

**Creación de una empresa fabricante y comercializadora de ropa para niños en la ciudad
de Bucaramanga**

Danna Camila Mejía León

Trabajo de grado para optar por el título de Ingeniería Industrial

Director

Edwin Flórez

Magister en Administración

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

Facultad de Ingeniería y Arquitecturas

Facultad de Ingeniería Industrial

2025

Agradecimientos

En primer lugar, quiero expresar mi profunda gratitud a Dios por guiarme en cada paso de este camino y brindarme la sabiduría necesaria para alcanzar esta meta.

A mi institución educativa, Santo Tomas, gracias por abrirme sus puertas y proporcionarme las herramientas, los conocimientos y el apoyo necesario para construirme como profesional. A mis profesores por compartir su sabiduría y por inspirarme a dar siempre lo mejor de mí.

A mi familia, gracias por sus palabras de aliento en los momentos difíciles.

Y, por sobre todas las cosas, un enorme agradecimiento a Fer. Gracias por ser la razón de mi ser y el motor que impulsa cada uno de mis pasos. Por brindarme todas las oportunidades posibles que me han permitido soñar en grande, por creer en mi incluso cuando yo dudaba, por tu ayuda indiscutible e incondicional, por tu amor y apoyo sin medida. Eres mi mayor inspiración y mi ejemplo a seguir. A ti, Fer, ¡todo!

Contenido

Introducción	16
1. Creación de una empresa fabricante y comercializadora de ropa para niños en la ciudad de Bucaramanga.....	17
1.1 Objetivos.....	17
1.1.1 Objetivo general.....	17
1.1.2 Objetivos específicos	17
2. Antecedentes del modelo de negocio	17
2.1 Oportunidad de negocio.....	17
2.2 Antecedentes investigativos.....	18
3. Plan de negocio.....	19
3.1 Estudio de mercado.....	20
3.1.1 Segmentación de mercado	20
3.1.2 Investigación de mercado	21
3.1.3 Método	22
4. Resultados.....	23
4.1 Encuesta.....	23
4.1.1 Conclusiones de la encuesta.....	33
4.2 Oferta y demanda.....	34
4.2.1 Oferta	34
4.2.2 Demanda	38
4.3 Proveedores.....	39

4.3.1	Marketing Mix	40
4.4	Producto	41
4.4.1	Precio	45
4.4.2	Punto de venta.....	46
4.4.3	Promoción	47
4.5	Estudio técnico.....	48
4.5.1	Producción y equipos necesarios	48
4.5.2	Costos fijos mensuales.....	50
4.5.3	Inversiones en infraestructura	52
4.6	Descripción básica del proceso de producción de las prendas	52
4.6.1	Componente innovador	54
4.6.2	Validación del negocio	55
4.7	Estudio administrativo.....	55
4.7.1	Misión	55
4.7.2	Visión.....	56
4.7.3	Logo	56
4.8	Estructura organizacional	58
4.8.1	Organigrama	58
4.8.2	Políticas de contratación	60
4.8.3	Manual de funciones	61
4.8.4	Tipo de contratación y remuneración	62
4.9	Estudio Legal	63
4.9.1	Tipo de Sociedad.....	63

4.9.2	Documentación necesaria para el registro del emprendimiento	63
4.9.3	Normatividad en términos generales	63
4.10	Plan de contingencia.....	65
4.11	Estudio financiero	67
4.11.1	Carta de productos	67
4.11.2	Costos indirectos de fabricación	72
4.11.3	Estimado de ventas	74
4.11.4	Proyección de ingreso y egreso.....	77
4.11.5	Estado de resultado	80
4.11.6	Flujo de caja VPN, TIR y PRI	81
5.	Cronograma	86
6.	Ejecución del plan de negocio	87
6.11	Legalización de Orión Kids.....	87
6.1.1	Consulta	87
6.1.2	Inscripción a la cámara de comercio.....	88
6.1.3	Contratación.....	89
6.2	Avances comerciales	90
6.2.1	Estrategia de mercado y promoción.....	90
6.2.2	Crecimiento de la marca	92
6.2.3	Nuevos productos.....	94
6.2.4	Encuesta de satisfacción y sugerencias.....	97
6.2.5	Aceptación y opiniones de Orión Kids en el mercado.....	98
6.3	Avance administrativo	99

6.3.1	Rediseño del logo.....	99
6.4	Avances técnicos	100
6.4.1	Inversión en infraestructura	100
6.5	Análisis financiero	101
6.6	Lecciones aprendidas.....	107
6.7	Próximos pasos de Orión Kids	109
	Referencias.....	111
	Apéndices.....	113

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Promedio de ventas de empresas confeccionistas de ropa infantil</i>	34
Tabla 2. <i>Cifras de proyección de natalidad bumanguesa</i>	35
Tabla 3. <i>Mercado objetivo</i>	37
Tabla 4. <i>Proyección anual de venta de prendas infantiles de acuerdo con el mercado</i>	38
Tabla 5. <i>Información de los proveedores</i>	39
Tabla 6. <i>Valor unitario de cada prenda</i>	45
Tabla 7. <i>Maquinaria de fabricación de la empresa Orión Kids</i>	48
Tabla 8. <i>Materia prima e insumos para la fabricación de productos</i>	49
Tabla 9. <i>Evolución anual del Salario Mínimo Mensual Legal Vigente (SMMLV)</i>	50
Tabla 10. <i>Gastos fijos mensuales de la empresa Orión Kids</i>	51
Tabla 11. <i>Mobiliario empresa Orión Kids</i>	51
Tabla 12. <i>Equipo tecnológico</i>	52
Tabla 13. <i>Costos de infraestructura</i>	52
Tabla 14. <i>Matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas)</i>	57
Tabla 15. <i>Distribución laboral de acuerdo con el cargo en la empresa Orión Kids</i>	59
Tabla 16. <i>Equivalencia de funciones de acuerdo con el cargo</i>	61
Tabla 17. <i>Plan de actuación frente a posibles crisis o emergencias</i>	65
Tabla 18. <i>Costos de producción del Conjunto Minnie</i>	67
Tabla 19. <i>Costos de producción de la braga Little Girl</i>	68
Tabla 20. <i>Costos de producción del mameluco Baby</i>	68
Tabla 21. <i>Costos de producción del conjunto McQueen Jean</i>	69
Tabla 22. <i>Costos de producción del Conjunto Mickey</i>	69

Tabla 23. <i>Costos de producción del Conjunto sudadera Barbie</i>	69
Tabla 24. <i>Costos de producción del Conjunto Bermuda Sonic</i>	70
Tabla 25. <i>Costos de producción de Pijamas Dream</i>	70
Tabla 26. <i>Costos de producción del Conjunto Sonic</i>	71
Tabla 27. <i>Otros costos indirectos de fabricación</i>	72
Tabla 28. <i>Gastos Administrativos</i>	72
Tabla 29. <i>Gastos generales</i>	73
Tabla 30. <i>Proyección del aumento del IPC para la variación de precios de productos Orión Kids</i>	74
Tabla 31. <i>Estimado de producción mensual año 1</i>	74
Tabla 32. <i>Resumen de información financiera anual (año 1)</i>	75
Tabla 33. <i>Estimado de producción mensual año 2</i>	76
Tabla 34. <i>Resumen de información financiera año 2</i>	76
Tabla 35. <i>Estimación anual de ingresos</i>	77
Tabla 36. <i>Estimación anual de egresos</i>	78
Tabla 37. <i>Total de inversión para conformación de S.A.S</i>	79
Tabla 38. <i>Total de inversiones fijas</i>	79
Tabla 39. <i>Capital de trabajo en un mes</i>	80
Tabla 40. <i>Estado de resultados proyectado</i>	81
Tabla 41. <i>Datos financieros</i>	82
Tabla 42. <i>Flujo de caja</i>	82
Tabla 43. <i>Depreciación método de línea recta</i>	83
Tabla 44. <i>Cronograma de actividades</i>	86

Tabla 45. <i>Valores unitarios de producción.....</i>	102
Tabla 46. <i>Ventas 2024.....</i>	103
Tabla 47. <i>Estado de resultados jul- dic 2024</i>	104
Tabla 48. <i>Egresos.....</i>	106
Tabla 49. <i>Costos indirectos de fabricacion (CIF)</i>	106
Tabla 50. <i>Gastos generales.....</i>	107

Lista de figuras

Figura 1. <i>Crecimiento de las ventas de ropa para niños en Colombia del 2009 a 2028.....</i>	19
Figura 2. <i>Ficha técnica de la encuesta</i>	23
Figura 3. <i>¿Rango de edad a la que pertenece?.....</i>	24
Figura 4. <i>Grupo etario de los hijos de los encuestados.....</i>	25
Figura 5. <i>Nivel socioeconómico de los encuestados.....</i>	26
Figura 6. <i>Ocupación de los encuestados</i>	26
Figura 7. <i>Frecuencia de compra de ropa</i>	27
Figura 8. <i>Factor más importante a la hora de elegir prendas</i>	28
Figura 9. <i>Ropa infantil favorita de los encuestados</i>	29
Figura 10. <i>Porcentaje de interés en una nueva marca de ropa infantil</i>	30
Figura 11. <i>Factores de compra que desmotivan a los clientes.....</i>	31
Figura 12. <i>Valor que están dispuestos a pagar los encuestados</i>	32
Figura 13. <i>Método de pago preferido por los encuestados</i>	33
Figura 14. <i>Ranking de empresas confeccionistas de ropa infantil en Santander</i>	34
Figura 15. <i>Tasa de natalidad en Bucaramanga.....</i>	35
Figura 16. <i>Proyección de natalidad bumanguesa.</i>	36
Figura 17. <i>Conjunto Mcqueen: camiseta elaborada en algodón licrado y pantalón en jean</i>	41
Figura 18. <i>Conjunto Mickey Mouse: camiseta elaborada en algodón licrado y sudadera tipo jogger en Burda Bostonia</i>	41
Figura 19. <i>Conjunto Minnie: camiseta elaborada en algodón licrado y short en dril.....</i>	42
Figura 20. <i>Conjunto Bermuda Sonic: camiseta elaborada en algodón licrado y bermuda en Burda Bostonia</i>	42

Figura 21. <i>Conjunto sudadera Barbie y conjunto sudadera Sonic</i>	43
Figura 22. <i>Braga Baby & braga Little Girl</i>	43
Figura 23. <i>Pijamas Dream</i>	44
Figura 24. <i>Otros productos Orión Kids con su respectivo empaque actual</i>	45
Figura 25. <i>Punto de confección de Orión Kids</i>	47
Figura 26. <i>Redes sociales de la empresa</i>	47
Figura 27. <i>Diagrama de flujo: proceso de producción camisetas</i>	53
Figura 28. <i>Diagrama de flujo: servicio al cliente y venta</i>	54
Figura 29. <i>Opinión de los clientes frente al producto y/o servicio de la empresa Orión Kids</i> ...	55
Figura 30. <i>Logo de la empresa Orión Kids</i>	57
Figura 31. <i>Organigrama de la empresa Orión Kids</i>	58
Figura 32. <i>Niveles de contratación al interior de Orión Kids</i>	61
Figura 33. <i>Publicaciones promocionadas</i>	91
Figura 34. <i>Facturación Meta</i>	92
Figura 35. <i>Aumento de seguidores entre septiembre y diciembre del 2024</i>	93
Figura 36. <i>Publico de Orión Kids</i>	94
Figura 37. <i>Pijamas dream en lanilla Tobago doble punta</i>	95
Figura 38. <i>Bragas en burda o pique y camisetas en lanilla o Tobago o algodón licrado</i>	95
Figura 39. <i>Conjunto tipo jogger en algodón licrado y burda bostonea</i>	96
Figura 40. <i>Conjunto sudadera en algodón licrado y burda bostonea</i>	96
Figura 41. <i>Conjunto short en dril o jean y camiseta en algodón licrado</i>	97
Figura 42. <i>Conjunto tipo bermuda en burda</i>	97
Figura 43. <i>QR que redirecciona a los clientes a la encuesta</i>	98

Figura 44. <i>Opiniones de los clientes</i>	99
Figura 45. <i>Nuevo logo de la empresa</i>	100
Figura 46. <i>Infraestructura de almacenamiento</i>	101
Figura 47. <i>Ejemplo promoción y publicidad</i>	109

Lista de apendices

Apéndice A. <i>RUT</i>	113
Apéndice B. <i>Cámara de Comercio</i>	114
Apéndice C. <i>Contratos redactados por la empresa</i>	118
Apéndice D. <i>Base de datos ventas Orión Kids</i>	122
Apéndice E. <i>Evidencia de paquetes enviados</i>	129

Resumen

El presente proyecto tiene como objetivo establecer una empresa fabricante y comercializadora de ropa para niños en Bucaramanga mediante la elaboración de un plan de negocios que sirva como guía para forjar las bases del emprendimiento. La empresa Orion Kids se destaca por sus prendas cómodas, sus colores y su diseño que refleja la niñez. El plan de negocio consta de un análisis comercial, técnico, administrativo y financiero, evidenciando la puesta en marcha de los diferentes puntos formulados. Actualmente Orion Kids está creciendo de manera orgánica, llegando al público objetivo a través de campañas de publicidad y promoción por medio de las redes sociales de la empresa. Orion Kids se destaca en el mercado local por la calidad de sus insumos, el tiempo de entrega, sus valores éticos y su diseño; Gracias a estos factores la empresa logra resaltar en el mercado y continúa su crecimiento sostenido.

Palabras clave: emprendimiento, ropa infantil, crecimiento, mejoramiento, calidad.

Abstract

This project aims to establish a company that manufactures and sells children's clothing in Bucaramanga by developing a business plan that serves as a guide to build the foundations of the venture. Orion Kids stands out for its comfortable garments, colors, and designs that reflect childhood. The business plan consists of a commercial, technical, administrative, and financial analysis, demonstrating the implementation of the various formulated points. Orion Kids is currently growing organically, reaching the target audience through advertising and promotional campaigns through the company's social networks. Orion Kids stands out in the local market for the quality of its inputs, delivery time, ethical values, and design; thanks to these factors the company manages to stand out in the market and continues its sustained growth.

Keywords: entrepreneurship, children's clothing, growth, improvement, quality

Introducción

La industria de la moda infantil es un mercado en constante crecimiento debido a distintos factores; En primer lugar, el aumento de la población infantil en el área metropolitana genera una demanda constante de prendas para niños. Así mismo los padres están cada vez más interesados en adquirir prendas de vestir que ofrezcan calidad y seguridad a sus hijos, lo que ha llevado a una mayor oferta de productos enfocados al público infantil. Además, las tendencias de moda para estos han cambiado y evolucionado a través del tiempo, lo que ha generado un mercado cada vez más amplio y diverso. Por último, el incremento en el poder adquisitivo de algunas familias motiva a los padres a invertir más en productos para sus hijos. Todo lo mencionado anteriormente nos evidencia el crecimiento y evolución constante de este sector ya sea por factores demográficos, económicos o culturales.

En este sentido, se analizará el mercado de la moda infantil en la región deseada para el desarrollo de este emprendimiento, se definirán los productos y servicios a ofrecer, se realizará un análisis financiero, técnico y administrativo. Se espera que este trabajo sirva como una guía para aquellos interesados en emprender en el sector de la moda infantil en Bucaramanga y contribuya al crecimiento económico de la región.

1. Creación de una empresa fabricante y comercializadora de ropa para niños en la ciudad de Bucaramanga

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo general

Creación de una empresa fabricante y comercializadora de prendas para niños hasta los 6 años con la intención de satisfacer la demanda de sus compradores intermediarios, ofreciendo productos de alta calidad, con precios asequibles al público, diseños atractivos; Generando a su vez rentabilidad para esta y creando empleo mediante la aplicación del concepto “Taller Satélite”.

1.1.2 Objetivos específicos

Formular un plan de negocios para la creación de una empresa fabricante y comercializadora de ropa para niños hasta los 6 años, donde se incluya un análisis comercial, técnico, administrativo, legal y financiero.

Aplicar el plan de negocios formulado evidenciando la ejecución de las distintas fases propuestas.

2. Antecedentes del modelo de negocio

2.1 Oportunidad de negocio

El mercado de ropa infantil en Bucaramanga ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años. Según datos de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, entre 2017 y 2021, el

sector de la moda infantil registró un aumento del 23% en las ventas. Además, se estima que el mercado de ropa en la ciudad alcanzó los \$45 millones de dólares en 2021 [1].

El ministerio de comercio, industria y turismo dio a conocer que, gracias al crecimiento de la industria textil, este representó en el año 2022 el 9,4% del PIB industrial y generó empleos para cerca de 600mil personas en el país [2].

Existen varias proyecciones sobre este mercado en los próximos años en Colombia. Se prevé que el mercado crecerá a una tasa de crecimiento anual compuesta del 2,70% durante el periodo 2024 – 2032, alcanzando un valor de \$6,920 millones en 2032 ya que se espera que el mercado de ropa infantil supere la ropa masculina y femenina en términos de crecimiento del valor minorista debido a una combinación de tendencias demográficas, macroeconómicas y sociales, respaldado esto por las ventas en la categoría ya que es uno de los segmentos más lucrativos de la industria de confección [3].

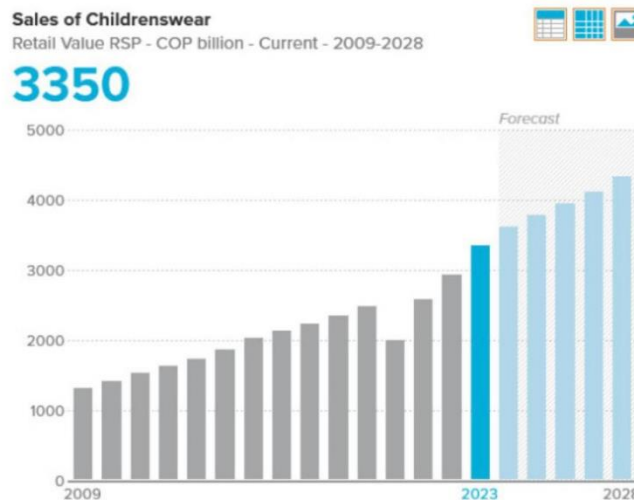
2.2 Antecedentes investigativos

Según el portal Euromonitor del CRAI de la Universidad Santo Tomás, nos dice que a medida que los niños crecen, el llamado “estirón”, los cambios de talla entran a formar un papel importante en la demanda continua de este mercado, ya que es una necesidad regenerar el guardarropa de manera frecuente en los primeros años de vida y los padres empiezan a centrarse en el precio y no tanto en la calidad.

Euromonitor también expuso que las ventas a nivel nacional por valor minorista aumentaron un 15% en 2023 a COP 3,3 billones y seguirán en crecimiento; que los artículos/prendas para niños fue la mejor categoría de desempeño en 2023, con valor de ventas al

por menor en términos actuales a COP 1.205 mil millones y que se espera que las ventas aumenten a una tasa compuesta anual de valor actual del 5% (valor constante de 1%) a COP 4,3 billones.

Figura 1. *Crecimiento de las ventas de ropa para niños en Colombia del 2009 a 2028*



Tomado de [4]

Las ventas han aumentado constantemente durante el período expuesto (2009 – 2028) y se espera que continúe creciendo en el futuro debido a factores como el crecimiento de la población infantil que se pronostica que aumente de 13,6 millones en 2023 a 14,4 millones en 2028; El aumento de los ingresos disponibles de la mayoría de las familias colombianas y el crecimiento de las compras en línea que cada día se vuelve más popular en el país [4].

3. Plan de negocio

3.1 Estudio de mercado

El mercado objetivo deben ser hombres y mujeres de 23 años en adelante, padres de niños pequeños de 1 a 6 años preferiblemente, no importa su ciudad de residencia ya que la empresa realizara envíos a otras zonas del país. Clientes que valoren productos duraderos, cómodos y seguros para sus hijos, además de interesarse en diseños atractivos y adaptados a las tendencias locales del momento.

Otros clientes potenciales podrían incluir familiares y amigos que buscan regalos para niños pequeños.

3.1.1 Segmentación de mercado

3.1.1.1 Geográficos. El segmento de mercado geográfico se extendería a nivel nacional, abarcando las principales ciudades de Colombia. Esto incluiría ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, entre otras. Dándonos así la oportunidad como empresa de llegar a un público objetivo más amplio.

3.1.1.2 Demográficos. Las segmentaciones del mercado demográfico son padres de niños de 1 a 6 años, generalmente entre los 23 años en adelante, ya que desde este rango de edad las personas utilizan más frecuentemente sus redes sociales y realizan compras en línea lo cual encontramos ventajoso debido a que la empresa contara con redes sociales para un mayor alcance del público; No importa su género y en cuanto a ingresos o nivel socioeconómico, se aplicaría diversos rangos, con énfasis en la accesibilidad económica para garantizar que los productos sean asequibles para un amplio espectro de padres.

