ARTÍCULO TERCERO. DURACIÓN:

La sociedad estará vigente hasta De manera indefinida.

CAPÍTULO II CAPITAL Y ACCIONES

ARTÍCULO CUARTO. CAPITAL AUTORIZADO:

El capital autorizado de la sociedad es la suma de \$25.000.000, dividido en 100 acciones nominativas de valor nominal de \$250.000 cada una.

ARTÍCULO QUINTO. CAPITAL SUSCRITO:

El capital suscrito de la sociedad es de \$12.500.000, dividido en 100 acciones de valor nominal de \$ 125.000 cada una.

ARTÍCULO SEXTO. CAPITAL PAGADO:

El capital suscrito inicial ha sido íntegramente pagado en esta fecha.

ARTÍCULO SÉPTIMO. DERECHOS DERIVADOS DE CADA ACCIÓN:

Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario: a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad; b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio; c) El de negociar las acciones con sujeción a la ley y a los estatutos; d) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008; y e) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

CAPÍTULO III.

DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN, REPRESENTACIÓN Y REVISORÍA FISCAL DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO OCTAVO. ÓRGANOS SOCIALES:

La dirección de la sociedad es ejercida por la Asamblea General de Accionistas o, de modificarse su composición accionaria en tal sentido y de conformidad con la ley, lo será por su único accionista. La administración y representación legal está a cargo del Representante legal.

ARTÍCULO NOVENO. DIRECCIÓN DE LA SOCIEDAD: ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS:

La Asamblea se compone de los accionistas inscritos en el Libro de Registro de Acciones, o de sus representantes o mandatarios reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La asamblea ejerce las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio. La asamblea será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas. En cualquier tipo de reunión, la mayoría decisoria estará conformada por el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente al menos la mitad más una de las acciones presentes. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

ARTÍCULO DÉCIMO: ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA SOCIEDAD.

La administración y representación legal de la sociedad está en cabeza del representante legal, cuyo suplente podrá reemplazarlo en sus faltas absolutas, temporales o accidentales. El representante legal puede celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad. El representante legal y su suplente, pueden ser personas naturales o jurídicas, son elegidos por la Asamblea General de Accionistas, por el período que libremente determine la asamblea o en forma indefinida, si así lo dispone, y sin perjuicio de que los nombramientos sean revocados libremente en cualquier tiempo.

ARTÍCULO UNDÉCIMO. REVISORÍA FISCAL.

La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

CAPÍTULO IV.

ESTADOS FINANCIEROS, RESERVAS Y DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES

ARTÍCULO DUODÉCIMO. ESTADOS FINANCIEROS Y DERECHO DE INSPECCIÓN:

La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley. Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO. RESERVA LEGAL:

De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO. UTILIDADES, RESERVAS Y DIVIDENDOS:

Aprobados los estados financieros de fin de ejercicio, la Asamblea de Accionistas procederá a distribuir las utilidades, disponiendo lo pertinente a reservas y dividendos. La repartición de dividendos se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en efectivo, en las épocas que defina la Asamblea de Accionistas al decretarlo sin exceder de un año para el pago total; si así lo deciden los accionistas en Asamblea, podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad. En este último caso, no serán aplicables los artículos 155 y 455 del Código de Comercio.

CAPÍTULO V

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO. CAUSALES DE DISOLUCIÓN:

La sociedad se disolverá ante la ocurrencia de cualquiera de las siguientes causales:

1. Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuera prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.
2. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
3. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
4. Por las causales previstas en los estatutos.
5. Por la voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.
6. Por orden de autoridad competente.
7. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo de cincuenta por ciento del capital suscrito.

ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO. LIQUIDACIÓN:

Llegado el caso de disolución de la sociedad, se procederá a la liquidación y distribución de los bienes de acuerdo con lo prescrito en la ley en relación con las sociedades de responsabilidad limitada.

ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO. LIQUIDADOR:

Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrara liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal.

ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO. SUJECCIÓN A LAS NORMAS LEGALES:

En cuanto al desarrollo y término de la liquidación, el liquidador o los liquidadores se sujetarán a las normas legales vigentes en el momento de efectuarse la liquidación.

CAPÍTULO VI

RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO

OPCIÓN 1. PROCESO VERBAL SUMARIO.