3.1.1.3 Psicográficos. Padres con estilo de vida activos que buscan soluciones prácticas para la vestimenta de sus hijos, priorizando la comodidad del niño, orientados a las tendencias del momento, con el deseo de proporcionar prendas con diseños llamativos, conscientes de la calidad, interesados en productos que reflejen los gustos de sus hijos.

3.1.2 Investigación de mercado

3.1.2.1 Tendencia de mercado. Según el Portal Euromonitor las compras de los padres se vuelven más influyentes por la comodidad y la versatilidad, enfocándose así la ropa practica y adaptable. Los padres buscan prendas que permitan a sus hijos moverse libremente y jugar cómodamente.

Las prendas con elementos ajustables, camisetas y shorts sencillos, son muy buscados y adquiridos en este mercado. Sin embargo, también se menciona que los padres buscan modernidad en las prendas, diseños de personajes animados en tendencia, el color del momento, etc., con el fin de lucir a la moda.

Al igual estos aprecian las líneas de ropa que los hagan sentir representados con las características de la cultura a la que pertenecen y estilo de vida de la región, lo cual es una gran ventaja para las marcas locales.

También debemos recalcar que el mercado de la ropa infantil se ve muy influenciado por las redes sociales, ya que los padres de nueva generación utilizan plataformas como Instagram, Facebook y Pinterest para buscar inspiración, compartir experiencias, descubrir nuevas marcas y obtener productos de forma sencilla y rápida sin necesidad de salir de casa. Se sabe que el estado

activo en redes sociales es el perfecto marketing visual para influir positivamente en la adquisición de los padres, por lo que estas son herramientas valiosas para el posicionamiento de nuevas marcas infantiles [4].

3.1.3 Método

3.1.3.1 El tipo de investigación. Propositiva ya que se plantea un análisis de datos donde se busca evidenciar preferencias, incentivos de compra, etc. del público objetivo con la finalidad de determinar la viabilidad de una nueva marca local.

3.1.3.2 Método de investigación. Deductivo, ya que se obtienen conclusiones específicas de manera lógica a partir de generalidades obtenidas por medio de la observación del objeto de estudio.

3.1.3.3 Universo objetivo. El universo objetivo es la población de Bucaramanga, el número total de habitantes es de 620.000, sin embargo, aplicando la fórmula de tamaño muestral nos da como resultado en promedio 90 personas encuestadas.

3.1.3.4 Instrumento. Cuestionario virtual que permite recopilar datos de forma eficiente, facilitando la obtención de un volumen significativo de respuestas debido a su forma de aplicación en línea.

3.1.3.5 Modo de aplicación. Muestreo aleatorio simple proporcional.

3.1.3.6 Tiempo de aplicación.

El cuestionario tiene una duración máxima de 10 minutos.

Figura 2. *Ficha técnica de la encuesta*

 FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA				
DATOS DE LA ENCUESTA				
Nombre de la encuesta		Encuesta Trabajo de grado creación de una empresa fabricante y comercializadora de ropa para niños en la ciudad de Bucaramanga		
Ámbito geográfico		Habitantes de Bucaramanga		
Cuestionario		Este cuestionario contiene 10 preguntas acerca del trabajo de grado sobre la creación de una empresa fabricante y comercializadora de ropa infantil en la ciudad de Bucaramanga. Este cuestionario se realizó a través de la plataforma de Formularios de Google. El tiempo de respuesta del cuestionario es de máximo 10 minutos.		
DATOS MUESTRALES				
Universe objetivo (N):		620.000	OBJETIVO DE LA ENCUESTA: el objetivo de este cuestionario es conocer un poco al cliente, sus gustos y preferencias con la intención de satisfacer sus necesidades y cumplir sus expectativas en cuanto diseño, calidad, etc. del producto.	
Nivel de confianza (Z)		95%		
Probabilidad a favor (p)		0,5		
Probabilidad en contra (q)		0,5		
Error de estimación (e)		5%	Muestreo Aleatorio Estratificado $n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2}$	
TAMAÑO MUESTRA (n):		90,23	$(N-1) + Z^2 * p * q$	
Tipo de encuestas:		Cuestionario estructurado vía on-line	Fecha de realización:	30 de noviembre de 2023
PREGUNTAS QUE SE FORMULARON				
1	¿Rango de edad a la que perteneces?			
2	¿En qué franja de edad se encuentran tus hijos?			
3	¿Cuál es tu nivel socioeconómico?			
4	¿Cuál es tu ocupación?			

4. Resultados

4.1 Encuesta

A continuación, se expondrán los resultados y análisis obtenidos tras la aplicación del cuestionario en línea de algunas preguntas que consideramos relevantes para la investigación de

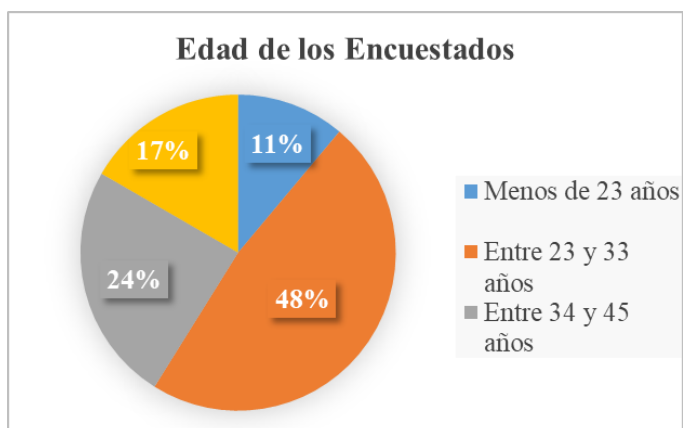
mercado en la creación de una empresa fabricante y comercializadora en la ciudad de Bucaramanga.

Se podrán apreciar los resultados obtenidos en diagramas circulares para una comprensión visual más sencilla.

Interpretación de los resultados

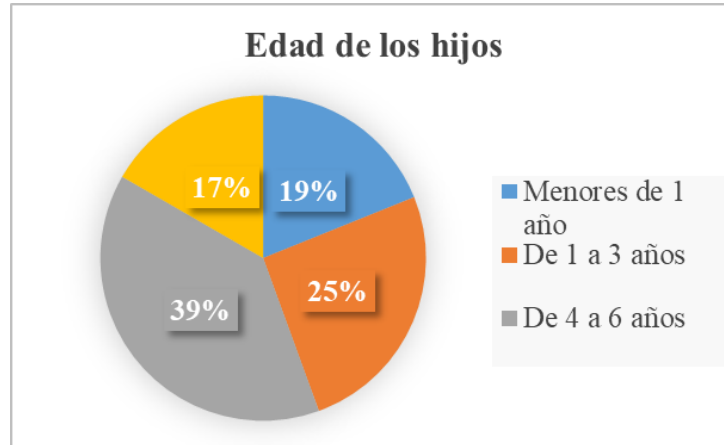
Pregunta 1. ¿Rango de edad a la que pertenece?

Figura 3. *¿Rango de edad a la que pertenece?*



Se puede observar que la mayoría de los encuestados se encuentran en un rango de edad entre 23 y 33 años, con un 48%, sin embargo, podemos concluir que el grupo más representativo dentro de la población encuestada se encuentra entre los 23 y 45 años ya que estos constituyen el 72%. Sin embargo, en términos de “público objetivo” no descartamos por completo a los demás grupos de edad ya que consideramos que pueden ser segmentos secundarios importantes.

Pregunta 2. ¿En qué franja de edad se encuentran sus hijos?

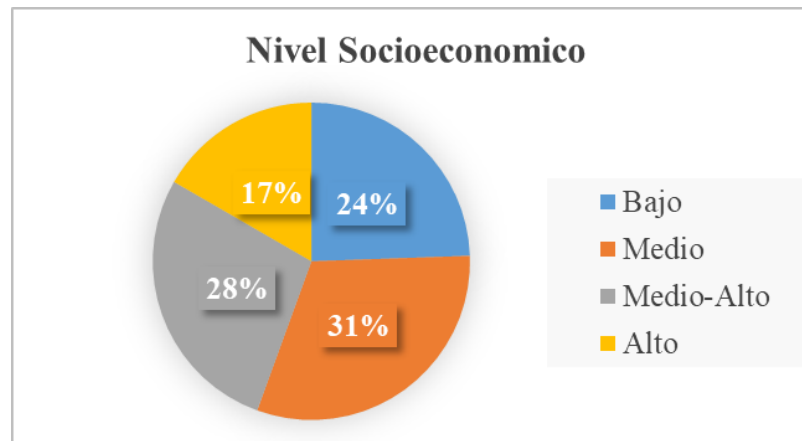
Figura 4. Grupo etario de los hijos de los encuestados

La grafica anterior evidencia que hay mayor concentración en el rango de edad de 4 a 6 años con un 39%.

Posiblemente el usuario final de nuestro producto se encuentra en un rango de edad entre 1 a 6 años con un 64% dentro de la muestra.

Se evidencia que hay menor proporción en edades tempranas (menores de 1 año) representando el 19% y en edades mayores a los 6 años con un 17% sin embargo es importante no descuidar estos rangos de edad debido a que eventualmente los padres de estos niños necesitaran ropa que satisfagan las necesidades que implican el crecimiento.

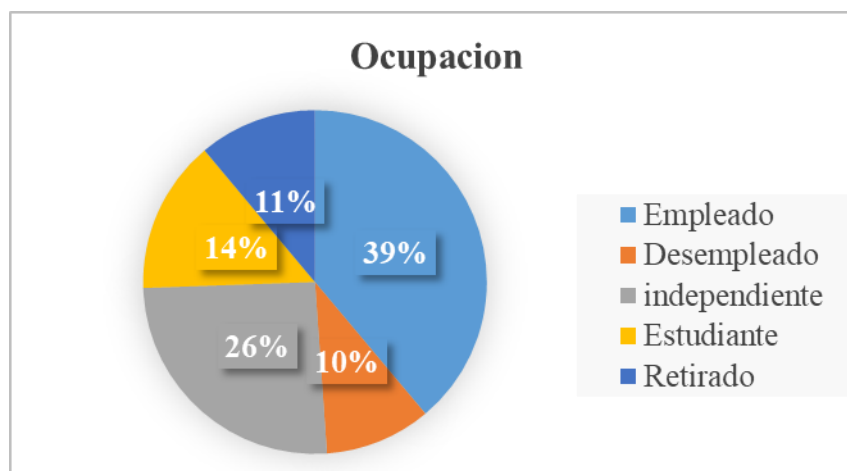
Pregunta 3. ¿Cuál es tu nivel socioeconómico?

Figura 5. Nivel socioeconómico de los encuestados

Aunque existe una buena distribución, los segmentos medio y medio – alto representan juntos el 59% de la muestra, sin embargo, el nivel bajo tiene un porcentaje bastante representativo (24%) lo que nos indica que podemos llegar a un público más amplio y adaptar nuestra oferta a diferentes necesidades y presupuestos.

Si bien el nivel alto es el segmento más pequeño con un 17%, es importante considerar las necesidades de este grupo, ya que representan una oportunidad de crecimiento.

Pregunta 4. ¿Cuál es tu ocupación?

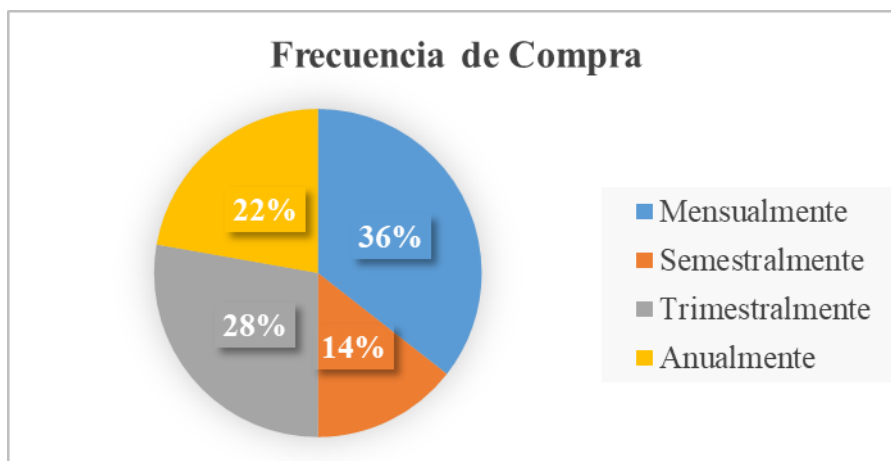
Figura 6. Ocupación de los encuestados

El grupo mas grande corresponde a personas empleadas con un 39%, seguido del grupo de independiente con un 26%, juntos representando el 65% de la muestra, esto nos indica que una parte significativa del publico objetivo tienen una fuente de ingresos estable y podria estar dispuesta a invertir en ropa de calidad para sus hijos.

Sin embargo es importante considerar a los otros grupos; El grupo de estudiantes, nos representan los padres jovenes, con un 14%, pueden ser mas sensibles al precio y buscar mas opciones economicas y en cuanto al grupo de desempleados y retirados representando 21%, podrian tener restricciones presupuestarias y buscar promociones o descuentos, por lo que como emprendimiento es importante abarcar las diferentes necesidades demostrando el compromiso con la inclusion.

Pregunta 5. ¿Con qué frecuencia compra ropa para sus hijos?

Figura 7. *Frecuencia de compra de ropa*



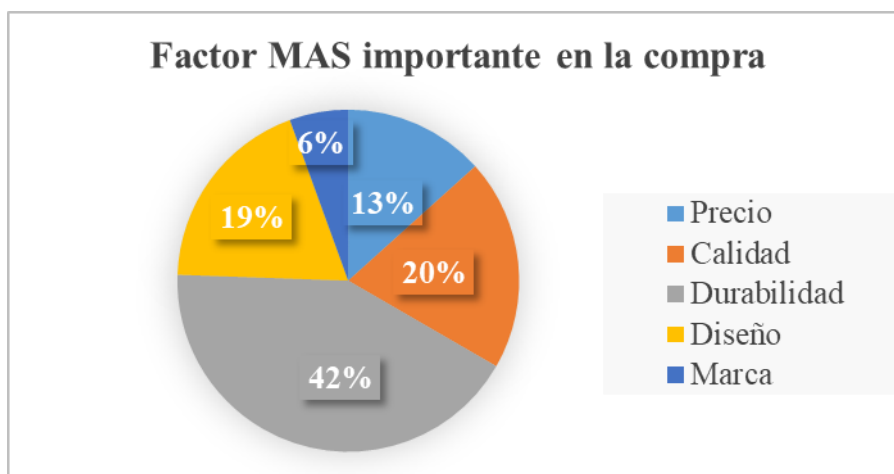
Un porcentaje significativo de los encuestados lo conforma el grupo mensual y trimestral con un 64% realiza compras de ropa infantil de forma frecuente, indicándonos que existe una demanda constante de productos nuevos y que los clientes están dispuestos a renovar el armario

de sus hijos con regularidad, adaptándose al crecimiento de estos y posiblemente a los cambios de estación de la zona.

Los porcentajes de compras semestrales (14%) y anuales (22%) son menores en comparación con los demás sin embargo es un valor significativo de la muestra, este nos indica que los consumidores realizan compras con menos frecuencia y posiblemente se deba a factores como la edad de sus hijos o el presupuesto disponible.

Pregunta 6. ¿Qué factor es el más importante al elegir prendas para tus hijos?

Figura 8. Factor más importante a la hora de elegir prendas



Se puede observar que los factores más importantes para los clientes a la hora de comprar son la durabilidad y la calidad con un 62% de la muestra, esto nos indica que las prendas ofrecidas deben ser resistentes, con costuras reforzadas, cómodas y suaves.

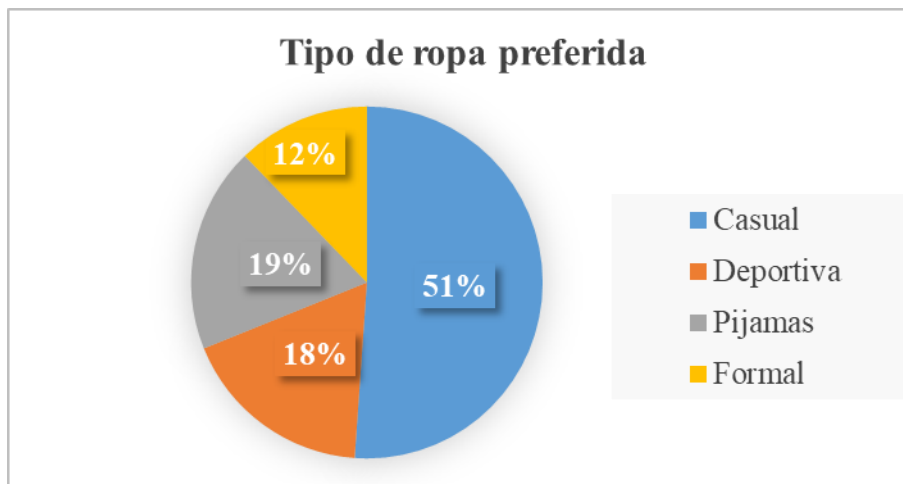
El diseño es el tercer factor más importante con un 19% lo que se traduce a que es importante para los padres buscar prendas atractivas para sus hijos, a la moda y más importante aún, que reflejen su esencia.

En cuanto al precio representando un 13% de los encuestados, sabemos que es importante para el cliente una buena relación calidad-precio.

Si bien la marca es el factor menos importante representando un 6%, esta influye en la decisión de compra, aunque sea en una menor medida, se tiene la oportunidad para construir una marca fuerte y confiable en el mercado infantil.

Pregunta 7 ¿Qué tipo de ropa infantil prefieres para tus hijos?

Figura 9. Ropa infantil favorita de los encuestados



La grafica nos muestra una preferencia por la ropa casual con un 51% de las respuestas, indicándonos que los padres buscan principalmente prendas cómodas y versátiles para el día a día de sus hijos como lo son camisetas, pantalones, shorts y vestidos.

Los padres también buscan opciones cómodas para la noche como lo son los pijamas representando un 19%, en tercer lugar, tenemos una demanda significativa para la ropa deportiva con un 18%, por lo que es importante ofrecer prendas funcionales para actividades al aire libre y juegos. Aunque la ropa formal es el tipo de ropa menos demandado en esta muestra con un 12% no está de más ofrecer algunas opciones formales para ocasiones especiales.

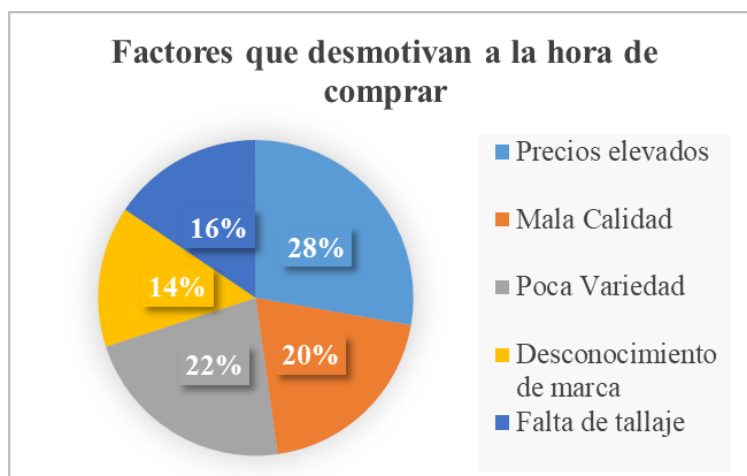
Pregunta 8. ¿Estaría interesado en una nueva marca local de ropa infantil?

Figura 10. *Porcentaje de interés en una nueva marca de ropa infantil*



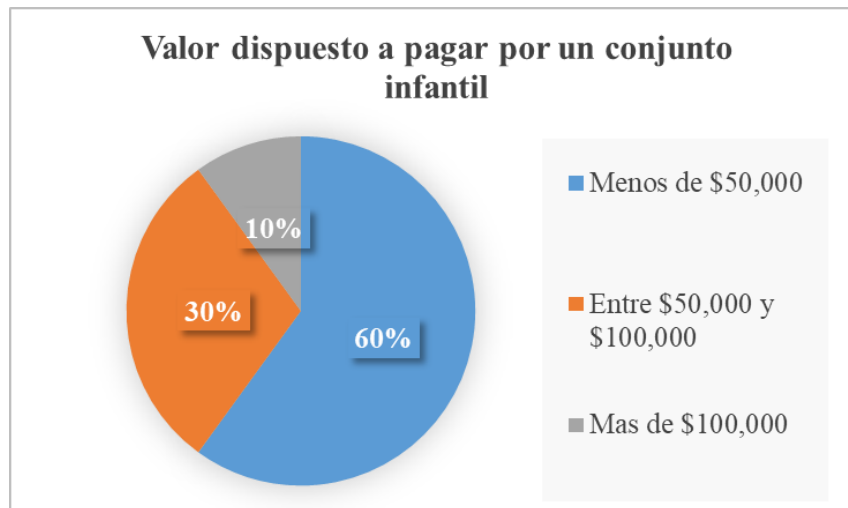
La grafica nos muestra un resultado muy claro y positivo indicándonos que el 90% de los encuestados manifestaron interés en una nueva marca de ropa infantil lo que se traduce en un espacio en el mercado y que los clientes están dispuestos a probar nuevas marcas siempre y cuando se les ofrezca un valor agregado.

Pregunta 9. ¿Hay algo que le desmotivaría para comprar productos de una nueva marca de ropa infantil?

Figura 11. Factores de compra que desmotivan a los clientes

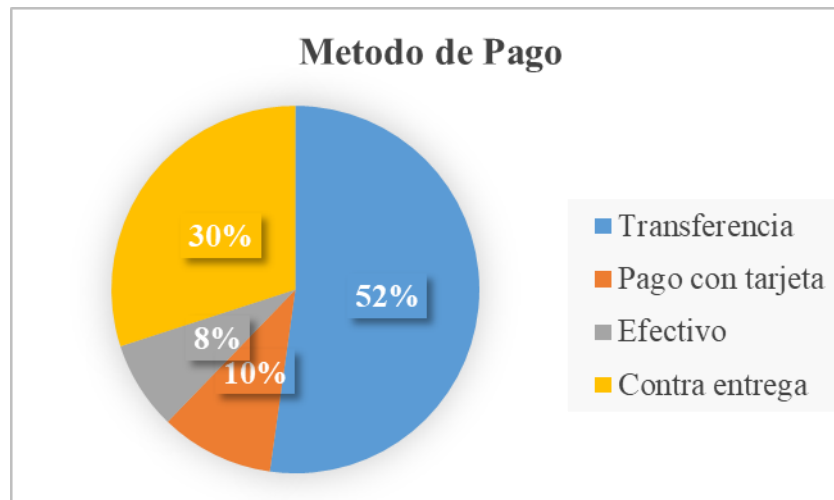
El factor que mas desmotiva a los clientes a la hora de comprar son los precios elevados con un 28% de la muestra, se sabe que el precio es un factor determinante en la decision y mas en este mercado donde muchas veces podemos ver que las prendas de niños suelen ser mas costosas que las de personas mayores. En segundo lugar, se tiene la poca variedad en los productos con un 22%, la innovacion constante es lo que mantiene competente a las empresas frente a otras. La mala calidad (20%) tambien es un fuerte disuasivo ya que a lo largo de las respuestas de la encuesta hemos percibido que los clientes buscan productos que cumplan sus expectativas. El desconocimiento de la marca (14%) refleja la falta de confianza de los usuarios a emprendimientos desconocidos impidiendo una compra, por lo que como empresa nos sugiere invertir mayor marketing y un lenguaje claro y conciso para comunicar los beneficios de los productos. Por ultimo tenemos la falta de tallaje con un 14% de la muestra, es importante la diversidad para asegurar que los clientes encuentren lo que buscan.

Pregunta 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un conjunto de ropa para sus hijos pequeños?

Figura 12. *Valor que están dispuestos a pagar los encuestados*

Se puede concluir del grafico que hay sensibilidad al precio, la mayoría de los usuarios (60%) están dispuestos a pagar menos de 50mil por un conjunto infantil, un porcentaje considerable de los encuestados (30%) están dispuestos a pagar entre 50mil y 100mil representando una oportunidad para ofrecer productos con características y calidad superior a un precio intermedio y por último se presenta un segmento Premium reducido del 10% dispuestos a pagar más de 100mil, este segmento nos da una oportunidad para productos de “lujo”.

Pregunta 11. ¿Método de pago preferido?

Figura 13. *Método de pago preferido por los encuestados*

Las transferencias bancarias se han posicionado como el método de pago más utilizado con un 52% indicando una preferencia por los métodos de pago digitales y sin contacto debido a su facilidad, sin embargo, los demás métodos de pago siguen representando un porcentaje significativo por lo que como empresa no se descartan, la idea es ofrecer una experiencia de pago segura y sencilla, mejorando la satisfacción de los clientes.

4.1.1 Conclusiones de la encuesta

Los resultados de la encuesta indican que hay una receptividad positiva por parte del público hacia una nueva marca local, reflejando así un alto grado de aceptación a la idea de emprendimiento y ofreciéndonos ideas valiosas para orientar nuestra estrategia de mercado.

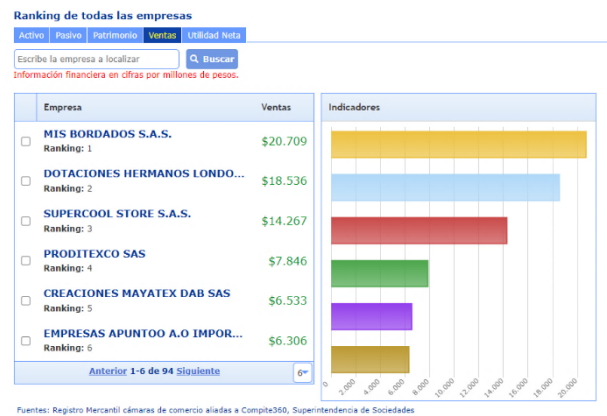
Estos datos nos ayudan a identificar algunos de los factores clave que debemos considerar para garantizar una experiencia satisfactoria para el cliente al conocer y adoptar nuestra marca; Además, nos proporcionó información sobre el rango de precios aceptables, los estilos y hábitos de compra del cliente lo que nos permite planificar la regulación de nuestra oferta de manera más efectiva.

4.2 Oferta y demanda

4.2.1 Oferta

La empresa Orión Kids pertenece al sector económico con código CIIU 1410 asociado a la confección de prendas de vestir; excepto prendas de piel. Según la información recopilada por la página Compite 360 en el departamento de Santander, municipio Bucaramanga, existe un total de 94 empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir.

Figura 14. Ranking de empresas confeccionistas de ropa infantil en Santander



Tomado de [5]

Al segmentar este mercado y enfocarnos principalmente en las empresas que se centran en ropa para niños, encontramos cuatro empresas principales que poseen ventas anuales que varían desde \$422 millones hasta \$2,158 millones de pesos [5].

Tabla 1. Promedio de ventas de empresas confeccionistas de ropa infantil

Empresas	Ventas en millones de pesos
Infantiles el ropero de sarita	\$2,158
Baby's Dress Limitada	\$1,297

<i>Empresas</i>	<i>Ventas en millones de pesos</i>
Nisam Babys SAS	\$854,00
Cristian Baby - CRIS ROSE SAS	\$422,00

La existencia de competidores con ventas robustas confirma un mercado activo y rentable en el sector de ropa infantil en Bucaramanga, además, la diversidad en las ventas de los competidores sugiere que hay espacio para nuevos participantes que puedan captar una porción del mercado existente capitalizando la demanda establecida y creciente ya sea a través de un enfoque único en cuanto a innovación en diseño, calidad, sostenibilidad, etc. Posicionándose en el mercado y estableciendo un negocio rentable y sostenible a largo plazo.

Figura 15. Tasa de natalidad en Bucaramanga.



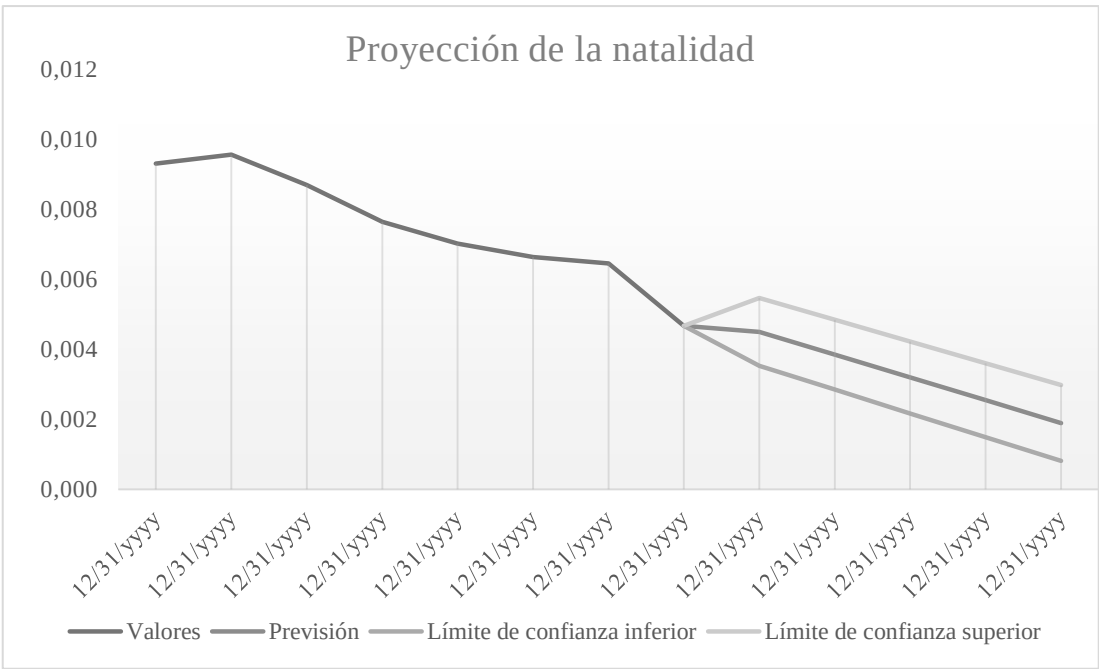
Tomado de [6]

El gráfico anterior muestra los nacimientos con residencia en Bucaramanga en los años 2016 al 2023, teniendo en cuenta los datos anteriores se hizo una proyección a 5 años de la tasa de natalidad [6].

Tabla 2. Cifras de proyección de natalidad bumanguesa

<i>Escala de tiempo</i>	<i>Valores</i>	<i>Previsión</i>	<i>Límite de confianza inferior</i>	<i>Límite de confianza superior</i>
31/12/2016	9,304			
31/12/2017	9,557			
31/12/2018	8,695			
31/12/2019	7,638			
31/12/2020	7,019			
31/12/2021	6,637			
31/12/2022	6,451			
31/12/2023	4,667	4,667	4,667	4,667
31/12/2024		4,495	3,526	5,464
31/12/2025		3,845	2,846	4,843
31/12/2026		3,194	2,166	4,222
31/12/2027		2,543	1,486	3,601
31/12/2028		1,893	0,808	2,978

Figura 16. Proyección de natalidad bumanguesa.



Aunque se observa una disminución en los índices de natalidad en los últimos años es fundamental considerar que la demanda de ropa infantil no solo está vinculada a dicha tasa, sino también a la renovación constante del mercado y a la necesidad continua de prendas adecuadas al

crecimiento de los niños, por lo que siempre existirá un mercado estable para productos destinados a estos.

La constante llegada de nuevas generaciones, la calidad de los productos, adaptabilidad a las tendencias del mercado, sostenibilidad y personalización, respaldan firmemente la creación de nuevos emprendimientos en este mercado.

Para tener una visión positiva sobre la oferta de este mercado, se tendrán en cuenta dos supuestos; el primero de ellos es que el mercado total corresponde a la población de 0 a 9 años de los municipios de Bucaramanga, Floridablanca, girón y Piedecuesta, dichos datos obtenidos de los informes detallados del Geoportal DANE [7]; lo anterior constituye el TAM (Total Addressable Market).

Tabla 3. *Mercado objetivo*

	<i>Población 0 a 9 años</i>
Bucaramanga	65220
Niños	32137
Niñas	33083
Floridablanca	34460
Niños	16567
Niñas	17893
Girón	19804
Niños	9733
Niñas	10071
Piedecuesta	17991
Niños	8768
Niñas	9223
Total general	137475

Tomado de [6]

El segundo supuesto es que una persona requiere al menos 63 prendas desde que nace hasta los 9 años de edad, es decir un promedio de 7 prendas por año.

Se estima que cada prenda en el mercado tiene un costo de 60.000, generando una participación de mercado al que podría llegar la empresa de más de 2.850 millones de pesos. Representando un 5% de participación.

4.2.2 Demanda

$\text{Demanda} = (\# \text{ niños} \times \# \text{prendas al año} \times \text{Valor promedio de prenda})$

$\text{Demanda} = (137475 \times 7 \times 60.000) = \$57.739.500.000$

Teniendo en cuenta que la tendencia de reducción de la natalidad afectará este mercado se irá reduciendo el valor de la demanda en un 28%; sin embargo, sigue siendo un mercado atractivo por el monto y la cantidad de competidores.

Tabla 4. *Proyección anual de venta de prendas infantiles de acuerdo con el mercado*

<i>Año</i>	<i>Mercado de prendas 0 a 9 años</i>
2024	\$57.739.500.000
2025	\$41.572.440.000
2026	\$29.932.156.800
2027	\$21.551.152.896
2028	\$15.516.830.085

Si bien, se evidencia que la tasa de natalidad va en decrecimiento, el mercado tiene un alto valor, y contrastando con el análisis de la oferta se encuentra que hay una oportunidad en el mercado pues la demanda es inferior a la oferta en la ciudad de Bucaramanga.

Además, se espera innovar en estrategias que permitan la segmentación del mercado, estimando el mercado específico de la empresa será determinado por la capacidad máxima de producción formulada en este plan, correspondiente a 6.000 prendas al año, proyectando en promedio 160.000.000 de pesos al año como mercado específico que alcanzaría la empresa.

4.3 Proveedores

Teniendo en cuenta que los proveedores son fundamentales en la etapa de producción de la empresa, como emprendimiento que inicia su actividad económica buscamos toda clase de proveedores teniendo en cuenta todas las fuentes de información existentes para localizar dichas empresas ya fueran, sitios web, recomendaciones, publicidad, etc.

Una vez recopilamos la lista de aquellas empresas que se adaptaban a nuestras necesidades en cuanto a condiciones referidas a la calidad, condiciones económicas, plazos de entrega, transporte, entre otros, iniciamos el contacto directo vía telefónica para solicitar información necesaria y un encuentro que sería el primer contacto, comunicamos necesidades, expectativas, llegamos acuerdos y procedemos a “cerrar el trato”. Nuestros proveedores elegidos se exponen a continuación.

Tabla 5. Información de los proveedores

PORTOFINO Dirección: Cl. 17#62-2, Bogotá, Colombia Teléfono: 315 272 43 37	Portofino es nuestra empresa proveedora de telas de alta calidad, manejan precio por kilo (\$40,500) y por metros (\$12,268) aplican descuento del 6% a la compra, el plazo de entrega es de 2 días hábiles, pagamos a contado y el transporte de las telas corre por parte del vendedor.
MH Dirección: Carrera 15#32-30, Centro Teléfono: 630 18 99	Mil Herrajes es nuestra proveedora de insumos para la confección de prendas, de allí adquirimos lo que son: Cauchos, botones, cierres, hiladillos, resortes, etc. No ofrecen descuento por las compras, se adquieren de manera inmediata los insumos, el pago es de contado. No hacemos las compras por encargo a la empresa si no que nos tomamos el tiempo de ir hasta el punto más cercano.

COLORPRINT

Dirección: Calle 33#17-36 Centro
Teléfono: 6844494

Colorprint es nuestro proveedor de diseños y estampados para nuestras prendas, son los encargados de plasmar en físico la idea, el precio por diseño es de \$2,000, no aplican descuento en su servicio, el plazo de entrega es de 5 días hábiles, forma de pago al contado, nosotros nos encargamos de llevar y recoger el producto.

DIGIMOLDES

Dirección: Calle 24 #20-13, Bucaramanga
Teléfono: 315 491 38 00

Digimoldes es nuestro proveedor de patrones y moldes necesarios utilizados para el corte y confección adecuado de nuestras prendas. El precio por molde es de \$15,000, el plazo de entrega es de 3 días hábiles, se paga al contado y nosotros nos encargamos de recogerlos.

CARLIXPLAST

Dirección: Calle 33 #11-83
Teléfono: 321 307 31 49

Carlixplast es nuestro proveedor del empaque, ellos son vendedores de plásticos personalizados al mejor precio; El precio unitario por bolsa es de 100 pesos, la entrega es de forma inmediata, se paga al contado y nosotros nos encargamos de recoger el monto necesario.

INTER RAPIDISIMO

Dirección: Cra. 11 Este #30ª-15,
Floridablanca
Teléfono: 300 236 90 78

A través de la empresa Inter Rapidísimo, encargada de servicios de mensajería, giros y cargos, enviamos nuestros productos a los clientes. \$15,000 es el precio promedio de envió, este varía dependiendo de la ciudad de destino. Este valor lo asume el cliente, nosotros nos encargamos de llevar los paquetes hasta la oficina más cercana, en caso de devoluciones, nos hacen llegar el producto hasta nuestro punto de producción.

4.3.1 Marketing Mix

Con base en la información obtenida por la encuesta podemos establecer las bases para desarrollar las 4p del marketing (Producción, precio, plaza y promoción) necesarios para tener en cuenta la estrategia del mercado.

4.4 Producto

Como se ha venido mencionando, los productos de nuestra empresa serán prendas para niños pequeños, principalmente de 1 hasta los 6 años.

De acuerdo con las preferencias de los padres y el tipo de ropa que adquieren más, adaptamos nuestro concepto de diseños para suplir estas preferencias, implementando materia prima segura, cómoda, duradera y de calidad en el proceso de fabricación; Las telas que más se usaran a la hora de la confección de las piezas son: Algodón Licrado, Burda Bostonia, Pique, Lanilla doble punto y Dril.

La idea principal es ofrecer prendas que capturen y reflejen la esencia de la niñez, por lo que a continuación, se presentan los diseños de prueba elaborados por la empresa, si tienen una gran aceptación estarán disponibles en más colores, tallajes, etc.

Figura 17. *Conjunto Mcqueen: camiseta elaborada en algodón licrado y pantalón en jean*



Figura 18. *Conjunto Mickey Mouse: camiseta elaborada en algodón licrado y sudadera tipo jogger en Burda Bostonia*



Figura 19. *Conjunto Minnie: camiseta elaborada en algodón licrado y short en dril*



Figura 20. *Conjunto Bermuda Sonic: camiseta elaborada en algodón licrado y bermuda en Burda Bostonia*



Conjunto Sudadera Sonic y Conjunto Sudadera Barbie: Ambos conjuntos, uno diseñado para niña y otro para niño, comparten las mismas características de confección; Camiseta elaborada en algodón licrado y sudadera hecha en Burda Bostonia.

Figura 21. *Conjunto sudadera Barbie y conjunto sudadera Sonic*



Braga Baby y braga *Little Girl*: La braga baby es un mameluco confeccionado especialmente para los más pequeños se conforma por una camiseta elaborada en lanilla Tobago doble punto y braga burda sueños. La braga '*Little Girl*' es una opción para niña compuesta por una camiseta elaborada en algodón licrado y braga en pique.

Figura 22. *Braga Baby & braga Little Girl*



Pijamas Dream: elaboradas en lanilla Tobago doble punta.

Figura 23. *Pijamas Dream*

Como empresa estamos comprometidos con la innovación constante en los diseños dependiendo de la ocasión y tendencia en el mundo infantil, incorporando elementos de figuras y fenómenos más relevantes entre los niños ya sea personajes de moda de programas, series o películas, ya que como se mencionó anteriormente lo que se quiere lograr es que nuestros productos reflejen la identidad e intereses de los pequeños que las porten.

La idea es ofrecer precios asequibles al público y el tallaje que se manejara es 2, 4 ,6 y 8 ya que decidimos como empresa centrarnos en la primera etapa de vida de los niños.

En cuanto al empaque en esta primera etapa se utilizarán bolsas plásticas transparentes de celofán, esta decisión se toma para optimizar costos, ya que nuestra prioridad será facilitar el envío a múltiples ciudades, generalmente, los productos deben ser embalados en bolsas proporcionadas por las empresas de envío o en bolsas totalmente selladas para garantizar su transporte seguro. Por ello, consideramos que, en este momento, no es necesario realizar una inversión mayor en empaques personalizados.

Cuando se venda al por mayor, las prendas se encontrarán dentro del plástico transparente con un gancho y se amarran cuidadosamente de a docenas colocándolas dentro de una caja grande de cartón sellada correctamente y con una ficha de la información necesaria.

Figura 24. Otros productos Orión Kids con su respectivo empaque actual

4.4.1 Precio

Como empresa primordialmente nos enfocaremos en establecer precios competitivos, atractivos y asequibles al cliente, teniendo en cuenta el estudio de mercado para tener conocimiento del rango de precios aceptables por estos, a su vez calcularemos el costo de producción de cada conjunto y así sacar el margen de ganancia adecuado encontrando un equilibrio entre la rentabilidad y la accesibilidad, asegurado así la satisfacción del público y el crecimiento sostenible del emprendimiento.