Las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, y que no sean resueltas de otra forma legal, serán resueltas por la Superintendencia de Sociedades, mediante el trámite del proceso verbal sumario.

OPCIÓN 2 ARBITRAMENTO.

Todas las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación

de determinaciones de asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, será resuelta por un tribunal arbitral compuesto por un árbitro que decidirá en derecho, designado por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá. El tribunal, sesionará en el Centro antes mencionado y se sujetará a las tarifas y reglas de procedimiento vigentes en él para el momento en que la solicitud de arbitraje sea presentada.

CAPÍTULO VII

REMISIÓN

ARTÍCULO VIGÉSIMO. REMISIÓN NORMATIVA.

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 4 del Código de Comercio y 45 de la ley 1258 de 2008, en lo no previsto en estos estatutos la sociedad se regirá por lo dispuesto en la ley 1258 de 2008; en su defecto, por lo dispuesto en las normas legales aplicables a las sociedades anónimas; y en defecto de éstas, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales previstas en el Título I del libro Segundo del Código de Comercio.

CAPÍTULO VIII

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ARTÍCULO PRIMERO TRANSITORIO. NOMBRAMIENTOS:

Hasta cuando la Asamblea disponga lo contrario, sin perjuicio de las facultades de elección y remoción consagradas en estos estatutos, se hacen los siguientes nombramientos:

OPCIÓN 2.

REPRESENTANTE LEGAL: Karen Julieth Sánchez Pedraza, identificado con cédula de ciudadanía No. 1.001.115.615 de Bogotá.

SUPLENTE: Esperanza Pedraza Vargas, identificado con cédula ciudadanía

Nº 52.825.441 de Bogotá.

Se deja constancia que el suplente del Representante Legal manifestó su aceptación.

ARTÍCULO SEGUNDO TRANSITORIO. CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO. Al momento de su constitución, el capital ha sido suscrito así:

ACCIONISTA	ACCIONES SUSCRITAS	VALOR APORTE
Karen Julieth Sánchez Pedraza	50	\$7.000.000
Esperanza Pedraza Vargas	50	\$7.000.000
TOTAL	100	\$14.000.000

El capital suscrito ha sido pagado, pago que la sociedad declara haber recibido de parte de los accionistas, en dinero en efectivo y a entera satisfacción, así:

ACCIONISTA	ACCIONES SUSCRITAS	VALOR APORTE
Karen Julieth Sánchez Pedraza	50	\$7.000.000

Esperanza Pedraza Vargas	50	\$7.000.000
TOTAL	100	\$14.000.000

4.2 Procedimientos legales para la formación de empresa


4.2.1 Consulta de homonimia



The screenshot shows the RUES (Registro Único Empresarial y Social) website. The header includes the RUES logo and navigation links: [Consulta Beneficio a Empresarios](#), [Guía de Usuario](#), [Cámaras de Comercio](#), [¿Qué es el RUES?](#), and [Acceso privado](#). A sidebar on the left contains a menu with items like [Inicio](#), [Registros](#), [Estado de su Trámite](#), [Cámaras de Comercio](#), [Consulta Tratamiento](#), [Datos Personales](#), [Formatos CAE](#), [Recaudos Impuesto de Registro](#), and [Registro](#). The main content area features a banner with a woman's image and text explaining that from November 1, 2020, companies registered in 2020 and those who have renewed their mercantile registration can access RUES information. Below the banner is a search section titled "Realice su consulta empresarial o social" with two input fields: one for the company name (containing "GMW Luce decorosa S.A.S") and one for the identification number. A search button is present next to each field. Below the search fields, an information message states: "Info La consulta por Nombre no ha retornado resultados." The bottom of the page shows the start of a section titled "Información de sociedades".