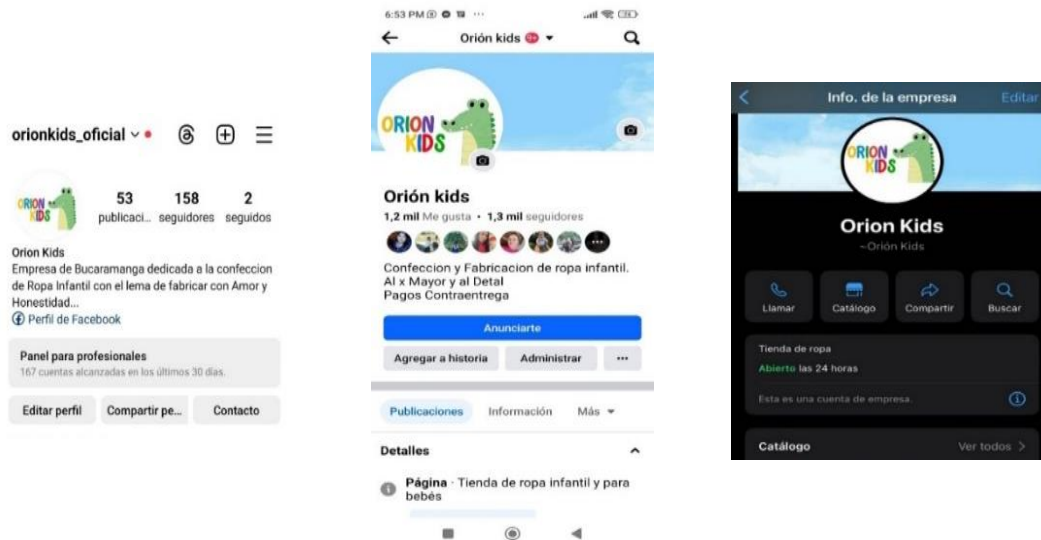
Tabla 6. Valor unitario de cada prenda

Producto	Valor unitario de venta
Conjunto Mickey	\$28.300
Conjunto McQueen Jean	\$36.400
Conjunto short Minie	\$28.300
Conjunto bermuda Sonic	\$28.300
Conjunto sudadera Barbie	\$28.300
Conjunto sudadera Sonic	\$28.300
Mameluco Baby	\$17.800
Braga Little Girl	\$17.800
Pijamas Dream	\$16.200

4.4.2 Punto de venta

Dispondremos de un punto físico dedicado principalmente a la creación de muestras del diseño de cada uno de los conjuntos a fabricar y el corte de tela; El conjunto como tal se mandará a fabricar en talleres satélites que se contrataran por tarea, al igual que se contara con una empresa proveedora para los estampados; Una vez finalizada su labor estas son devueltas al punto principal para seguir con el proceso de inspección, empaquetado y venta. Cabe recalcar que la idea del punto físico es un espacio propio por el cual no se paga renta y no se cuenta como un costo fijo mensual, este se encontrara ubicado en cra4E#25-40 barrio la cumbre, Floridablanca/Santander, esto con el fin de disminuir costos en la primera etapa de crecimiento del emprendimiento mientras se van generando utilidades y rentabilidad.



Figura 25. *Punto de confección de Orión Kids*

A pesar de que se espera contar con este punto físico, este no estará enfocado como lugar de venta, nuestra principal vía de venta será a través de redes sociales; Nuestra estrategia se basará en un enfoque multicanal donde se aproveche distintas plataformas o redes sociales para llegar a nuestros clientes desde cualquier lugar. Poseemos una cuenta de Instagram, de Facebook, siendo este nuestro principal captador de clientes y un canal de WhatsApp Business donde se mantiene una presencia activa con nuestra audiencia donde se ofrece una experiencia de compra conveniente y accesible.

Figura 26. *Redes sociales de la empresa*

Adicionalmente, la idea también es actuar como mayoristas suministrando nuestros productos a locales minoristas pertenecientes al mismo mercado con la intención de ampliar el alcance, aumentar las ventas, aprovechar la experiencia, etc.

4.4.3 Promoción

La forma en la que promocionaremos las ventas es a través de publicidad pagada por Facebook e Instagram, la cual funciona por medio de anuncios bajo el esquema de pago por tiempo o por totalidad de la campaña. Lo que hacen estas plataformas es circular el contenido en el inicio de la audiencia elegida; Se pueden utilizar datos demográficos de edad, género, ciudad, etc. Para esto.

4.5 Estudio técnico

4.5.1 Producción y equipos necesarios

Teniendo en cuenta el comportamiento de compra de los clientes y stock, basado en la experiencia y lanzamiento de los productos que hemos tenido hasta el momento, en promedio se pueden producir 534 prendas al mes de distintas referencias y diseños teniendo en cuenta la tendencia del momento.

Para la confección de los productos y garantizar la mejor calidad a la hora de la entrega al cliente final se hace uso de una serie de maquinaria como se puede observar en la siguiente tabla, cabe mencionar que lo expresado a continuación es el equipo con el que cuenta actualmente el punto físico de fabricación.

Tabla 7. *Maquinaria de fabricación de la empresa Orión Kids*

<i>Maquinaria</i>		
<i>Producto</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio</i>
Máquina cortadora	1	\$300.000,00
Máquina collarín	1	\$2.300.000,00
Máquina fileteadora	1	\$2.200.000,00
Máquina plana	1	\$2.000.000,00
Total		\$6.800.000

Al igual que una maquinaria se necesita una variedad de insumos y materia prima para la fabricación de las prendas como vemos a continuación:

Tabla 8. *Materia prima e insumos para la fabricación de productos*

Materia prima e insumos esenciales	
Tela	\$2.500.000,00
Hilos	\$2.000,00
Hilazas	\$3.000,00
Botones	\$66,00
Tallas	\$8.000,00
Resorte	\$24.980,00
Caucho	\$18.500,00
Hiladillo	\$25.500,00
Moldes	\$60.000,00
Terminales	\$65,00
Cordones	\$170,00

En la tabla anterior se presentan algunos de los insumos necesarios para la fabricación del producto, sin embargo, estos se incluyen únicamente con el propósito de brindar una referencia sobre los posibles precios y materiales requeridos para la actividad, ya que como empresa aplicaremos el concepto de talleres satélites y se establece que los trabajadores asumirán los costos de los insumos necesarios para cada tarea de confección que realicen a excepción de la materia prima principal que es la tela, ya que como se mencionó anteriormente, en nuestro punto físico nos encargamos del corte de esta, por lo que se entrega lista para la confección.

Los precios anteriores en su mayoría están expresados en precio unitario, en cuanto a la tela, el valor puesto en la tabla es el valor promedio del pedido mensual que se hace de este insumo, en el caso de los moldes el precio es por escalado donde se incluyen las 4 tallas que se manejan (2-4-6-8).

El caucho se compra por kilo y las tallas por rollo. En cuanto al resorte, este es utilizado para los cuellos de las camisetas y su valor se expresa por metro. El precio de los botones puede

cambiar dependiendo de la cantidad que se adquiriera, normalmente se compran por gruesa. Se debe tener en cuenta que estos precios pueden variar de acuerdo a el tipo, calidad y proveedor del insumo que se quiere adquirir, así mismo a la cantidad ya que muchas veces se puede obtener una rebaja por precio de mayorista.

4.5.2 Costos fijos mensuales

Los costos fijos que se deberán tener en cuenta mes a mes son los siguientes:

Gastos nómina operativa y administrativa: Teniendo en cuenta que inicialmente es un emprendimiento pequeño se pagara nómina fija de 2 personas; Los cuales tendrían los siguientes cargos: Administrador (1) y Cortador (1). Es importante tener en cuenta el desglose salarial y aportes obligatorios que el empleador debe cubrir para los trabajadores; Lo siguiente es una referencia general del sistema laboral colombiano.

Tabla 9. Evolución anual del Salario Mínimo Mensual Legal Vigente (SMMLV)

Salario Mínimo Mensual	2022	2023	2024
SMMLV	\$1.000.000	\$1.160.000	\$1.300.000
Caja de compensación Familiar (CCF): Aporte del 4% sobre el salario del trabajador.	\$40.000	\$46.400	\$52.000
Sena: Aporte del 2% sobre el salario del trabajador.	\$20.000	\$23.200	\$26.000
ICBF: Aporte del 3% sobre el salario del trabajador.	\$30.000	\$34.800	\$39.000
TOTALES APORTES FISCALES	\$90.000	\$104.400	\$117.000
Salud (Régimen Contributivo): Aporte del 8.5% sobre el salario integral del trabajador.	\$85.000	\$98.600,0	\$110.500
Pensión (Fondo de Pensiones): Aporte del 12% sobre el salario del trabajador.	\$120.000	\$139.200	\$156.000
Aporte Seguridad Social - ARL (Riesgo II - 1.044%)	\$10.440	\$12.110	\$13.572
Cesantías: Aporte del 8.33% mensual sobre el salario + Aux trans	\$93.060	\$108.340	\$121.785
Intereses sobre cesantías: Aporte del 12% anual sobre el valor acumulado de las cesantías.	\$11.167	\$13.001	\$14.614
Prima de Servicios: 8.33% de SMLV / 12.	\$93.098	\$108.384	\$121.833
Prima de Vacaciones: 4.17% de SMLV / 12.	\$3.475	\$4.031	\$4.518
Auxilio de Transporte:	\$117.172	\$140.606	\$162.000
Total prestaciones	\$533.412,3	\$624.272,6	\$704.821,6
Total nómina	\$1.623.412,3	\$1.888.672,6	\$2.121.821,6

Imprevistos: Es importante tener un ahorro mensual para el mantenimiento preventivo de la maquinaria con la que se cuenta en el punto físico o cualquier otra situación no prevista.

Servicios públicos: se cuenta con servicio de agua, energía, telefonía, internet y un plan telefónico celular.

Publicidad: Se estima un presupuesto mensual distribuido entre las dos redes sociales más usadas por el emprendimiento (Facebook e Instagram).

En cuanto a papelería, aseo, etc. Se realiza un estimado, el cual se tendrá en cuenta dentro de los costos fijos mensuales que Orión Kids tendrá.

Tabla 10. *Gastos fijos mensuales de la empresa Orión Kids*

GF	Mensual
Salarios	
Imprevistos	\$46.000
Servicios Públicos	\$285.600,00
Publicidad	\$855.000,00
Útiles y Papelería	\$73.600,00
Aseo	\$55.200,00

Muebles y enseres: Lo siguiente es la presentación de los muebles y enseres con los que se cuenta en la actualidad en el punto físico de fabricación.

Tabla 11. *Mobiliario empresa Orión Kids*

Producto	Precio	Cantidad	Total
Sillas de Tallar	\$50.000,00	4	\$200.000,00
Lámpara tubo led	\$50.000,00	2	\$100.000,00
Escritorio	\$150.000,00	1	\$150.000,00
Mesón de Corte	\$180.000,00	1	\$180.000,00
Total			\$630.000,00

Equipos de cómputo: El equipo de cómputo es esencial principalmente para la operación y venta a través de las redes sociales, ya que con este se gestiona de manera eficiente la plataforma

de ventas en línea, se realiza el seguimiento a los pedidos y se mantiene una comunicación fluida con los clientes.

Tabla 12. *Equipo tecnológico*

Equipo tecnológico	
Computador (1)	\$2.500.000,00
Celular (1)	\$800.000,00
Teléfono (1)	\$60.000,00
Total	\$3.360.000,00

4.5.3 Inversiones en infraestructura

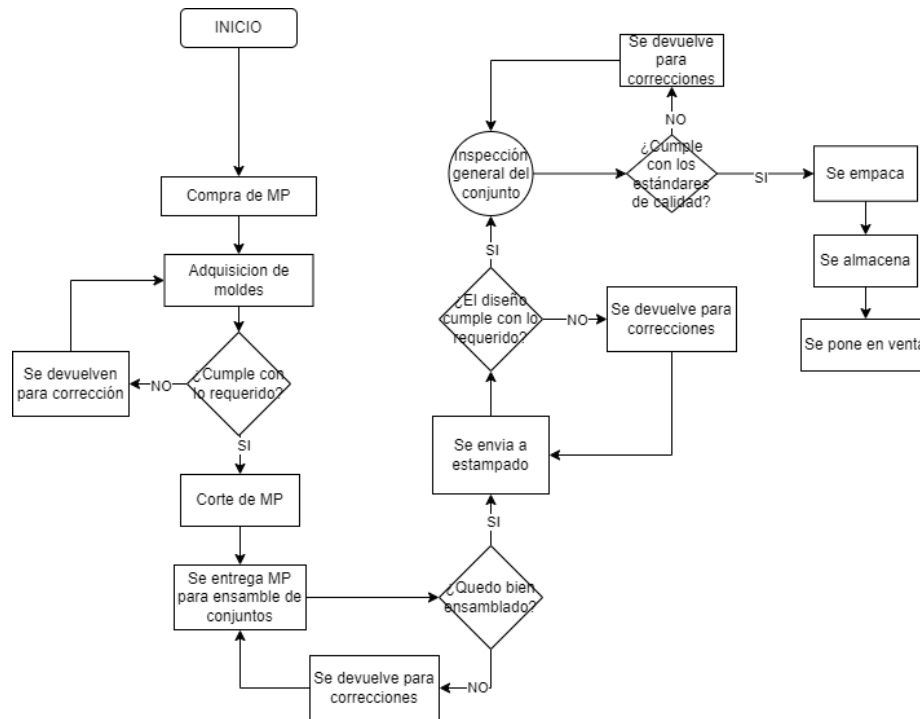
Es necesario realizar una adecuación en un espacio del punto físico que sirva como bodega o almacén para los productos e insumos.

Tabla 13. *Costos de infraestructura*

Costos de infraestructura	
Terrenos	-
Obras Civiles	\$600.000,00
Flota y Equipos de transporte	-
Otros Activos Fijos	-
Total	\$600.000,00

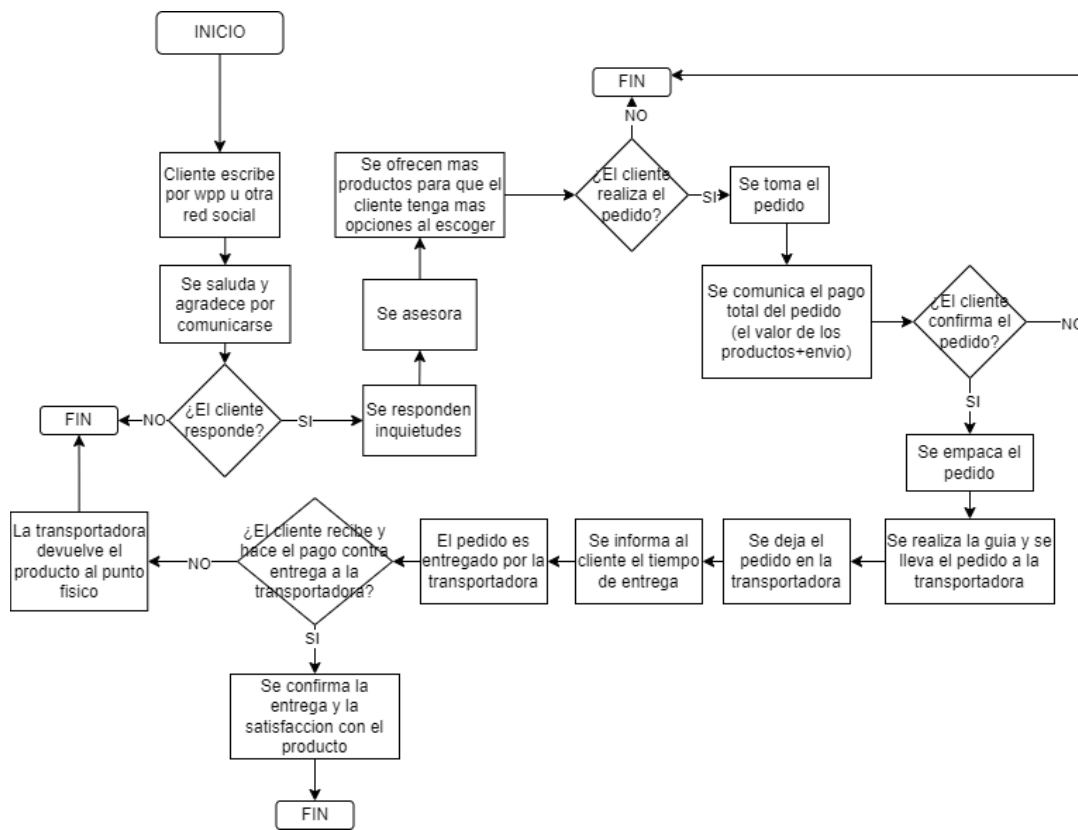
4.6 Descripción básica del proceso de producción de las prendas

Como se mencionó anteriormente, teniendo en cuenta que en el punto físico solo se corta la materia prima y el conjunto como tal se manda a confeccionar en talleres satélites, decidimos mostrar de forma sencilla todo el proceso a través de un diagrama de flujo.

Figura 27. Diagrama de flujo: proceso de producción camisetetas

El servicio al cliente es un elemento clave para el reconocimiento de la marca, por ello siempre intentamos ofrecer un servicio integro, personalizado y de respuesta inmediata aumentando la satisfacción del cliente desde el inicio hasta el final de la compra, con esto también se logra una empatía y fidelización al negocio.

A continuación, se evidencia el servicio en línea prestado y el proceso de compra de los productos ofrecidos; Como empresa decidimos aplicar el pago contra entrega para así generar confianza entre el público.

Figura 28. Diagrama de flujo: servicio al cliente y venta

4.6.1 Componente innovador

Como empresa, más que un componente innovador como tal a los productos ofrecidos, queremos generar un impacto social significativo, por lo que buscamos aplicar un sistema que promueva la reutilización y reciclaje de las prendas de nuestra marca. Lo que se quiere lograr o implementar es que, a través de un incentivo ofrecido por el emprendimiento, nuestros clientes devuelvan las prendas que ya no utilizan, una vez recuperadas, nuestra empresa se encargara de seleccionar y preparar estas prendas para ser donadas a una fundación o causas benéficas que beneficie a niños en situación vulnerable. De esta manera, no solo se contribuye al cuidado del medio ambiente mediante la reutilización, sino que también colaboramos activamente en mejorar la calidad de vida de niños que lo necesitan.

4.6.2 Validación del negocio

Como emprendimiento lanzamos la marca con el objetivo de evaluar la aceptación y el interés del público objetivo hacia nuestros productos. Los resultados obtenidos han sido positivos, ya que se registran ventas significativas lo que indica un interés, las redes sociales del emprendimiento han crecido de forma completamente orgánica y a través de las interacciones y retroalimentaciones recibida de nuestros clientes, hemos podido constatar una alta satisfacción con la calidad y diseño de nuestras prendas, además de comentarios de recomendación por parte de estos. Estos resultados nos brindan confianza y nos deja ver el potencial de nuestro emprendimiento en el sector de la moda infantil en Bucaramanga, lo que nos impulsa a trabajar por su crecimiento diario. A continuación, se evidencia la satisfacción de los clientes hacia los productos lanzados como prueba piloto:

Figura 29. Opinión de los clientes frente al producto y/o servicio de la empresa Orión Kids



4.7 Estudio administrativo

4.7.1 Misión

Orión Kids es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa infantil, comprometidos a ofrecer prendas seguras, cómodas y de alta calidad, a su vez logrando que los

más pequeños se sientan identificados con lo que usan. Estamos enfocados a contribuir con un impacto social significativo en nuestra comunidad.

4.7.2 Visión

En 2028 ser una empresa reconocida y preferida en el sector por sus productos de alta calidad, diseños y valores de responsabilidad social, implementando innovación constante e incursionando en el concepto de prendas sostenibles para lograr un impacto positivo en el medio ambiente.

4.7.3 Logo

El logo actual presenta un escudo de forma clásica que evoca protección, seguridad y tradición, En la parte superior, sobre un fondo rojo intenso, se encuentra la silueta de un león en color azul oscuro que lleva una corona, representando la fortaleza; en la parte inferior del escudo, aparece el nombre de la empresa, en tipografía redondeada y de color azul con borde amarillo, el rojo transmite energía y pasión, el azul confianza y seguridad y el amarillo aporta alegría y optimismo.

Figura 30. Logo de la empresa Orión Kids**Tabla 14.** Matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas)

MATRIZ DOFA	FACTORES EXTERNOS	
	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
	A1: Incremento en el precio de MP.	O1: Creciente conciencia sobre la sostenibilidad y la moda ética
	A2: Crecimiento de la competencia.	O2: Aumento del poder adquisitivo
FACTORES INTERNOS	A3: Riesgo de recesión económica.	O3: El mercado infantil es continuamente demandado garantizando una constante base de consumidores.
	A4: Acogimiento negativo del emprendimiento.	O4: Variedad de proveedores.
Fortalezas	Estrategias fa	Estrategias fo
F1: Conocimiento y experiencia en la fabricación y venta de ropa infantil.	F5A1: Diversificar la base de proveedores o llegar a un acuerdo a largo plazo con los actuales para mitigar un aumento de precios futuros; se tiene una ventaja de reducción de costos debido a los talleres satélite.	F1O1: Aprovechar la experiencia y conocimiento para desarrollar una línea de productos que utilice materiales orgánicos, reciclados o biodegradables.
F2: Productos de calidad, variedad y garantizados.	F2A2: Continuar innovando y aprovechar la calidad del producto para mantener un factor diferenciador y atractivo frente a la competencia.	F4O2: Aprovechar la calidad de los productos ofrecidos y la creciente demanda que se pueda generar por el aumento del poder adquisitivo para crear colecciones Premium de alta gama para este segmento determinado.
F3: Precios asequibles.	F2A3: Implementar programas de fidelización de clientes, ofreciendo descuentos, promociones, beneficios, etc. Para incentivar la lealtad y	F2O3: Implementar estrategias de marketing centrada en los productos de calidad y necesidades del mercado
F4: Ventas en línea y a nivel nacional.		

Fortalezas	Estrategias fa	Estrategias fo
F5: Aplicación del concepto taller satélite.	mantener el poder adquisitivo de los clientes durante posibles periodos de recesión.	infantil, fortaleciendo la relación con los clientes y aumento de fidelidad a la marca. F5O4: Optimizar y diversificar la cadena de suministro aprovechando la reducción de costos y la variedad de proveedores disponibles.
Debilidades	Estrategias da	Estrategias do
D1: Se requiere de un musculo financiero fuerte.	D1A3: Explorar opciones de financiamiento alternativos o programas como fondo emprender para una estabilidad financiera durante posibles periodos críticos.	D4O4: Ampliar y diversificar la oferta, incorporando nuevas líneas de ropa y complementos, aprovechando la variedad de proveedores y tendencias de mercado, para atraer nuevos segmentos de clientes, su satisfacción y compra recurrente.
D2: Falta de reconocimiento de la marca en el mercado.	D2A4: Optimizar el uso de tecnologías, plataformas digitales y herramientas de gestión empresarial para mejorar la comunicación con los clientes.	D2O3: Diseñar y ejecutar una estrategia integral de branding y promoción centrada en el mercado infantil, para una introducción de marca, fortalecer la presencia y conexión con el público, adicionalmente logrando rentabilidad, sostenibilidad y competitividad al emprendimiento.
D3: Dependencia de proveedores.		
D4: Incertidumbre frente a la fidelidad del cliente.	D2A2: invertir en programas de capacitación para el equipo de trabajo mejorando habilidades, competencias y conocimientos en atención a clientes, diseño, producción, para ofrecer un servicio excepcional y fortalecer la relación con el público objetivo.	

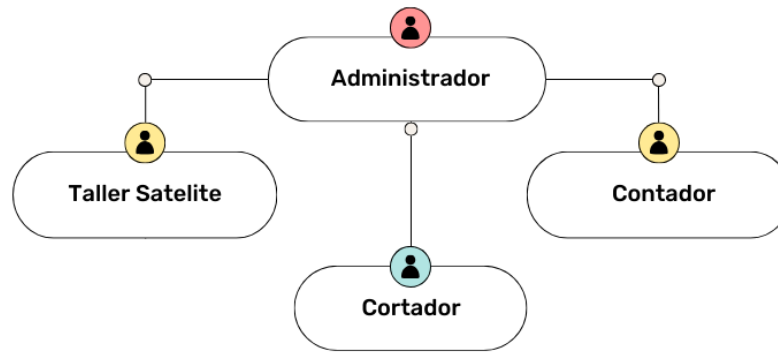
4.8 Estructura organizacional

4.8.1 Organigrama

En esta etapa inicial, la estructura organizacional se mantiene sencilla, conformada por el administrador y el cortador, los colaboradores externos, en este caso, los talleres satélites y un contador, el cual es un servicio que se contratara una vez al año para el cierre financiero y la declaración de impuestos una vez legalizada el negocio.

A medida que el negocio crezca y se solidifique, se evaluara la necesidad de ampliarlo.

Figura 31. Organigrama de la empresa Orión Kids



A continuación, se hace una descripción de las funciones a nivel general de cada uno de los cargos iniciales y colaboradores externos para el funcionamiento del emprendimiento.

Tabla 15. *Distribución laboral de acuerdo con el cargo en la empresa Orión Kids*

Cargo	Funciones
Administrador	Colaboradores Fijos
	Control Financiero: Pagos de nómina, gastos, ingresos.
	Orden y Pago de MP e Insumos.
	Manejo de Redes Sociales de Orión Kids.
	Comercialización del producto (Toma de Pedidos, ventas).
Cortador	Despacho de pedidos online.
	Corte de Mp.
	Despacho y entrega de Mp para ensamble externo.
	Recibir producto terminado de los talleres satélite.
	Inspección de producto terminado.
	Empaque de producto terminado.
	Control de inventario y recolección de insumos.
Talleres Satélites	Fabricación y diseño de las muestras de conjuntos.
	Colaboradores Externos
	Ensamble, acabado y detalles de los diferentes conjuntos.
Contador	Informe anual financiero.

4.8.1.1 Perfiles de cargo. Una vez la empresa empiece a generar más utilidades y tener una mayor solidez, se realizará el debido proceso para aumentar la estructura administrativa y de las áreas específicas necesarias para un mejor funcionamiento. Los colaboradores de Orión kids tendrán funciones claras desde el inicio de la vinculación para evitar sobre carga laboral al igual que división de tareas acorde a sus habilidades y experiencias en el área de confección o profesión.

La idea es contratar personal con experiencia, que sepa trabajar en equipo, incentive a su entorno al cumplimiento de los objetivos empresariales, se identifique con los valores corporativos, con comunicación asertiva y que aporte ideas para una mejora continua en todos los ámbitos.

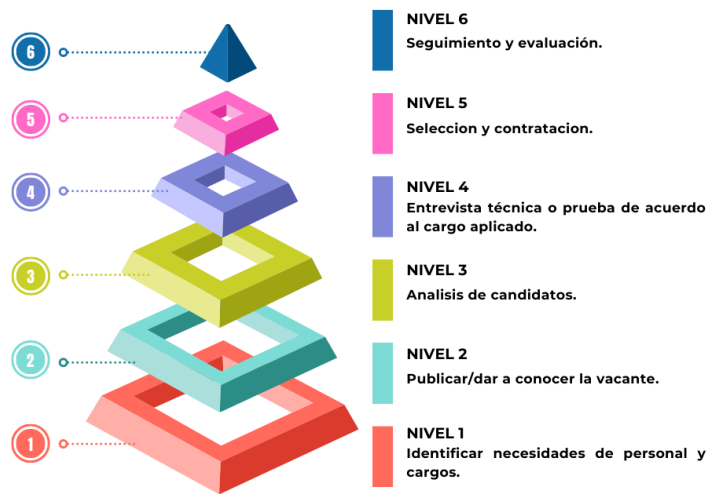
4.8.2 Políticas de contratación

Teniendo en cuenta que Orión Kids aspira en un futuro a consolidar una fábrica de ropa infantil, definimos una serie de niveles que los candidatos deberán ir escalando en su proceso de contratación tanto en el punto físico como para selección de taller satélite.

El primer nivel es determinar el puesto, las habilidades y las competencias requeridas considerando las funciones de producción u otro ámbito de la empresa; El segundo es hacer la publicación de la vacante con la información pertinente, ya sea en bolsas de empleo, redes sociales de la empresa o incluso se pueden hacer convocatorias voz a voz.

Una vez se tengan interesados al puesto se dará paso al análisis de candidatos, que sería el nivel tres, donde se tendrán en cuenta distintas personas que a simple vista se vean aptos para las labores, estos pasaran al cuarto nivel donde se llamaran a una entrevista técnica o prueba sobre experiencia y habilidades dependiendo del cargo aplicado. En el quinto nivel, una vez medidas sus competencias se contratará al mejor candidato y se explicará los objetivos de la empresa y responsabilidades dentro de ella, al igual que se dará un periodo de prueba. Por último, en el sexto nivel, teniendo en cuenta el periodo de prueba se hará seguimiento para evaluar el desempeño, adaptación y cumplimiento de estándares de calidad y satisfacción requeridos por la empresa.

Figura 32. Niveles de contratación al interior de Orión Kids



4.8.3 Manual de funciones

Teniendo una comparativa de los cargos actuales de la empresa con el ideal y a donde se apunta llegar, se mostrará las funciones que deberán cumplir los trabajadores de Orión kids, con el fin de expandirse y nivelar la carga laboral, a su vez para un mayor rendimiento y un mejor servicio – productos prestados al público objetivo.

Tabla 16. Equivalencia de funciones de acuerdo con el cargo

Cargo	Funciones
Gerente general	Supervisar y coordinar las actividades.
	Establecer objetivos y metas de producción.
	Gestionar personal y recursos de la empresa.
	Toma de decisiones estratégicas para el desarrollo y crecimiento del negocio.
Cortador	Implementar y Asegurar el cumplimiento de políticas, procesos y estándares de calidad.
	Selección y preparación de materiales textiles para el corte.
	Corte de patrones de acuerdo con las especificaciones y medidas requeridas.
	Organizar y mantener el orden y limpieza de la zona de trabajo.
Operario de confección	Verificar calidad y precisión de las piezas cortadas.
	Preparar y ajustar las máquinas y otros equipos de confección.
	Confección de prendas de acuerdo con los patrones y diseños establecidos.
	Verificar y asegurar la calidad y el acabado de las prendas.
Diseñador de moda	Desarrollar los patrones y diseños de las prendas.
	Colaborar en la selección de telas y materiales.
	Mantenerse actualizado sobre las tendencias de moda infantil.

Cargo	Funciones
Auxiliar de almacén y logística	Recepcionar, almacenar y organizar los materiales y productos. Preparar y gestionar los pedidos de producción. Coordinar la entrega y distribución de las prendas terminadas. Controlar y actualizar el inventario de materiales y productos. Gestionar y administrar la documentación y registros de la empresa.
Contador	Realizar la gestión financiera, contable y administrativa. Preparar y analizar informes, reportes financiero y operativos. Apoyar en la planificación y control presupuestario. Gestionar redes sociales del emprendimiento.
Community Manager	Crear y publicar contenido atractivo y relevante para promoción de los productos y de la marca. Interacción con los clientes y seguidores. Diseñar y ejecutar campañas de marketing digital.
Asesor de Ventas y Pedidos	Atender y asesorar a los clientes en la selección de productos, tallas, etc. Gestionar y procesar los pedidos de los clientes, desde la recepción hasta la entrega. Asegurar la correcta preparación, embalaje y envío de las prendas. Realizar seguimiento postventa para garantizar la satisfacción del cliente y gestionar posibles devoluciones y reclamos.

4.8.4 Tipo de contratación y remuneración

Para los trabajadores de la fábrica y talleres satélites del emprendimiento es fundamental considerar un modelo de contratación y remuneración adecuado y justo para todas las partes involucradas, teniendo en cuenta lo que se ha venido manejando en la actualidad, nuestra propuesta de contratación y pagos de acuerdo con cada cargo es la siguiente:

Gerente General:

Tipo de contratación: contrato a término indefinido.

Remuneración: salario Fijo Mensual más todos los aportes y beneficios obligatorios que el empleador debe cumplir en Colombia.

Contador, Diseñador, Auxiliar de almacén, Community Manager, Asesor de ventas, operario, cortador:

Tipo de contratación: Contrato a término fijo con posibilidad de renovación.

Remuneración: Salario Fijo Mensual más todos los aportes y beneficios obligatorios que el empleador debe cumplir en Colombia.

Operario talleres satélites:

Tipo de Contratación: Contrato por obra o labor.

Remuneración: Pago por tarea o piezas producidas, acordado previamente y establecido por cada lote de producción.

4.9 Estudio Legal

4.9.1 Tipo de Sociedad

Se cree conveniente formar una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S) ya que el proceso de constitución es más rápido y sencillo en comparación con otros tipos de sociedad, la responsabilidad de los socios se limita al capital aportado, protegiendo su patrimonio personal y no hay un límite al número de socios, ni de un capital mínimo.

4.9.2 Documentación necesaria para el registro del emprendimiento

Copia del documento de identidad de los socios y representantes legales.

Acuerdo de constitución: documento en que se establecen los estatutos de la sociedad, denominación, objeto social, el domicilio, capital, duración y demás pactos que acuerden los socios.

Registro Único Tributario de la empresa.

Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES)

4.9.3 Normatividad en términos generales

Lo siguiente son algunas normativas en términos generales que se deben considerar cuidadosamente, ya que podrían ser aplicables durante la fase de implementación de la idea de negocio, teniendo en cuenta que se habla de una fábrica textil, abarcando aspectos ambientales, urbanísticos, laborales, entre otros.

4.9.3.1 Normativa ambiental.

Resolución 1076 de 2015: establece los requisitos para la gestión integral de residuos sólidos.

Decreto 2811 de 1974: regula el vertimiento de aguas residuales a las fuentes hídricas.

Resolución 1407 de 2018: establece los requisitos para la obtención de licencia ambiental.

4.9.3.2 Normativa urbana.

Plan de ordenamiento territorial (POT): define las normas de uso del suelo en el municipio donde se vaya a establecer la fábrica.

Código de Urbanismo: regula las normas de construcción y edificación.

Normas de Incolombia: establecen los requisitos técnicos para la construcción de instalaciones industriales.

4.9.3.3 Normativa Laboral

Código Sustantivo del trabajo: regula las relaciones entre empleadores y trabajadores.

Ley 789 de 2002: regula el código de procedimiento laboral.

Decreto 1072 de 2015: establece el sistema de riesgos laborales.

4.9.3.4 Otras Normas

Normas de Higiene y Seguridad Industrial: Regulan las condiciones de trabajo para proteger la salud de los trabajadores.

Normas Técnicas de Calidad: Establecen requisitos de calidad para los productos textiles.

4.10 Plan de contingencia

Un plan de contingencia es una herramienta estratégica que sirve para describir las acciones a tomar en caso de situaciones adversas que puedan afectar el desarrollo del emprendimiento.

Tabla 17. *Plan de actuación frente a posibles crisis o emergencias*

Variable	Descripción	Impacto	Probabilidad	Medidas Preventivas	Medidas de contingencia
Disminución en la demanda	Baja en las ventas de ropa para el segmento escogido por el emprendimiento	Pérdidas económicas, reducción de la rentabilidad del negocio, reducción de personal, reducción en la calidad de los productos, etc.	Media	Diversificar la oferta de productos a otras edades si es necesario. Ofrecer descuentos o promociones especiales para captar la atención de clientes.	Ajustar la producción a la demanda real; Buscar nuevos canales de ventas; Negociar con proveedores para reducir costos.
Problemas de calidad	Defectos en las telas e insumos principales en la confección de los conjuntos.	Devolución de productos, pérdida de reputación.	Baja	Implementar inspecciones de calidad en la recepción de la materia prima y un estudio de sistemas de control de calidad en el recibimiento del producto terminado y producción por parte de talleres satélites.	Suspender la producción con el proveedor afectado; Hacer un estudio de proveedores confiables con estándares de calidad altos para tener en cuenta en dado caso de remplazo inmediato; Sustituir los productos defectuosos y ofrecer garantías a los clientes.

Variable	Descripción	Impacto	Probabilidad	Medidas Preventivas	Medidas de contingencia
Incendios o Inundaciones en las instalaciones	Daños en la maquinaria, inventario y mercancía.	Suspensión de la producción y pérdidas económicas.	Baja	Contratar un seguro contra riesgos de incendio e inundaciones para cuidar los activos de la empresa; Implementar un plan de prevención de catástrofes.	Desarrollar un plan de emergencia detallado por si se presentan estas situaciones; Realizar evaluaciones de riesgo para identificar las áreas más susceptibles; Instalar sistemas de alarmas.
Fallos en la maquinaria	Paradas inesperadas en la producción, retrasos en los pedidos.	Insatisfacción por parte de los clientes, retrasos.	Media	Realizar mantenimiento preventivo regular a la maquinaria.	Realizar inspecciones periódicas y pruebas de la maquinaria para identificar y corregir posibles fallos o desgastes. Implementar sistema de monitoreo y seguimiento para los plazos de entrega, puntos de control y revisión periódica de los avances para identificar a tiempo posibles retrasos.
Incumplimiento de plazos por parte de talleres satélites	Retraso en la entrega de producto terminado.	Pérdidas económicas, insatisfacción de los clientes.	Media	Establecer plazos de entrega claros y exigibles; Realizar evaluaciones de desempeño periódicas para saber si se continua la labor con estos.	Mantener un inventario de seguridad de materia prima y producto terminado para asegurar la disponibilidad y cumplir con los compromisos pertinentes.
Demoras en el transporte	Retrasos en la entrega de materia prima o pedidos a los clientes.	Insatisfacción de los clientes, retraso en la producción.	Media	Establecer relaciones con múltiples empresas de transporte confiables y capacitados para minimizar la dependencia de una sola ruta; Adicional analizar el desempeño de estas para saber si se ajustan a las necesidades cambiantes del negocio.	

4.11 Estudio financiero

4.11.1 Carta de productos

A continuación, se detallan los costos de producción de cada uno de los conjuntos ofrecidos por la empresa, incluyendo los insumos necesarios, las cantidades de insumos a utilizar, y otros costos indirectos de fabricación. Es importante destacar que estos precios y cantidades pueden variar en función del número de prendas o tarea a confeccionar y que dichos precios y costos son tarifas del 2024; Además de suposiciones basadas en lo que como empresa nos costó la fabricación de los productos MVP (producto mínimo viable) lanzados para evaluar la aceptación del público.