4.2.2 CIU

- > Ver Órdenes de Compra
- > Consulta de Formularios
- > Consulta del Estado de su Trámite

Medios de pago

 Tarjeta Débito
Cuenta de Ahorros
o Corriente

Tarjetas de Crédito  

Pago en Bancos  

Solicite su clave para disfrutar estos servicios
Renovación Matrícula Mercantil [clic aquí]

Transacciones seguras

Por palabra clave | **Por código CIU**

Búsqueda por código CIU

Seleccione el método de búsqueda:

Por código CIU Estructura detallada

Digite el código:

SECCIÓN >>

Seleccionar	Código CIU SHD	Descripción	Nota Explicativa
Seleccionar	1410	Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel	Ver Nota

5. Plan de Financiación Promoción y Etapa Pre operativa

Plan financiero

5.1 Presupuesto de ventas

5.1.1 Estructura del mercado

1- ESTRUCTURA DEL MERCADO - UNIDADES

PRODUCTO	MERCADO POTENCIAL CLIENTES	CONSUMO ANUAL PERCAPITA	VENTA UNIDADES AÑO 1	PARTICIPACION % MERCADO OBJETIVO
FALDA TUBO	424.006	2.400	28.800	0%
FALDA MINIMO	424.006	840	10.080	0%
FALDA POCO	424.006	600	7.200	0%
FALDA SEMI CIRCULAR	424.006	600	7.200	0%
FALDA CIRCULAR	424.006	600	7.200	0%
FALDA DOBLE CIRCULAR	424.006	600	7.200	0%
Total	2.544.038	5.640	67.680	

POBLACION	1.060.016	100%
POTENCIAL	636010	60%
OBJETIVO	424006	40%
SUMA TOTAL	1.060.016	

5.1.2 Capacidad instalada mano de obra

2-CAPACIDAD INSTALADA MANO DE OBRA

PRODUCTO	HORAS AÑO OPERARIO TURNO	UNIDADES HORA HOMBRE	CAPACIDAD INSTALADA POR OPERARIO AÑO 1	No. OPERARIOS O TIEMPO DE DEDICACION % AÑO 1	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD REQUERIDA	PRODUCCION DIARIA	HORAS TRABAJADAS	HORAS HOMBRE
FALDA TUBO	Unidad 2.400	7	1650000%	100%	16.500	28.800	55	8	7
FALDA MINIMO	Unidad 2.400	7	1650000%	100%	16.500	10.080	55	8	7
FALDA POCO	Unidad 2.400	7	1650000%	100%	16.500	7.200	55	8	7
FALDA SEMI CIRCULAR	Unidad 2.400	7	1650000%	100%	16.500	7.200	55	8	7
FALDA CIRCULAR	Unidad 2.400	7	1650000%	100%	16.500	7.200	55	8	7
FALDA DOBLE CIRCULAR	Unidad 2.400	7	1650000%	100%	16.500	7.200	55	8	7
Total		14.400	9900000%	600%	99.000	67.680	330	48	41

5.1.3 Ventas anuales por producto

3- VENTAS ANUALES POR PRODUCTO

NOMBRE PRODUCTO	UNIDADES A VENDER	PRECIO DE VTA UNIT.	VENTAS TOTALES \$ AÑO 1
FALDA TUBO	28.800	15.000	432.000.000
FALDA MINIMO	10.080	20.000	201.600.000
FALDA POCO	7.200	25.000	180.000.000
FALDA SEMI CIRCULAR	7.200	30.000	216.000.000
FALDA CIRCULAR	7.200	35.000	252.000.000
FALDA DOBLE CIRCULAR	7.200	40.000	288.000.000
SUBTOTAL	67.680	165.000	1.569.600.000

PERIODO	INCREMENTO ANUAL PRECIO %	BASE + INCREMENTO
Año 2	5%	105%
Año 3	4%	104%
Año 4	4%	104%
Año 5	4%	104%

5.1.4 Ciclicidad ventas en el año

4- CICLICIDAD VENTAS EN EL AÑO

CALIFICACION COMPORTAMIENTO VENTAS	CALIFICACION
Muy alto	9
Alto	7
Normal	5
Bajo	3

De acuerdo a la estacionalidad de su portafolio califique los meses según la tabla anterior		AÑO 1	AÑO 1
		UNIDADES	VENTAS \$
Enero	3	2.672	61.957.895
Febrero	5	4.453	103.263.158
Marzo	5	4.453	103.263.158
Abril	5	4.453	103.263.158
Mayo	7	6.234	144.568.421
Junio	7	6.234	144.568.421
Julio	7	6.234	144.568.421
Agosto	5	4.453	103.263.158
Septiembre	7	6.234	144.568.421
Octubre	7	6.234	144.568.421
Noviembre	9	8.015	185.873.684
Diciembre	9	8.015	185.873.684
Total	76	67.680	1.569.600.000