Tabla 18. Costos de producción del Conjunto Minnie

Conjunto short Minnie			Unidades quincenales producidas		160 Unidades
Insumos	Cantidad total para unidades producidas	Unidad	Valor unitario	Costo total para unidades producidas	Costo unitario/ Costo por conjunto
Paños de Dril	60,88	metro	\$18.857	\$1.148.014	\$7.175
Paños de Centauro	48,64	metro	\$16.312	\$793.416	\$4.959
Paños de resorte estampado	2,48	metro	\$24.980	\$61.950	\$387
Caucho	160	unidad	\$3.800	\$608.000	\$3.800
Cinta	2	kg	\$18.500	\$37.000	\$231
	45	Metros	\$650,00	\$29.250	\$183
COSTO TOTAL PARA 160 UNIDADES				\$2.677.630	
COSTO DE MATERIA PRIMA POR UNIDAD					\$16.735
OTROS COSTOS DIRECTOS DE FABRICACIÓN					
Costo Ensamble	160	Conjunto	\$5.000	\$800.000	\$5.000
Empaque	160	unidades	\$258	\$41.280	\$258
COSTO MP + OTROS COSTOS /UNIDAD					\$21.993

Tabla 19. *Costos de producción de la braga Little Girl*

Braga Little Girl			Unidades quincenales producidas		120 Unidades
Insumos	Cantidad total para unidades producidas	Unidad	Valor unitario	Costo total para unidades producidas	Costo unitario/ Costo por conjunto
Paños de Pique	34	Metros	\$13.000	\$447.720	\$3.731
Paños de Centauro	14	Metros	\$17.536	\$245.503	\$2.046
Botones	480	Unidades	\$64	\$30.800	\$257
COSTO TOTAL PARA 120 UNIDADES				\$724.023	
COSTO DE MATERIA PRIMA POR UNIDAD					\$6.034
OTROS COSTOS DIRECTOS DE FABRICACION					
Costo Ensamble	120	conjuntos	\$3.775	\$453.000	\$3.800
Ganchos	120	unidades	\$300	\$36.000	\$300
Empaque	120	Unidades	\$258	\$30.960	\$258
COSTO MP + OTROS COSTOS /UNIDAD					\$10.392

Tabla 20. *Costos de producción del mameluco Baby*

Mameluco Baby			Unidades quincenales producidas		144 Unidades
Insumos	Cantidad total para unidades producidas	Unidad	Valor unitario	Costo total para unidades producidas	Costo unitario/ Costo por conjunto
Paños de Burda	37	Metros	\$12.489	\$467.588	\$3.247
Lanilla Blanca	27	Metros	\$8.428	\$226.545	\$1.573
Resorte	4	Metros	\$23.000	\$102.120	\$709
Estampado	144	Unidades	\$1.400	\$201.600	\$1.400
Botones	288	Unidades	\$66	\$19.008	\$132
COSTO TOTAL PARA 144 UNIDADES				\$1.016.861	
COSTO DE MATERIA PRIMA POR UNIDAD					\$7.062
OTROS COSTOS DIRECTOS DE FABRICACION					
Costo Ensamble	144	Conjuntos	\$3.500	\$504.000	\$3.500
Empaque	144	Unidades	\$258	\$37.152	\$258
Ganchos	144	unidades	\$300	\$43.200	\$300
COSTO MP + OTROS COSTOS /UNIDAD					\$11.120

Tabla 21. *Costos de producción del conjunto McQueen Jean*

Conjunto McQueen Jean			Unidades quincenales producidas		160 Unidades
Insumos	Cantidad total para unidades producidas	Unidad	Valor unitario	Costo total para unidades producidas	Costo unitario/ Costo por conjunto
Paños Centauro	46,4	metro	\$16.312	\$756.877	\$4.730
Paños de resorte	3	metro	\$24.980	\$74.940	\$468,38
Paños de Jean	88,64	metro	\$14.830	\$1.314.531	\$8.216
estampado	160	unidades	\$2.000	\$320.000	\$2.000
hiladillo	4	carrete	\$27.500	\$110.000	\$688
caucho	3,5	kg	\$18.500	\$64.750	\$405
Proceso Jean	160	conjuntos	\$2.500	\$400.000	\$2.500
COSTO TOTAL PARA 160 UNIDADES				\$3.041.098	
COSTO DE MATERIA PRIMA POR UNIDAD					\$19.007
OTROS COSTOS DIRECTOS DE FABRICACION					
Costo Ensamble	160	conjuntos	\$6.000	\$960.000	\$6.000
Empaque	160	unidades	\$258	\$41.280	\$258
COSTO MP + OTROS COSTOS /UNIDAD					\$25.265

Tabla 22. *Costos de producción del Conjunto Mickey*

Conjunto Mickey			Unidades quincenales producidas		192 Unidades
Insumos	Cantidad total para unidades producidas	Unidad	Valor unitario	Costo total para unidades producidas	Costo unitario/ Costo por conjunto
Paños Burda Bostonia	72,0	Metros	\$16.200	\$1.166.400	\$6.075
Paños Lanilla Rayas	49,2	Metros	\$14.280	\$702.576	\$3.659
Paños Resorte	10,4	Metros	\$24.980	\$259.292	\$1.350
Hiladillo	212,0	Metros	\$550	\$116.600	\$607
Caucho	2,0	kg	\$18.500	\$37.000	\$193
estampado	192,0	Unidades	\$2.000	\$384.000	\$2.000
COSTO TOTAL MP PARA 192 UNIDADES				\$2.665.868	
COSTO DE MATERIA PRIMA POR UNIDAD					\$13.885
OTROS COSTOS DIRECTOS DE FABRICACION					
Costo Ensamble	192	Conjuntos	\$4.700	\$902.400	\$4.700
Empaque	192	unidades	\$258	\$49.536	\$258
COSTO MP + OTROS COSTOS /UNIDAD					\$18.843

Tabla 23. *Costos de producción del Conjunto sudadera Barbie*

Conjunto sudadera Barbie			Unidades quincenales producidas		100 Unidades
Insumos	Cantidad total para unidades producidas	Unidad	Valor unitario	Costo total para unidades producidas	Costo unitario/ Costo por conjunto
Paños de Burda	40	Metros	\$13.000	\$520.000	\$5.200

Conjunto sudadera Barbie			Unidades quincenales producidas		100 Unidades
Insumos	Cantidad total para unidades producidas	Unidad	Valor unitario	Costo total para unidades producidas	Costo unitario/ Costo por conjunto
Paños de Burda	37	Metros	\$13.000	\$481.000	\$4.810
Resorte	17	Metros	\$18.000	\$306.000	\$3.060
Estampado	100	Conjuntos	\$2.000	\$200.000	\$2.000
Cordón	100	Unidades	\$170	\$17.000	\$170
Terminales	200	Unidades	\$65	\$13.000	\$130
COSTO TOTAL PARA 100 UNIDADES				\$1.537.000	
COSTO DE MATERIA PRIMA POR UNIDAD					\$15.370
OTROS COSTOS DIRECTOS DE FABRICACION					
Ojales	100	Unidades	\$200	\$20.000	\$200
Costo Ensamble	100	conjuntos	\$2.500	\$250.000	\$2.500
Empaque	100	Unidades	\$258	\$25.800	\$258
COSTO MP + OTROS COSTOS /UNIDAD					\$18.328

Tabla 24. *Costos de producción del Conjunto Bermuda Sonic*

Conjunto bermuda Sonic			Unidades quincenales producidas		160 Unidades
Insumos	Cantidad total para unidades producidas	Unidad	Valor unitario	Costo total para unidades producidas	Costo unitario/ Costo por conjunto
Paños de Burda	60,88	metro	\$16.200	\$986.256	\$6.164
Paños de Centauro	48,64	metro	\$16.312	\$793.416	\$4.959
Paños de resorte	2,48	metro	\$24.980	\$61.950	\$387
estampado	160	unidad	\$3.800	\$608.000	\$3.800
Caucho	2	kg	\$18.500	\$37.000	\$231
hiladillo	3,53	carrete	\$25.500	\$90.015	\$563
COSTO TOTAL PARA 160 UNIDADES				\$2.576.637	
COSTO DE MATERIA PRIMA POR UNIDAD					\$16.104
OTROS COSTOS DIRECTOS DE FABRICACIÓN					
Costo Ensamble	160	Conjunto	\$5.000	\$800.000	\$5.000
Empaque	160	unidades	\$258	\$41.280	\$258
COSTO MP + OTROS COSTOS /UNIDAD					\$21.362

Tabla 25. *Costos de producción de Pijamas Dream*

Pijamas Dream			Unidades quincenales producidas		325 unidades
Insumos	Cantidad total para unidades producidas	Unidad	Valor unitario	Costo total para unidades producidas	Costo unitario/ Costo por conjunto
Lanilla estampada	163,31	metros	\$10.812	\$1.765.708	\$5.433
Lanilla Blanca-buzo	85,31	metros	\$6.810	\$580.961	\$1.788

Pijamas Dream			Unidades quincenales producidas		325 unidades
Insumos	Cantidad total para unidades producidas	Unidad	Valor unitario	Costo total para unidades producidas	Costo unitario/ Costo por conjunto
Estampado	325	unidades	\$1.500	\$487.500	\$1.500
Resorte	12	Metros	\$12.300	\$147.600	\$454
Caucho	2	kilos	\$18.500	\$37.000	\$114
COSTO TOTAL PARA 325 UNIDADES				\$3.018.769	
COSTO MATERIA PRIMA POR UNIDAD					\$9.289
OTROS COSTOS DIRECTOS DE FABRICACION					
Empaque	325	unidades	\$258	\$83.850	\$258
Ganchos	325	Unidades	\$300	\$97.500	\$300
Costo Ensamble	325	pijamas	\$1.500	\$487.500	\$1.500
COSTO MP + OTROS COSTOS /UNIDAD					\$11.347

Tabla 26. *Costos de producción del Conjunto Sonic*

Conjunto sudadera Sonic			Unidades quincenales producidas		120
Insumos	Cantidad total para unidades producidas	Unidad	Valor unitario	Costo total para unidades producidas	Costo unitario/ Costo por conjunto
Paños de Burda	44,76	Metros	\$10.309,99	\$461.475	\$3.846
Paños Burda Unicolor	3,48	Metros	\$10.316	\$35.900	\$299
Paños Centauro	37,20	Metros	\$17.486	\$650.480	\$5.421
Resorte	12	Metros	\$19.313	\$231.756	\$1.931
Caucho	1,5	kilo	\$18.000	\$27.000	\$225
Cordón	120	Metros	\$200	\$24.000	\$200
Terminales	240	Unidades	\$65	\$15.600	\$130
Estampado	120	Unidades	\$2.000	\$240.000	\$2.000
COSTO TOTAL PARA 120 UNIDADES			\$1.686.211		
COSTO DE MATERIA PRIMA POR UNIDAD				\$14.052	
OTROS COSTOS DIRECTOS DE FABRICACIÓN					
Costo Ensamble	120	conjuntos	\$3.700	\$444.000	\$3.700
Empaque	120	Unidades	\$258	\$30.960	\$258
COSTO MP + OTROS COSTOS /UNIDAD				\$18.010	

4.11.2 Costos indirectos de fabricación

Ya que la empresa implementa el concepto de talleres satélite, los CIF se encuentran constituidos por los servicios públicos, servicios de telefonía, moldes, escalado, empaques y ganchos, estos se generan mensualmente como se detallan a continuación:

Tabla 27. Otros costos indirectos de fabricación

Otros CIF	2022		2023		2024		2025		2026	
	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual
Agua	\$60.000	\$720.000	\$120.000	\$1.440.000	\$125.150	\$1.501.804	\$130.102	\$1.561.226	\$134.814	\$1.617.768
Telefonía & Internet	\$55.200	\$662.400	\$60.000	\$720.000	\$62.575	\$750.902	\$65.051	\$780.613	\$67.407	\$808.884
Plan telefonía celular	\$30.000	\$360.000	\$33.000	\$396.000	\$36.062	\$432.749	\$37.610	\$451.322	\$39.098	\$ 469.180
Energía	\$140.000	\$1.680.000	\$157.000	\$1.884.000	\$163.738	\$1.964.860	\$170.217	\$2.042.604	\$176.382	\$2.116.579
Moldes y escalado	\$ 37.500	\$ 450.000	\$ 9.166,67	\$110.000		\$-	\$10.833	\$130.000		\$-
Total CIF	\$322.700	\$3.872.400	\$379.167	\$4.550.000	\$387.526	\$4.650.314	\$413.814	\$4.965.766	\$417.701	\$5.012.410

Los costos de moldes y escalado no son constantes ya que dependen de los nuevos diseños que se propongan en el año, por ejemplo, en el 2024 no se incurrió en este tipo de gastos y de esta manera se proyectan los años siguientes.

Como parte de los gastos administrativos se tiene en cuenta el pago de los servicios anuales al contador:

Tabla 28. Gastos Administrativos

Cargo	2022	2023	2024	2025	2026
	Anual	Anual	Anual	Anual	Anual
Servicio anual contador	\$1.617.893	\$1.830.161	\$2.000.000	\$2.085.838,22	\$2.168.370

Total pagado	\$1.617.893	\$1.830.161	\$2.000.000	\$2.085.838	\$2.168.370
---------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

En gastos generales se incluyen los pagos correspondientes a papelería, aseo, publicidad e imprevistos:

Tabla 29. Gastos generales

Gastos generales	2022		2023		2024		2025		2026	
	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual
Papelería y útiles de oficina	\$73.600	\$883.200	\$80.000	\$960.000	\$83.434	\$1.001.202	\$86.735	\$1.040.817	\$89.876	\$1.078.512
Aseo	\$55.200	\$662.400	\$60.000	\$720.000	\$62.575	\$750.902	\$65.051	\$780.613	\$67.407	\$808.884
Publicidad	\$855.600	\$10.267.200	\$930.000	\$11.160.000	\$969.915	\$11.638.977	\$1.008.292	\$12.099.503	\$1.044.808	\$12.537.699
Imprevistos	\$46.000	\$552.000	\$50.000	\$600.000	\$52.146	\$625.751	\$54.209	\$650.511	\$56.172	\$674.070
Total gastos generales	\$1.030.400	\$12.364.800	\$1.120.000	\$13.440.000	\$1.168.069	\$14.016.833	\$1.214.287	\$14.571.445	\$1.258.264	\$15.099.164

4.11.3 Estimado de ventas

La proyección de ventas se determinará para cada uno de los productos ofrecidos, basándose en un estimado de producción mensual que tiene en cuenta todos los costos de fabricación de las prendas por tareas o unidades a producir, las ganancias unitarias de venta, así como el historial de ventas de la empresa por preferencia de conjunto por temporada y la proyección del aumento del IPC en los próximos años para la variación de precios.

Tabla 30. *Proyección del aumento del IPC para la variación de precios de productos Orión Kids*

Año	1	2	3	4	5	6
IPC	13,12	9,28	4,29	3,96	3,62	3,29
Múltiplo de incremento	1,13	1,09	1,04	1,04	1,04	1,03

Tabla 31. *Estimado de producción mensual año 1*

Cantida d por tarea quincena l	Producto	Valor unitario de venta	Costo unitari o materi a prima	Costo unitario de Ensamble/Man o de obra	Costo unitario Ganchos/Empaq ue	Costo unitario de producció n	Gananci a Unitaria de venta
192	Conjunto Mickey	\$28.300	\$11.232	\$3.800	\$209	\$15.241	\$13.059
160	Conjunto Mcqueen Jean	\$36.400	\$15.376	\$4.900	\$209	\$20.484	\$15.916
160	Conjunto short Minnie	\$28.300	\$13.538	\$4.100	\$209	\$17.847	\$10.453
160	Conjunto bermuda Sonic	\$28.300	\$13.027	\$4.100	\$209	\$17.336	\$10.964
100	Conjunto sudadera Barbie	\$28.300	\$12.434	\$2.200	\$209	\$14.842	\$13.458
120	Conjunto sudadera sonic	\$28.300	\$11.367	\$3.000	\$209	\$14.576	\$13.724
144	Mameluco Baby	\$17.800	\$5.712	\$2.800	\$451	\$8.964	\$8.836
120	Braga Little Girl	\$17.800	\$4.881	\$3.100	\$451	\$8.432	\$9.368
325	Pijamas Dream	\$16.200	\$7.514	\$1.200	\$451	\$9.165	\$7.035

El promedio mensual de conjuntos fabricados para el primer año fue de 534 unidades, con un total anual de 6,410 conjuntos; La “ganancia” bruta total (Total ventas – costos de producción) para este año fue de \$74,968,759 millones.

A continuación, se resume esta información de manera clara y sencilla en la siguiente tabla:

Tabla 32. *Resumen de información financiera anual (año 1)*

Producto	Total unidades vendidas al año	Total costos de producción	Total materia prima	Total mano de obra ensamble	Otros costos empaque/ganchos	Total ventas	Total ganancia bruta
Conjunto mickey	1118	\$17.039.121	\$12.557.385	\$4.248.400	\$233.336	\$31.639.400	\$14.600.279
Conjunto mcqueen jean	700	\$14.338.973	\$10.762.877	\$3.430.000	\$146.096	\$25.480.000	\$11.141.027
Conjunto short minnie	888	\$15.847.767	\$12.021.634	\$3.640.800	\$185.333	\$25.130.400	\$9.282.633
Conjunto bermuda sonic	440	\$7.627.827	\$5.731.996	\$1.804.000	\$91.832	\$12.452.000	\$4.824.173
Conjunto sudadera barbie	870	\$12.912.731	\$10.817.155	\$1.914.000	\$181.576	\$24.621.000	\$11.708.269
Conjunto sudadera sonic	580	\$8.453.981	\$6.592.931	\$1.740.000	\$121.051	\$16.414.000	\$7.960.019
Mameluco baby	704	\$6.310.513	\$4.021.533	\$1.971.200	\$317.780	\$12.531.200	\$6.220.687
Braga little girl	610	\$5.143.637	\$2.977.288	\$1.891.000	\$275.349	\$10.858.000	\$5.714.363
Pijamas dream	500	\$4.582.655	\$3.756.959	\$600.000	\$225.696	\$8.100.000	\$3.517.345
Totales	6410	\$92.257.205	\$69.239.756	\$21.239.400	\$1.778.049	\$167.226.000	\$74.968.795

Para el siguiente año, la información se expuso y clasifíco exactamente de la misma forma que el año anterior, teniendo una variación en los precios en general por el aumento del IPC, a continuación, solo se expondrá el estimado de producción mensual para ese año y la tabla resumen

con la información final, excluyendo el histórico de ventas de cada tipo de conjunto mensualmente con el fin de resumir información:

Tabla 33. *Estimado de producción mensual año 2*

Cantidad por tarea quincenal	Producto	Valor unitario de venta	Costo unitario materia prima	Costo unitario de Ensamble/Mano de obra	Costo unitario Ganchos/Empaque	Costo unitario de producción	Ganancia Unitaria de venta
192	Conjunto Mickey	\$32.000	\$12.706	\$4.300	\$236	\$17.242	\$14.758
160	Conjunto Mcqueen Jean	\$41.200	\$17.393	\$5.500	\$236	\$23.129	\$18.071
160	Conjunto short Minnie	\$32.000	\$15.314	\$4.600	\$236	\$20.150	\$11.850
160	Conjunto bermuda Sonic	\$32.000	\$14.736	\$4.600	\$236	\$19.573	\$12.427
100	Conjunto sudadera Barbie	\$32.000	\$14.065	\$2.500	\$236	\$16.801	\$15.199
120	Conjunto sudadera sonic	\$32.000	\$12.858	\$3.400	\$236	\$16.495	\$15.505
144	Mameluco Baby	\$20.100	\$6.462	\$3.200	\$511	\$10.172	\$9.928
120	Braga Little Girl	\$20.100	\$5.521	\$3.500	\$511	\$9.532	\$10.568
325	Pijamas Dream	\$18.300	\$8.500	\$1.400	\$511	\$10.410	\$7.890

Tabla 34. *Resumen de información financiera año 2*

Producto	Total unidades fabricadas al año	Total costos de producción	Total materia prima	Total mano de obra ensamble	Otros costos empaque/ganchos	Total ventas	Total ganancia bruta
Conjunto Mickey	1330	\$22.931.511	\$16.898.511	\$5.719.000	\$314.001	\$42.560.000	\$19.628.489
Conjunto Mcqueen Jean	816	\$18.873.183	\$14.192.533	\$4.488.000	\$192.650	\$33.619.200	\$14.746.017
Conjunto short Minnie	540	\$10.881.074	\$8.269.585	\$2.484.000	\$127.489	\$17.280.000	\$6.398.926

Producto	Total unidades fabricadas al año	Total costos de producción	Total materia prima	Total mano de obra ensamble	Otros costos empaque/gancho	Total ventas	Total ganancia bruta
Conjunto bermuda Sonic	740	\$14.483.673	\$10.904.966	\$3.404.000	\$174.707	\$23.680.000	\$9.196.327
Conjunto sudadera Barbie	580	\$9.744.510	\$8.157.577	\$1.450.000	\$136.933	\$18.560.000	\$8.815.490
Conjunto sudadera sonic	584	\$9.632.834	\$7.509.357	\$1.985.600	\$137.877	\$18.688.000	\$9.055.166
Mameluco Baby	680	\$6.917.291	\$4.394.073	\$2.176.000	\$347.218	\$13.668.000	\$6.750.709
Braga Little Girl	780	\$7.434.785	\$4.306.506	\$2.730.000	\$398.280	\$15.678.000	\$8.243.215
Pijamas Dream	660	\$6.870.836	\$5.609.831	\$924.000	\$337.006	\$12.078.000	\$5.207.164
Totales	6710	\$107.769.697	\$80.242.937	\$25.360.600	\$2.166.160	\$195.811.200	\$88.041.503

Para el año 2 el promedio de unidades producidas mensualmente fue de 559 conjuntos, en total para el año se fabricaron 6,710 prendas dándonos unas ventas totales de \$195.811,200 y un total de “ganancia” bruta (Total ventas – costos de producción) de \$88.041,503.

4.11.4 Proyección de ingreso y egreso

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente en el año 1 - 2 y los demás ítems a considerar, se hizo la proyección de los ingresos, en este caso las ventas y los egresos, en este caso los gastos de la empresa.

Teniendo en cuenta que el IPC pronosticado a partir del 2024 muestra resultados alrededor del 4%, se definió que para la estimación de ventas de este año en adelante se utilizara un incremento del 4% respecto a las ventas del año anterior.

Tabla 35. *Estimación anual de ingresos*

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Conjunto Mickey	\$31.639.400	\$42.560.000	\$44.262.400	\$46.032.896	\$47.874.212
Conjunto Mcqueen Jean	\$25.480.000	\$33.619.200	\$34.963.968	\$36.362.527	\$37.817.028

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Conjunto short Minnie	\$25.130.400	\$17.280.000	\$17.971.200	\$18.690.048	\$19.437.650
Conjunto bermuda Sonic	\$12.452.000	\$23.680.000	\$24.627.200	\$25.612.288	\$26.636.780
Conjunto sudadera Barbie	\$24.621.000	\$18.560.000	\$19.302.400	\$20.074.496	\$20.877.476
Conjunto sudadera sonic	\$16.414.000	\$18.688.000	\$19.435.520	\$20.212.941	\$21.021.458
Mameluco Baby	\$12.531.200	\$13.668.000	\$14.214.720	\$14.783.309	\$15.374.641
Braga Little Girl	\$10.858.000	\$15.678.000	\$16.305.120	\$16.957.325	\$17.635.618
Pijamas Dream	\$8.100.000	\$12.078.000	\$12.561.120	\$13.063.565	\$13.586.107
TOTAL DE INGRESOS	\$167.226.000	\$195.813.223	\$203.645.672	\$211.791.419	\$220.262.996

Como lo muestra la proyección, se espera un aumento en las ventas anuales del emprendimiento hasta el año 2026, este crecimiento positivo respaldado por factores como mayor demanda, innovación en los productos, expansión del mercado y eficiencia operativa entre otros, crean un panorama positivo para el futuro del emprendimiento acompañado de una estrategia sólida y una ejecución efectiva.

Tabla 36. *Estimación anual de egresos*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra directa	\$40.720.348	\$48.024.671	\$53.175.923	\$55.458.186	\$57.652.531
Materia prima	\$69.515.756	\$80.542.937	\$88.017.321	\$91.794.946	\$95.427.048
Mano de obra Indirecta	\$19.480.948	\$22.664.071	\$25.461.859	\$26.554.659	\$27.605.362
Otros CIF	\$5.650.449	\$6.716.160	\$7.017.494	\$7.434.543	\$7.578.871
Total de egresos por costos	\$135.367.501	\$157.947.839	\$173.672.597	\$181.242.335	\$188.263.813
Gastos Administrativos	\$1.617.893	\$1.830.161	\$2.000.000	\$2.085.838	\$2.168.370
Gastos generales	\$12.364.800	\$13.440.000	\$14.016.833	\$14.571.445	\$15.099.164
Total de egresos por gastos admin.	\$13.982.693	\$15.270.161	\$16.016.833	\$16.657.283	\$17.267.534
Total de egresos	\$149.350.195	\$173.218.000	\$189.689.429	\$197.899.618	\$205.531.347

Se espera que el aumento de los egresos sea proporcional al crecimiento de los ingresos, lo cual indica un crecimiento controlado y saludable para el emprendimiento, este crecimiento se

traduce en una expansión del negocio; si la empresa se encuentra generando utilidades y la rentabilidad mejorara, este escenario es algo positivo.

Tabla 37. *Total de inversión para conformación de S.A.S*

Total, de inversión	
Inversión fija	\$11.390.000
Capital de trabajo (1 mes)	\$12.945.850
Total, de inversión	\$24.335.850
Aportes socios	\$24.335.850

Teniendo en cuenta que se conformará una S.A.S los socios hacen un aporte de \$24.335.850 millones de pesos en total para el funcionamiento inicial del emprendimiento.

En esta inversión se incluye una inversión fija que consta de los elementos tangibles necesarios para que el emprendimiento lleve a cabo su actividad como lo son maquinaria y equipo necesario para la producción, muebles y enseres y equipos de oficina para la parte administrativa.

Tabla 38. *Total de inversiones fijas*

	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Vida Útil (años)	Gastos Depreciación Mensual	Gastos Depreciación Anual
Reparaciones locativas	1	\$600.000	\$600.000			
Maquinaria y Equipo			\$6.800.000	10	\$56.667	\$680.000
Maquina Cortadora	1	\$300.000	\$300.000	10	\$2.500	\$30.000
Maquina Collarín	1	\$2.300.000	\$2.300.000	10	\$19.167	\$230.000
Maquina Fileteadora	1	\$2.200.000	\$2.200.000	10	\$18.333	\$220.000
Maquina Plana	1	\$2.000.000	\$2.000.000	10	\$16.667	\$200.000
Muebles y Enseres			\$630.000		\$68.167	\$818.000
Mesón de corte	1	\$180.000	\$180.000	10	\$1.500	\$18.000
Escritorio	1	\$150.000	\$150.000	5	\$2.500	\$30.000
Sillas de Taller	4	\$50.000	\$200.000	5	\$3.333	\$40.000
Lámpara tubo led	2	\$50.000	\$100.000	2	\$4.167	\$50.000
Equipo de Oficina			\$3.360.000			
Computador	1	\$2.500.000	\$2.500.000	5	\$41.667	\$500.000

	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Vida Útil (años)	Gastos Depreciación Mensual	Gastos Depreciación Anual
Celular	1	\$800.000	\$800.000	5	\$13.333	\$160.000
Teléfono	1	\$60.000	\$60.000	3	\$1.667	\$20.000
Total de inversiones Fijas			\$11.390.000			

Por otro lado, tenemos un capital de trabajo que consta de un (1) mes el cual sería el dinero disponible para cumplir con las obligaciones demandadas a corto plazo una vez lanzado el emprendimiento al mercado.

Tabla 39. *Capital de trabajo en un mes*

Efectivo	\$500.000
Mano de obra directa + indirecta	\$5.016.775
Materia prima	\$5.792.980
CIF	\$470.871
Gastos de administración	\$134.824
Gastos generales	\$1.030.400
Total capital de trabajo	\$12.945.850

4.11.5 Estado de resultado

El estado de resultado proyectado es una herramienta fundamental para la planificación financiera de un emprendimiento, permitiendo evaluar la rentabilidad potencial del negocio y tomar decisiones informadas sobre las inversiones, financiamientos y estrategias de crecimiento.

En nuestro caso, el estado de resultado presente muestra una tendencia positiva en términos de ingresos y rentabilidad durante el periodo de 2022 a 2026. Se espera que estos ingresos aumenten.

Dicho crecimiento en ingresos y rentabilidad atribuidos a varios factores, incluyendo el aumento de la demanda de los productos del emprendimiento, la mejora de la eficiencia operativa, el aumento de los precios, etc.

Tabla 40. *Estado de resultados proyectado*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ingresos por ventas	\$167.226.000	\$195.813.223	\$203.645.672	\$211.791.419	\$220.262.996
(-) devoluciones	\$836.130	\$979.066	\$1.018.228	\$1.058.957	\$1.101.315
(-) descuentos	\$668.904	\$783.253	\$814.583	\$847.166	\$881.052
(-) costos de producción	\$135.367.501	\$157.947.839	\$173.672.597	\$181.242.335	\$188.263.813
Utilidad bruta	\$30.353.465	\$36.103.065	\$28.140.264	\$28.642.962	\$30.016.815
(-) gastos de administración y ventas	\$1.617.893	\$1.830.161	\$2.000.000	\$2.085.838	\$2.168.370
Gastos generales	\$12.364.800	\$13.440.000	\$14.016.833	\$14.571.445	\$15.099.164
Utilidad operacional	\$16.370.771	\$20.832.904	\$12.123.431	\$11.985.679	\$12.749.281
Utilidad antes de impuesto	\$16.370.771	\$20.832.904	\$12.123.431	\$11.985.679	\$12.749.281
Impuesto de renta y complementario	\$5.729.770	\$7.291.516	\$4.243.201	\$4.194.988	\$4.462.248
Utilidad después de impuesto	\$10.641.001	\$13.541.388	\$7.880.230	\$7.790.691	\$8.287.033
Utilidad neta por distribuir	\$10.641.001	\$13.541.388	\$7.880.230	\$7.790.691	\$8.287.033

4.11.6 Flujo de caja VPN, TIR y PRI

El flujo de caja nos muestra todas las entradas y salidas de efectivo de una empresa en un periodo de tiempo determinado, en este caso, está proyectado a un periodo de 5 años y se muestra los ingresos (ventas de los productos) y los egresos del emprendimiento, mostrando por año el flujo neto de efectivo lo cual representa el dinero real que genera el emprendimiento después de restar los egresos.

Como se puede observar en el año uno y dos este valor es mayor a los del año 3, 4, y 5, esto se debe al cambio y aumento del IPC; Recordemos que en 2022 el porcentaje del IPC alcanzo el 13,12% debido a pandemia, en el 2023 este bajo a 9,20%, sin embargo se convirtieron en los

valores más altos alcanzados por esta tasa, posteriormente a esto el IPC tuvo una “regulación” y con el pronóstico a futuro se obtuvo que la variación a partir del año 2024 no es tan significativa por lo que se usó un incremento del 4% como se mencionó.

Tabla 41. Datos financieros

Inversión total	\$24.335.850
Terreno	\$600.000
Máquina y equipo	\$6.800.000
Muebles enseres, equipo oficina	\$3.990.000
Capital de trabajo	\$12.945.850
Vida útil maq. Y equipo	\$10
Depreciación línea recta	
Valor de rescate	\$0

Tabla 42. Flujo de caja

Conceptos	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$167.226.00 0	\$195.813.22 3	\$203.645.67 2	\$211.791.41 9	\$220.262.99 6
Costos de Producción						
Mano de obra directa		\$40.720.348	\$48.024.671	\$53.175.923	\$55.458.186	\$57.652.531
Materia prima		\$69.515.756	\$80.542.937	\$88.017.321	\$91.794.946	\$95.427.048
Mano de obra Indirecta		\$19.480.948	\$22.664.071	\$25.461.859	\$26.554.659	\$27.605.362
Otros CIF		\$5.650.449	\$6.716.160	\$7.017.494	\$7.434.543	\$7.578.871
Gastos Administrativos		\$1.617.893	\$1.830.161	\$2.000.000	\$2.085.838	\$2.168.370
Gastos generales		\$12.364.800	\$13.440.000	\$14.016.833	\$14.571.445	\$15.099.164
Dep. Maquinaria y equipos		\$680.000	\$680.000	\$680.000	\$680.000	\$680.000
Utilidad antes de Impuesto		\$17.195.805	\$21.915.223	\$13.276.243	\$13.211.801	\$14.051.648
Impuesto		\$6.018.532	\$7.670.328	\$4.646.685	\$4.624.130	\$4.918.077
Utilidad después de impuesto		\$11.177.273	\$14.244.895	\$8.629.558	\$8.587.671	\$9.133.571
Depreciación		\$680.000	\$680.000	\$680.000	\$680.000	\$680.000
Inversión	\$23.875.850					
Flujo neto de efectivo	\$(23.875.850)	\$11.857.273	\$14.924.895	\$9.309.558	\$9.267.671	\$9.813.571
Flujo Neto acumulado		\$11.857.273	\$26.782.168	\$36.091.726	\$45.359.397	\$55.172.968
Periodo de recuperación	2 años					
Valor presente neto	\$11.627.362					

Conceptos	0	1	2	3	4	5
TIR	40%					
Relación beneficio costo	1,02					

Tabla 43. Depreciación método de línea recta

Años	0	1	2	3	4	5
Depreciación anual		\$680.000	\$680.000	\$680.000	\$680.000	\$680.000
Valor en libros	\$6.800.000	\$6.120.000	\$5.440.000	\$4.760.000	\$4.080.000	\$3.400.000
		Aporte		Tasa		Tmar mixta
Inversionista		100%		18,00%		18%
						18%
Beneficios	\$-	\$167.226.000	\$195.813.223	\$203.645.672	\$211.791.419	\$220.262.996
Costos	\$23.875.850	\$155.368.727	\$180.888.328	\$194.336.114	\$202.523.748	\$210.449.424
VPN beneficios	\$611.810.643					
VPN costos	\$600.183.281					

El análisis financiero de un emprendimiento es importante para evaluar la viabilidad, rentabilidad y el éxito potencial de este. Para este emprendimiento, se analizó los indicadores financieros clave, incluyendo el periodo de recuperación de la inversión (PRI), el valor actual neto (VPN) y la tasa interna de retorno TIR).

En el caso del PRI nos indica el tiempo que tarda la inversión en recuperarse a partir de los flujos de efectivo netos generados por el proyecto; Como podemos verlo en las tablas anteriores, el PRI del proyecto es de tan solo dos años, lo que significa que la inversión inicial de \$23.875,850 millones de pesos se recupera en ese periodo.

Un PRI bajo indica una alta liquidez y una rápida recuperación del capital.

La TIR es la tasa de descuento que hace que el VPN del proyecto sea igual a cero, lo que se traduce en la tasa de retorno interna que general el proyecto, en este caso es superior a la tasa

de descuento, lo que significa que nuestro proyecto genera una rentabilidad atractiva y crea valor para los inversores.

Por último, cabe mencionar que la TMAR MIXTA es una tasa de retorno fijada por los inversores como expectativa mínima de ganancia sobre la inversión hecha; En este caso el valor de dicha tasa fue proporcionado por los inversores, en este contexto la TIR supera la TMAR MIXTA, lo que significa que el proyecto cumple con las expectativas de rentabilidad de los inversores.

KPI: para este tipo de empresa, consideramos los siguientes indicadores de desempeño para evaluar el rendimiento de esta:

Teniendo en cuenta que la empresa actualmente aplica el concepto de taller satélite creemos conveniente aplicar el indicador Eficiencia de Producción por Taller Satélite (EPT por TS):

El EPT por TS mide la capacidad del taller para producir prendas de alta calidad de manera eficiente y oportuna.

Calculo: $EPT \text{ por TS} = (\text{Numero de prendas producida por TS} / \text{Horas trabajadas en el TS})$
* (% de prendas sin defectos)

Donde EPT por TS alto nos indicaría que el taller es eficiente y produce prendas de alta calidad en cortos periodos de tiempo, EPT por TS bajo, nos indicaría talleres ineficientes.

Aplicando este indicador el emprendimiento puede identificar los talleres más eficientes con los cuales se podría continuar las labores y aquellos que no cumplen con las expectativas y requerimientos de la empresa, por lo que se debería tomar la decisión de remplazarlos para evitar un impacto negativo.

Sabiendo que la satisfacción del cliente con respecto a los productos obtenidos es un factor clave para el éxito a largo plazo del negocio. Es importante medir dicha satisfacción, lo cual nos permite identificar áreas de mejora en el proceso.

Los métodos para medir este indicador pueden ser a través de encuestas de satisfacción de forma online una vez recibidos los productos para obtener opiniones sobre la calidad, diseño, precio, comodidad de las prendas, etc.

Una segunda forma, es a través de los comentarios en redes sociales, donde podremos monitorear las opiniones y comentarios que los clientes dejan en las redes sociales de la marca.

Por último, podemos analizar la tasa de devolución de la ropa para identificar si hay algún problema en cuanto a calidad o diseño que esté generando insatisfacción.

5. Cronograma

Tabla 44. *Cronograma de actividades*

Cronograma de actividades					
Objetivo General	Creación de una empresa fabricante y comercializadora de prendas para niños con la intención de satisfacer la demanda de sus compradores intermediarios, ofreciendo productos de alta calidad, con precios asequibles al público y diseños atractivos.				
Cronograma de actividades		Meses			
		1	2	3	4
Etap 1	Expandir e innovar el portafolio de Orión Kids en términos de tallas, colores, estilos, etc.	■			
Etap 2	Pruebas de calidad y aceptación del público a los nuevos productos.		■		
Etap 3	Diseñar nuevas estrategias de marketing y fidelización con la intención de ampliar el mercado objetivo.		■		
Etap 4	Tramitar el RUT ante la DIAN para legalizar la situación tributaria de la empresa.		■		
Etap 5	Inscribir la empresa en el RUES para formalizar su existencia legal.			■	
Etap 6	Realizar el registro de la empresa como una S.A.S ante la cámara de comercio, incluyendo la redacción de los estatutos y la protocolización de estos.			■	
Etap 7	Analizar si es necesario mejorar el logotipo, diseño de marca y manual de identidad visual que represente a Orión Kids.			■	
Etap 8	Crear y optimizar una página web para ventas en línea de los productos.			■	■
Etap 9	Lanzamiento y promoción del portafolio renovado.		■		
Etap 10	Crear un sistema de satisfacción de compras y sugerencias de clientes.				■

6. Ejecución del plan de negocio

A continuación, se presenta la implementación del plan de negocios correspondiente al emprendimiento Orión Kids, abarcando el periodo comprendido entre septiembre y diciembre del año 2024.

Lo primero que se realizó y un paso muy importante fue su constitución legal ante la cámara de comercio, por lo que inicialmente se hablara de como fue el proceso legal obtenido durante este tiempo.

Posteriormente, se aborda el progreso comercial, las estrategias de mercado implementadas para la captación del público objetivo y el posicionamiento de marca a través de las redes sociales. Se describen las mejoras e innovaciones aplicados en el producto, se analizan los aspectos financieros, presentando un balance de resultados y finalmente se concluye con las lecciones aprendidas sobre los desafíos que como emprendedor nos enfrentamos a la hora de plasmar una idea de negocio en la ciudad de Bucaramanga.

6.11 Legalización de Orión Kids

6.1.1 Consulta

Como primer paso, se realizó una consulta al Registro Único Empresarial y Social (RUES), Una plataforma que centraliza la información de los registros públicos de las cámaras de comercio en Colombia. Esta herramienta ayuda a evitar la duplicidad de datos y verificar la disponibilidad de nombres comerciales. A través de su sitio web <https://www.rues.org.co/?old=true> , se comprobó

la disponibilidad del nombre “Orión Kids” para la constitución de la empresa como persona natural. Una vez confirmada su disponibilidad, se procedió con el siguiente paso.

Como segunda estancia se evaluó si el código CIIU previamente investigado en el apartado correspondiente del proyecto era el correcto para la actividad relacionada con la labor de la empresa; en este caso el código CIIU seleccionado es el 1410, el cual abarca la fabricación y venta de productos textiles para niños.

Otro aspecto que se tuvo en cuenta al momento del registro de la matrícula mercantil, fueron las sugerencias de los asesores de la cámara de comercio los cuales nos recomendaron hacer la inscripción bajo la figura de persona natural la cual puede entenderse como aquella persona que decide ejercer actividades comerciales a título personal, por lo que asume todas las obligaciones y responsabilidades que esto conlleva.

Debido a que la persona natural asume la responsabilidad del cumplimiento financiero de la empresa, en caso de quiebra o deudas, los bienes y propiedades de dicha persona, serán la garantía para el cumplimiento de sus obligaciones.

6.1.2 Inscripción a la cámara de comercio

En la cámara de comercio de Bucaramanga se llevó a cabo el proceso de registro de la empresa teniendo en cuenta todo lo consultado mencionado anteriormente y con el visto bueno del asesor, la empresa fue validada bajo el nombre de Orión Kids con el código 1410. Debido a que iba a ser constituida como empresa individual como persona natural, se debía incluir el radicado del RUT a nombre de Danna Mejía, como se puede evidenciar en el Apéndice A, en este caso ya se tenía por procesos anteriores con la DIAN por lo que lo que se hizo fue editar el nombre comercial.

Mientras se realizaba y validaban todos los datos del registro mercantil, también por parte del asesor se nos asistió con la obtención del NIT, el cual es un numero otorgado por la DIAN, el cual es esencial para llevar un registro de los impuestos que debe pagar la empresa y la persona que ejerce la actividad económica. Este NIT es necesario renovarlo periódicamente para evitar sanciones por parte de la DIAN.

Como paso final, después de la radicación de los documentos necesarios para el proceso (RUT Y NIT) se expuso la ubicación de donde se iba a llevar a cabo la actividad económica, en este caso, Floridablanca, Santander. También se incluyó la información financiera inicial y el tamaño de la empresa, indicando que es una microempresa.

En el Apéndice B se evidencia la matricula mercantil con número 05-687006-01, grupo NIIF III. Microempresa.

6.1.3 Contratación

Con el objetivo de formalizar y legalizar las relaciones laborales dentro de la empresa, con ayuda de un experto se estuvo revisando y se estipulo dos tipos de contrato hasta el momento: el contrato por obra o labor, aplicado a aquella persona natural que trabaja bajo el concepto de taller satélite, y el contrato a término fijo, especialmente para el cortador de la empresa, cabe recalcar que este segundo tipo de contrato sirve como borrador y base para la contratación de un nuevo miembro si así se requiere.

La importancia de establecer un contrato escrito radica en que este documento sienta las bases de la relación laboral, especificando los derechos y obligaciones de ambas partes. De esta manera, se puede evitar malentendidos, garantizando un ambiente de trabajo transparente y

protegiendo los intereses de ambas partes. A demás sirve como prueba de cualquier disputa legal, brindando seguridad jurídica a la relación laboral.

En el Apéndice C se puede apreciar los dos tipos de contrato redactados por la empresa.

6.2 Avances comerciales

6.2.1 Estrategia de mercado y promoción

Como estrategia principal se puede decir que aplicamos Social Media marketing que básicamente es invertir en publicidad en redes sociales con el fin de conectar con la audiencia, aumentar la visibilidad del emprendimiento e impulsar sus ventas.

Como empresa nos hemos centrado más en Facebook, ya que es una de las redes sociales más utilizadas por adultos y en la cual hemos crecido más rápido de manera orgánica contando actualmente con 2,678 seguidores hasta el momento.

Al pagar una campaña o promocionar una publicación, Facebook permite a los anunciantes segmentar los anuncios y dirigirlos a audiencias específicas, ya que lo que hace esta red social es recopilar datos detallados de sus usuarios como lo son sus intereses, datos demográficos, etc. Permitiendo así llegar tu producto a tu público objetivo de forma efectiva.