5.2 Presupuesto de compras

5.2.1 Consumo de materia prima por producto

1- CONSUMO MATERIA PRIMA POR PRODUCTO					
Producto No.1		FALDA TUBO			
UNIDAD DE PRODUCCION		UNIDAD			
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.	
TELA LYCRA	METRO	8.000	1,00	8.000	
				0	
				0	
				0	
SUBTOTAL		8.000	1,00	8.000	
OTROS INSUMOS:					
				0	
				0	
				0	
				0	
SUBTOTAL		0	0,00	0	
TOTAL		8.000	1,00	8.000	
Producto No.2		FALDA MINIMO			
UNIDAD DE PRODUCCION		UNIDAD			
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.	
TELA SEDA	METRO	12.000	1,00	12.000	
				0	
				0	
				0	
SUBTOTAL		12.000	1,00	12.000	
OTROS INSUMOS:					
CAUCHO	METRO	1.000	1,00	1.000	
				0	
				0	
				0	
SUBTOTAL		1.000	1,00	1.000	
TOTAL		13.000	2,00	13.000	

Producto No.3		FALDA POCO			
UNIDAD DE PRODUCCION		UNIDAD			
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.	
TELA DENIM (JEAN)	METRO	7.000	1,00	7.000	
				0	
				0	
				0	
		7.000	1	7.000	
OTROS INSUMOS					
CAUCHO	METRO	1.000	1,00	1.000	
				0	
				0	
				0	
				0	
SUBTOTAL		1.000	1,00	1.000	
TOTAL		8.000	2,00	8.000	

Producto No.4		FALDA SEMI CIRCULAR			
UNIDAD DE PRODUCCION		UNIDAD			
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.	
TELA JERSEY	METRO	13.000	2,00	26.000	
				0	
				0	
				0	
		13.000	2	26.000	
OTROS INSUMOS					
CAUCHO	METRO	1.000	1,00	1.000	
				0	
				0	
				0	
				0	
SUBTOTAL		1.000	1,00	1.000	
TOTAL		14.000	3,00	27.000	

Producto No.5		FALDA CIRCULAR			
UNIDAD DE PRODUCCION		UNIDAD			
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.	
TELA POLIALGODON	METRO	14.000	3,00	42.000	
				0	
				0	
				0	
		14.000	3	42.000	
OTROS INSUMOS					
CAUCHO	METRO	1.000	1,00	1.000	
				0	
				0	
				0	
				0	
SUBTOTAL		1.000	1,00	1.000	
TOTAL		15.000	4,00	43.000	

Producto No.6		FALDA DOBLE CIRCULAR			
UNIDAD DE PRODUCCION		UNIDAD			
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.	
TEL SATIN	METRO	15.000	4,00	60.000	
				0	
				0	
				0	
		15.000	4	60.000	
OTROS INSUMOS					
CAUCHO	METRO	1.000	1,00	1.000	
				0	
				0	
				0	
				0	
SUBTOTAL		1.000	1,00	1.000	
TOTAL		16.000	5,00	61.000	

5.2.2 Unidades a producir

2- UNIDADES A PRODUCIR

PRODUCTO	UNIDADES AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO TOT AÑO 1
FALDA TUBO	28.800	8.000	230.400.000
FALDA MINIMO	10.080	13.000	131.040.000
FALDA POCO	7.200	8.000	57.600.000
FALDA SEMI CIRCULAR	7.200	27.000	194.400.000
FALDA CIRCULAR	7.200	43.000	309.600.000
FALDA DOBLE CIRCULAR	7.200	61.000	439.200.000
Total	67.680	160.000	1.362.240.000

PERIODO	INCREMENTO ANUAL COSTOS %	BASE + INCREMENTO
Año 2	5%	105%
Año 3	4%	104%
Año 4	4%	104%
Año 5	4%	104%

5.2.3 Programa de compras de materia prima

3- PROGRAMA DE COMPRAS MATERIA PRIMA

CALIFICACION COMPORTAMIENTO COMPRAS	CALIFICACION
Muy alto	9
Alto	7
Normal	5
Bajo	3

		AÑO 1 UNIDADES	AÑO 1 COMPRAS \$
Enero	3	2.672	53.772.632
Febrero	5	4.453	89.621.053
Marzo	5	4.453	89.621.053
Abril	5	4.453	89.621.053
Mayo	7	6.234	125.469.474
Junio	7	6.234	125.469.474
Julio	7	6.234	125.469.474
Agosto	5	4.453	89.621.053
Septiembre	7	6.234	125.469.474
Octubre	7	6.234	125.469.474
Noviembre	9	8.015	161.317.895
Diciembre	9	8.015	161.317.895
Total	76	67.680	1.362.240.000

5.3 Presupuesto de costos y gastos

5.3.1 Requerimientos del personal

1- REQUERIMIENTOS DE PERSONAL

MANO DE OBRA			ADMINISTRACION			VENTAS		
CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1	CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1	CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1
Area de Corte	908.526	10.902.312	Gerente	2.000.000	24.000.000	Asesor 1	908.526	10.902.312
Area de confeccion	908.526	10.902.312	Auxiliar contable	681.395	8.176.734	Asesor 2	908.526	10.902.312
		0	Diseñador de publicidad	681.395	8.176.734			0
		0			0			0
		0			0			0
		0			0			0
		0			0			0
		0			0			0
		0			0			0
		0			0			0
Subtotal	1.817.052	21.804.624	Subtotal	3.362.789	40.353.468	Subtotal	1.817.052	21.804.624
Parafiscales	163.535	1.962.416	Parafiscales	302.651	3.631.812	Parafiscales	163.535	1.962.416
Cesantías	151.360	1.816.325	Cesantías	280.120	3.361.444	Cesantías	151.360	1.816.325
Intereses sobre Cesantías	1.514	18.163	Intereses sobre Cesantías	2.801	33.614	Intereses sobre Cesantías	1.514	18.163
Prima de Servicios	151.360	1.816.325	Prima de Servicios	280.120	3.361.444	Prima de Servicios	151.360	1.816.325
Vacaciones	75.771	909.253	Vacaciones	140.228	1.682.740	Vacaciones	75.771	909.253
Total salarios	2.360.592	28.327.107		4.368.710	52.424.522		2.360.592	28.327.107

PARAFISCALES Y PRESTACIONES SOCIALES	TASA	TASA
Parafiscales	9.00%	9.00%
Cesantías	8.33%	8.33%
Intereses sobre Cesantías	1.00%	1.00%
Prima de Servicios	8.33%	8.33%

PERIODO	INCREMENT O %	BASE MAS INCREMENTO
AÑO 2	5.00%	105%
AÑO 3	4.00%	104%
AÑO 4	4.00%	104%
AÑO 5	4.00%	104%

5.3.2 Otros costos de producción de gastos de administración

2- OTROS COSTOS DE PRODUCCION Y GASTOS DE ADMON Y VTAS

OTROS COSTOS DE PRODUCCION			GASTOS DE ADMINISTRACION			GASTOS DE VENTAS		
CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1	CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1	CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1
Arriendo	400.000	4.800.000	Arriendo		0	Arriendo		0
Energia	50.000	600.000	Energia		0	Energia		0
Agua	250.000	3.000.000	Agua		0	Agua		0
Telefono	32.000	384.000	Telefono		0	Telefono		0
Suministros de oficina	20.000	240.000	Suministros de oficina	10.000	120.000	Suministros de oficina		0
Mantenimiento	20.000	240.000	Contador		0	Publicidad		0
Subsidio de transporte		0	Subsidio de transporte	63.600	763.200	Subsidio de transporte		0
Transporte	30.000	360.000	Publicidad	10.000	120.000	Transporte		0
Dotaciones	20.000	240.000			0			0
Publicidad		0			0			0
		0			0			0
		0			0			0
Subtotal	822.000	9.864.000	Subtotal	83.600	1.003.200	Subtotal	0	0

PERIODO	INCREMENTO %	BASE MAS INCREMENTO
AÑO 2	5%	105%
AÑO 3	4%	104%
AÑO 4	4%	104%
AÑO 5	4%	104%

Submenu Menu

5.4 Plan de inversión y financiación

5.4.1 Políticas de capital del trabajo

1- POLITICAS CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO	POLITICA EN DIAS	BASE	AÑOS/PESOS \$				
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja y Bancos (Nomina)	30	Sueldos	6.088.367				
Caja y Bancos (Gastos operativos)	60	Gastos operativos	1.811.200				
Inventario Materia Prima	30	Compras anuales	113.520.000	119.196.000	123.963.840	128.922.394	134.079.289
Inventario Productos en Proceso	15	Costo de Producción	58.385.046	61.302.611	63.753.365	66.302.150	68.952.886
Inventario Productos Terminados	10	Costo de Ventas	38.923.364	40.868.407	42.502.244	44.201.433	45.968.591
Cartera		Ventas anuales	0	0	0	0	0
		Total Capital de Trab.	218.727.977	221.367.018	230.219.449	239.425.977	249.000.766

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	\$		AÑO 1 \$	AÑOS AMORTIZACION
CAMARA DE COMERCIO	30000		30000	
OTROS	50000		50000	
Total gastos puesta en marcha	80000	Total gastos puesta	80000	5

OTROS CONCEPTOS			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Proveedores (Dias)			0	0	0	0	0







5.5 Plan de inversión y financiación

2- PLAN DE INVERSION Y FINANCIACION

CAPITAL DE TRABAJO	CREDITO	PROVEEDORES	OTROS	RECURSOS PROPIOS	TOTAL
Inventario materia prima	113.520.000	0			113.520.000
Inventario productos en pro	58.385.046				58.385.046
Inventario productos termin	38.923.364				38.923.364
Cartera	0				0
Inversiones diferidas	80.000				80.000
Caja	7.899.567				7.899.567
Total capital de trabajo	218.807.977	0		0	218.807.977

ACTIVOS FIJOS (Discriminar)	CREDITO	PROVEEDORES	OTROS	RECURSOS PROPIOS	TOTAL REQUERIDO	VIDA UTIL (AÑOS)	DEPRECIACION AÑO 1
Terrenos	0						
Construcciones	0					2	0
Total maquinaria y equipo	3.100.000			2.000.000	5.100.000	10	510.000
HORNO	0			2.000.000	2.000.000		
ESTANTERIA	1.000.000				1.000.000		
MESAS	500.000				500.000		
REGISTRADORA	600.000				600.000		
NEVERAS	1.000.000				1.000.000		
	0						
	0						
	0						
Total muebles y enseres:	1.500.000			0	1.500.000	5	300.000
COMPUTADOR	1.500.000				1.500.000		
	0						
	0						
	0						
	0						
Vehiculos:	0			0	0	1	0
	0						
	0						
	0						
	0						
Total inversión fija	4.600.000			2.000.000	6.600.000	18	810.000
Inversión Total	223.407.977			2.000.000	225.407.977	18	810.000
Participación %	99,11%			0,89%	100,00%		

5.6 Lienzo CANVAS

<p>ALIANZAS CLAVES</p>  <p>PROVEEDORES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 - Casa textil 2 - Hilos varios - hilos y suministros 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - <p>Porque todas las instituciones anteriormente nombradas tiene la posibilidad de ofrecer las diferentes telas que se necesitan para el producto que se fabricara, junto con los demas accesorios que se necesitan para asi tener el producto final.</p> <p>INSTITUCIONES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 - Iglesias cristianas evangélicas 2 - Iglesias cristianas pentecostales <p>Porque por lo general son grandes y estan compuestas por varios grupos como mujeres, coristas, danzantes, etc. Habitualmente usan "uniforme", las damas deben verse todas iguales.</p> <p>ENTIDADES FINANCIERAS (BANCOS) O DE FINANCIAMIENTO (OTRAS INSTITUCIONES):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 - 2 - <p>Porque</p>	<p>ACTIVIDADES CLAVES</p>  <p>Nuestro producto o servicio consiste en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se realiza un inventario de tela, se organiza la tela deseada junto con los moldes para luego usar (cortar), cortar y agrupar por unidades, procedemos a usar cada accesorio que necesite - Asesorias de moda personalizadas paracada cliente, solo si lo quiere. - Realizar todos los procesos legales de la empresa como el rui, la camara de comercio, etc. - La empresa se llama Mistika es una empresa que no es tan reconocida actualmente pero que lleva ya varios años en el mercado, me posicionaria ante ella con el aspecto mas <p>RECURSOS CLAVES</p> <p>MAQUINARIA Y EQUIPO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Computador 6- 2- Registradora 7- 3- Maquina plana 8- 4- Maquina fiteadora 9- 5- Televisores 10 <p>MUEBLES Y ENDERES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Mesas 4- 2- Espijos 5- 3- Mesas 6- <p>LICENCIAS Y PROGRAMAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- 3- 2- 4- <p>RECURSO HUMANO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Operaria (Area de corte) 3- Auxiliar contable 2- Operaria (Area de confección) 4- Diseñador de publicidad 3- Gerente 6- Asesores 2 	<p>PROPUESTA DE VALOR</p>  <p>GMW se dedica a la fabricación y comercialización de faldas para un segmento de población especial, todas aquellas personas que son devotas a una religión, la necesidad que satisface a los clientes es tener un lugar apropiado que les ayude a escoger las prendas que necesitan para su evento o posición en la iglesia, sin dejar de lado a aquellas personas que no pertenecen a una de estas instituciones religiosas, solo requieren un lugar con su debido asesoramiento para verse bien en un evento especial.</p> <p>VALOR AGREGADO</p> <p>El valor agregado de GMW es ofrecer el servicio de asesoramiento a cada cliente que lo solicita ya que este servicio lo toman las personas "importante o de clase social alta" en este caso se ofrece esa exclusividad a estrato 2 y 3.</p> <p>MOTIVACIONES DE COMPRA</p> <p>El cliente prefiere este producto por la calidad de las telas, el acabado de cada producto, los precios no tan elevados ya que estan en un punto promedio para estrato 2 y 3, vera diferentes figuras de mujer con su respectiva faldá aplicando el asesoramiento, sintiendose apreciada y comprendida.</p> <p>VALORES CORPORATIVOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Respeto - - Fe - Amor 	<p>RELACION CON CLIENTES</p>  <p>PUBLICIDAD</p> <p>Redes sociales como facebook e instagram y de forma tradicional como el voz a voz y volante.</p> <p>PROMOCIONES</p> <p>Al por mayor, al tener un cliente referido y si presenta un volante con fecha limite para que sea valido el descuento.</p> <p>FORMA DE PAGO</p> <p>Efectivo, nequi, daviplata, grupo aval.</p> <p>CANALES</p>  <p>Nuestro Canal de Distribución es por medio de Internet porque por medio</p> <p>Nuestra empresa se ubicará en la ciudad de Bogotá, localidad de Kennedy, tienda online. (Aun no esta definido el punto de venta físico)</p> <p>Nuestros principales clientes se encuentran ubicados en Localidad de Kennedy, Barrios América, Carvajal, Castilla, Kennedy central, Teusaquillo, Tonal Norte, Corabastos, Gran Brindisa, Patio Bonito, Calandaima, Las Margaritas y Bavaria.</p>	<p>SEGMENTO DE CLIENTES</p>  <p>GEOGRÁFICOS</p> <p>País Colombia Ciudad Bogotá Localidad Kennedy</p> <p>Barrios Américas, Carvajal, Castilla, Kennedy entre otros potenciales 636.010 Clientes objetivos en una zona Urbana Clima Frio</p> <p>DEMOGRÁFICOS</p> <p>Ingresos 1, 2 y 3 \$30M\$V Edad 18+ de edad Género Femenino Clase Social Estrato 2 y 3 Estrato 2 y 3 Estrato decimo en adelante Todas las ocupaciones</p> <p>PSICOGRÁFICOS</p> <p>Gustos y Preferencias del Cliente Moda elegante</p> <p>CONDUCTUALES</p> <p>Beneficios unecumenos por referidos y en redes, Calidad, precios acordes a la clase social Desventajas Frecuencia de uso El cliente tiene una frecuencia de uso del producto entre 5 y 40 veces al año. Etapa de Preparación Informado Actitud hacia el producto Buena porque quedan satisfechos</p>
---	--	--	---	---

Conclusiones

Referencias bibliográficas

<https://www.youtube.com/watch?v=hWRVbPq6Vbg&list=LL&index=58>

<http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/lockennedy.pdf>

<http://veeduriadistrital.gov.co/sites/default/files/files/Publicaciones%202020/Ficha%20Local%20Kennedy.pdf>