Facebook ofrece diversos formatos para promocionar las publicaciones, en nuestro caso, el más utilizado es el de “publicación existente”, el cual convierte las publicaciones orgánicas en anuncios.

Una vez que elegimos la publicación que deseamos promocionar y segmentamos la audiencia ideal, establecemos cuanto invertiremos y por cuanto tiempo queremos que se muestre,

una vez lanzada la campaña se puede analizar el alcance que esta obtiene, las interacciones, las conversaciones que se inician con los clientes en base a esta, etc.

La mayoría de las veces asignamos un presupuesto diario entre \$10,000 y \$16,000 pesos y dejamos la publicación interactuar más o menos de 7 a 15 días.

A continuación, se presentará una breve vista de las publicaciones promocionadas más recientes de la empresa por medio de la base de datos de Facebook Ads, donde se muestra el alcance, que es el número de personas que vieron la publicidad, las impresiones, que es la cantidad de veces que se mostró dicha publicación en la pantalla de los usuarios y el número de veces que las personas iniciaron una conversación con nuestra empresa como resultado de nuestro anuncio traduciendo esto a un interés hacia nuestro producto.

Figura 33. Publicaciones promocionadas

Facebook

Instagram

Messenger

WhatsApp

Twitter

LinkedIn

YouTube

Google

Apple

Microsoft

Amazon

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

Netflix

Spotify

</

Asimismo, se adjunta como parte de la evidencia el informe suministrado por Meta, donde se evidencia el pago de las publicidades correspondientes.

Figura 34. Facturación Meta

Meta

Meta Platforms Ireland Limited

Merrion Road

Dublin 4

D04 X2K5

Ireland

VAT Reg. No. IE9682928F

Cuenta: 37633650633269

Empresa: Orión Kids

NT: 1005369673-0

Informe de facturación: 15/01/2024 - 16/12/2024

Pago de Anuncios de Meta

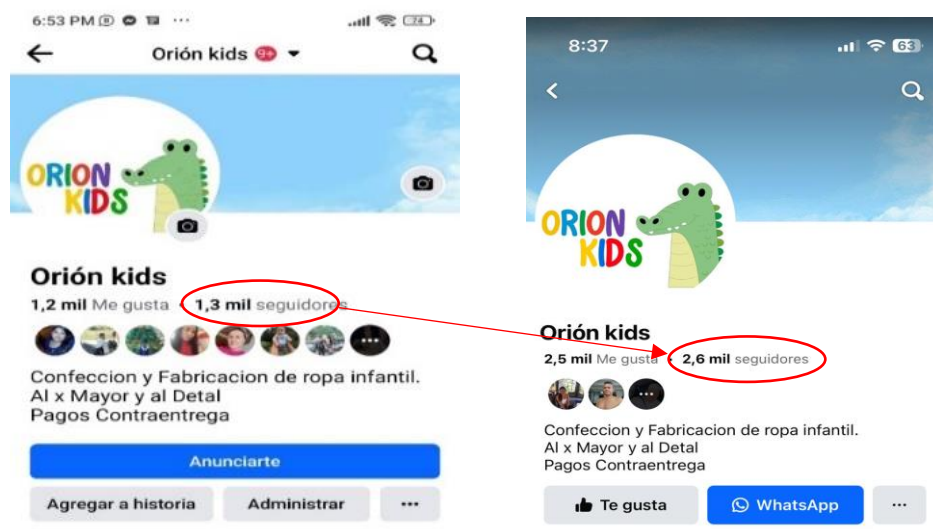
Método de pago: Visa - 4360

Fecha	Identificador de la transacción	Importe	Estado del pago
16/12/2024	888552497895488-8861403627307574	\$ 254.888 COP	Pagado
18/11/2024	8743640085750598-8880713602043283	\$ 229.081 COP	Pagado
21/10/2024	854894449853500-8119040564877275	\$ 47.231 COP	Pagado
14/09/2024	8083884311726182-8085859774528634	\$ 165.204 COP	Pagado
17/08/2024	7942563649391558-7980764192038196	\$ 197.569 COP	Pagado
24/07/2024	7811601518954469-7893361600778463	\$ 297.629 COP	Pagado
16/06/2024	7519865051461446-7536979636416633	\$ 11.812 COP	Pagado
20/05/2024	7530993381348617-75802176079897017	\$ 145.756 COP	Pagado
30/04/2024	7408023719312252-7423296807764946	\$ 277.233 COP	Pagado
19/03/2024	7205704936210796-7333719333409387	\$ 181.231 COP	Pagado
04/03/2024	7278178605930396-7148239871987303	\$ 196.193 COP	Pagado
16/02/2024	7099677980148629-7136130623168230	\$ 17.168 COP	Pagado
20/01/2024	7069653198785970-7006577825823515	\$ 98.455 COP	Pagado
Importe total facturado			\$ 2.099.447 COP
Total de fondos agregado			\$ 0 COP

6.2.2 Crecimiento de la marca

En las siguientes imágenes se puede hacer una comparativa del crecimiento logrado por la marca en los últimos meses y en general, gracias a la promoción de las publicaciones que logran captar el interés del público se puede evidenciar un aumento en los seguidores de Orión Kids.

Figura 33. Perfil de Facebook de la empresa (Antes/Después)



Desde el 1 de septiembre del 2024 hasta el 30 de diciembre del mismo año la empresa tuvo un aumento de 674 seguidores gracias a la publicidad hecha, teniendo en cuenta la figura 34 donde aparecen las publicaciones promocionadas, se puede observar como una sola publicación logro alcanzar 39.039 cuentas, incluso en meses anteriores hemos tenido un alcance de 74.886 usuarios. Se puede observar también que el rango de edad que más interactúa con la cuenta es de 25 a 34 años y que su audiencia principalmente la conforman mujeres en un 85,9% y los hombres conforman el 14,1%. De los 2,679 seguidores con los que cuenta la página, el 4,5% son residentes de Bucaramanga y Floridablanca hasta el momento.

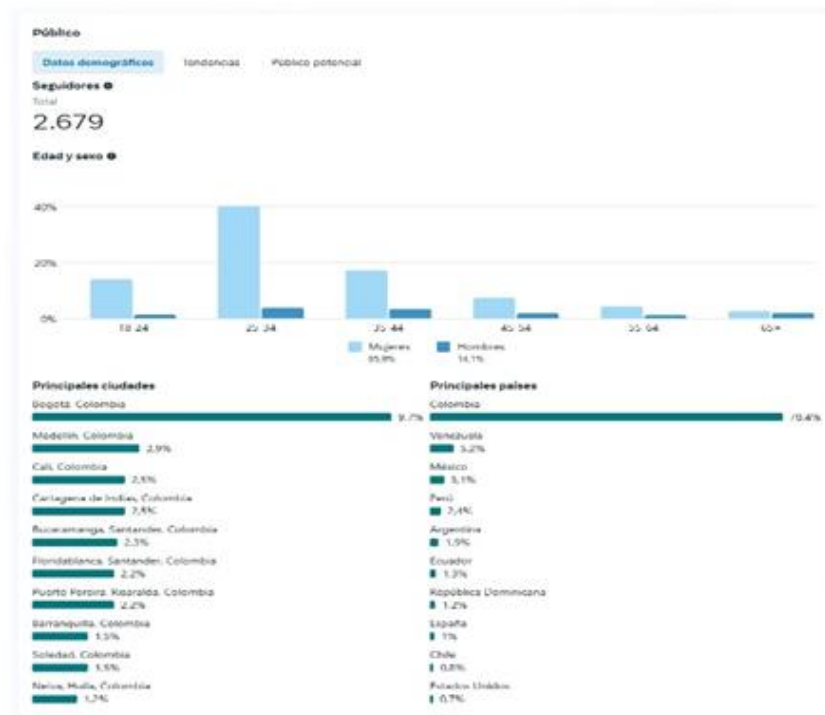
Figura 35. Aumento de seguidores entre septiembre y diciembre del 2024

Seguidores ⓘ

674 ↑ 68,1%



Figura 36. Público de Orión Kids



6.2.3 Nuevos productos

Inicialmente, la empresa Orión Kids ofreció 7 productos básicos, que incluían conjuntos de sudadera tipo jogger, pantalón de jean, short de dril, bermudas y bragas; cada uno de estos con

su respectiva camiseta de algodón licrado, además de pijamas. Al principio, solo se manejaba un tipo de estampado y no se tenía una amplia paleta de colores, ya que nuestra intención principal era evaluar el grado de aceptación de los compradores hacia nuestros productos.

Dado a las positivas respuestas obtenidas, actualmente hemos trabajado en expandir nuestros diseños y la gama de colores disponibles. De esta manera, buscamos ofrecer a nuestros clientes una mayor variedad al momento de realizar sus compras.

Las telas que seleccionamos inicialmente han tenido una excelente acogida entre nuestros clientes, quienes incluso nos han expresado su satisfacción con la calidad. Por el momento, hemos decidido continuar trabajando con estos materiales, ya que brindan seguridad y confianza a nuestro público.

A continuación, se podrá observar algunos de los diseños realizados en los últimos meses

Figura 37. *Pijamas dream en lanilla Tobago doble punta*



Figura 38. *Bragas en burda o pique y camisetas en lanilla o Tobago o algodón licrado*



Figura 39. Conjunto tipo jogger en algodón licrado y burda bostonea



Figura 40. Conjunto sudadera en algodón licrado y burda bostonea



Figura 41. *Conjunto short en dril o jean y camiseta en algodón licrado***Figura 42.** *Conjunto tipo bermuda en burda*

6.2.4 Encuesta de satisfacción y sugerencias

Con el objetivo de comprender a fondo las necesidades y expectativas de nuestros clientes, diseñamos una encuesta de satisfacción que se empezara a implementar en el servicio postventa.

Esta herramienta nos permitirá recopilar información valiosa sobre la percepción de nuestros productos y el servicio prestado, así como identificar áreas de mejora.

Los resultados obtenidos a través de estas encuestas serán fundamentales para la toma de decisiones estratégicas y la implementación de acciones correctivas si así se requiere, teniendo en claro que esto contribuirá a seguir fortaleciendo la relación con nuestros clientes y optimizar la calidad de nuestra oferta.

En el siguiente enlace se encontrará la encuesta de satisfacción creada por Orión Kids:
<https://encuesta.com/survey/0mMX6UljA1/encuesta-de-satisfaccion-del-cliente>

Así mismo se generó un código QR que redirecciona a los clientes a la encuesta si así lo desean y se les facilita:

Figura 43. QR que redirecciona a los clientes a la encuesta

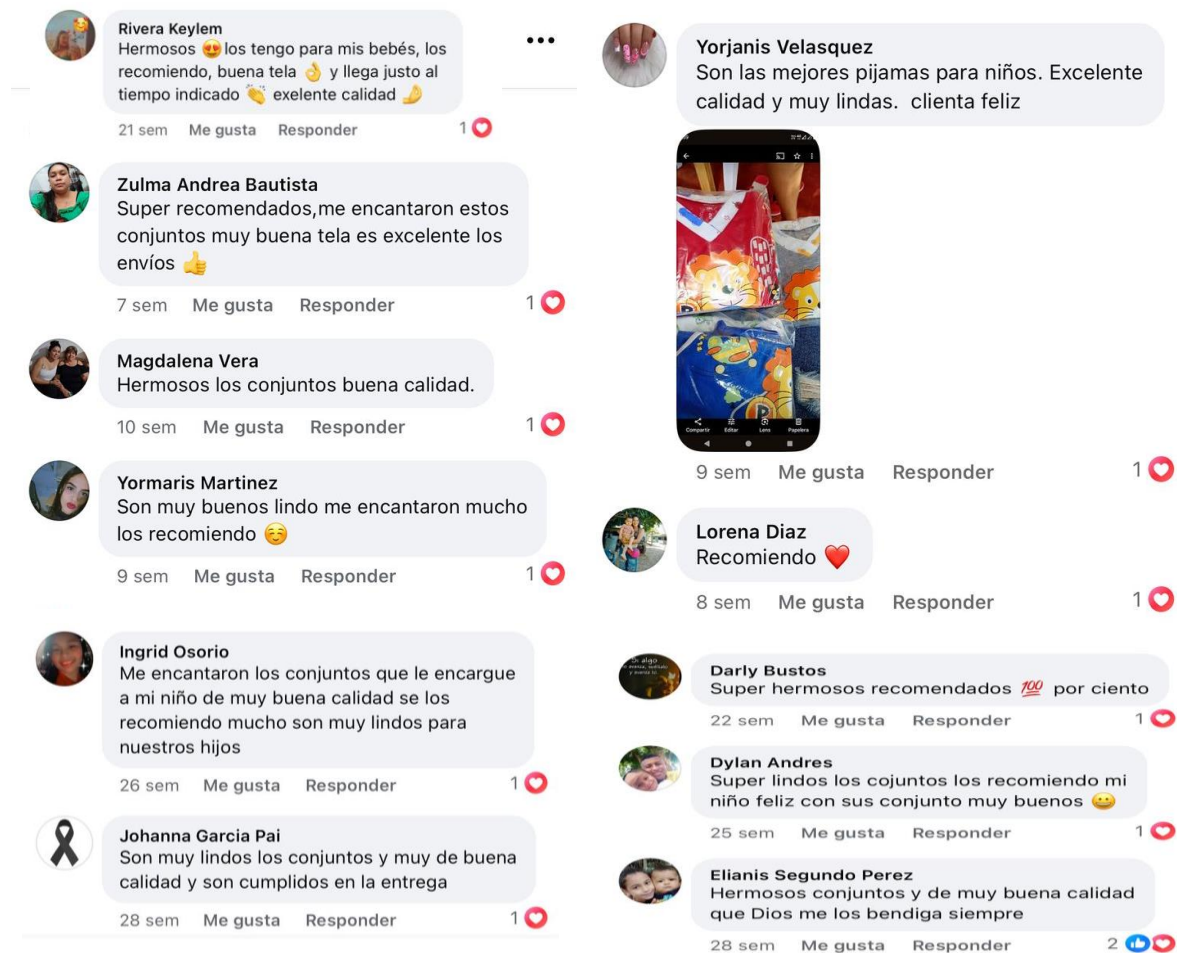


6.2.5 Aceptación y opiniones de Orión Kids en el mercado

La publicidad en Facebook, la selección de materiales y diseños han resultado en una excelente acogida por parte de nuestros clientes. Sus comentarios positivos en nuestra red social principal destacan la calidad, comodidad de las prendas y tiempo de entrega de nuestro producto,

lo que confirma que estamos cumpliendo poco a poco nuestro objetivo de satisfacer sus necesidades. Las recomendaciones que recibimos en cada publicación que se postea son un testimonio del impacto positivo que estamos generando.

Figura 44. Opiniones de los clientes



6.3 Avance administrativo

6.3.1 Rediseño del logo

Dentro del cronograma se había establecido el análisis y posible mejora del logotipo de la empresa. Tras una revisión, se determinó que el diseño original presentaba una sobrecarga visual

que no se deseaba proyectar, por lo que decidimos hacer una transición a un diseño más limpio, orgánico e infantil.

El logo actual presenta un diseño sencillo, colorido y alegre; En él se puede apreciar un personaje ficticio que normalmente consideramos común y llamativo entre los más pequeños; Con su sonrisa transmite alegría y ternura, valores asociados a la infancia. El nombre de la empresa se encuentra ubicado al lado del personaje en una tipografía legible y clara con colores vibrantes y atractivos.

Figura 45. *Nuevo logo de la empresa*



6.4 Avances técnicos

6.4.1 Inversión en infraestructura

Como se mencionó inicialmente en el estudio técnico, se realizó una inversión en una infraestructura básica que incluye estanterías para el almacenamiento ordenado de productos terminados y piezas cortadas. Esta medida inicial busca optimizar la organización. Si bien esta infraestructura es de una escala pequeña pero acorde a las necesidades actuales de la empresa, se sigue proyectando su expansión a medida que el crecimiento lo requiera.

La visión a futuro contempla la inversión en una estructura de almacenamiento con mayor capacidad, que permita dar respuesta al aumento en la producción y demanda de los productos de Orión kids.

Figura 46. *Infraestructura de almacenamiento*



6.5 Análisis financiero

Para dar inicio al análisis financiero de Orión Kids, se presenta una tabla que detalla los valores reales de venta de cada uno de los conjuntos ofrecidos. Como se puede observar, los precios han sido ajustados ligeramente en comparación con las cifras proyectadas inicialmente en el plan de negocio. Esta modificación está hecha teniendo en cuenta lo que los clientes indicaron que era el valor dispuesto a pagar por los productos. La tabla también incluye un desglose de todos los costos unitarios asociados a la producción del producto terminado, esto con la intención de dar una vista general de la ganancia real que se puede obtener por la venta de dichos productos.

Tabla 45. *Valores unitarios de producción*

Producto	Valor unitario de venta	Costo unitario materia prima	Costo unitario de Ensamble/Mano de obra	Costo unitario Ganchos/Empaque	Costo unitario de producción	Ganancia Bruta Unitaria de venta
Conjunto jogger y camiseta	\$35.000	\$13.885	\$4.700	\$258	\$18.843	\$16.157
Conjunto Pantalón tipo Jean y camiseta	\$45.000	\$19.007	\$6.000	\$258	\$25.265	\$19.735
Conjunto short dril y camiseta	\$35.000	\$16.735	\$5.000	\$258	\$21.993	\$13.007
Conjunto bermuda y camiseta	\$35.000	\$16.104	\$5.000	\$258	\$21.362	\$13.638
Conjunto sudadera niña	\$35.000	\$15.370	\$2.700	\$258	\$18.328	\$16.672
Conjunto sudadera niño	\$35.000	\$14.052	\$3.700	\$258	\$18.010	\$16.990
Mameluco Baby	\$22.000	\$7.062	\$3.500	\$558	\$11.120	\$10.880
Braga Little Girl	\$22.000	\$6.034	\$3.800	\$558	\$10.392	\$11.608
Pijamas Dream	\$20.000	\$9.289	\$1.500	\$558	\$11.347	\$8.653

A continuación, se presenta una tabla con los ingresos obtenidos por las ventas de los productos en los meses comprendidos entre Julio a diciembre del año 2024. La información, proveniente de nuestra base de datos de ventas en la plataforma de “Última Milla” la cual se puede observar en el Apéndice D, detalla las ventas por fecha, nombre del cliente, ciudad destinataria, etc. y respalda los valores mostrados a continuación.

Tabla 46. Ventas 2024

Producto	Ventas 2024					
	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic
Conjunto jogger y camiseta	\$-	\$2.100.000	\$6.300.000	\$4.200.000	\$8.540.000	\$6.300.000
Conjunto pantalón tipo jean y camiseta	\$-	\$-	\$4.320.000	\$2.700.000	\$4.860.000	\$6.480.000
Conjunto short dril y camiseta	\$3.500.000	\$-	\$-	\$2.940.000	\$2.100.000	\$-
Conjunto bermuda y camiseta	\$3.500.000	\$-	\$2.100.000	\$2.800.000	\$2.100.000	\$3.500.000
Conjunto sudadera niña	\$-	\$2.800.000	\$1.750.000	\$-	\$2.100.000	\$-
Conjunto sudadera niño	\$5.600.000	\$5.600.000	\$-	\$1.750.000	\$-	\$-
Mameluco Baby	\$-	\$528.000	\$-	\$-	\$1.320.000	\$1.100.000
Braga Little Girl	\$3.300.000	\$2.200.000	\$1.320.000	\$-	\$2.200.000	\$2.640.000
Pijamas Dream	\$2.000.000	\$-	\$-	\$-	\$-	\$1.000.000
Total mensual	\$17.900.000	\$13.228.000	\$15.790.000	\$14.390.000	\$23.220.000	\$21.020.000

Si nos fijamos en el total mensual obtenido podemos observar un crecimiento constante de la empresa en el mercado, es importante aclarar que estas cifras reflejan únicamente los ingresos brutos, sin deducir los costos asociados a la producción y operación de la empresa.

El siguiente estado de resultados presenta un panorama financiero detallado de Orión Kids durante el segundo semestre de 2024. Este informe nos permite analizar la evolución de la empresa en cuanto a los ingresos, costos, gastos y utilidad neta, con el fin de obtener una visión de la situación financiera del emprendimiento.

Tabla 47. *Estado de resultados jul- dic 2024*

Concepto	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos						
Ingresos por Ventas	\$17.900.000	\$13.228.000	\$15.790.000	\$14.390.000	\$23.220.000	\$21.020.000
(-) Devoluciones	\$89.500	\$66.140	\$78.950	\$71.950	\$116.100	\$105.100
(-) Descuentos	\$71.600	\$52.912	\$63.160	\$57.560	\$92.880	\$84.080
(-) Costos de Producción	\$14.545.253	\$11.010.330	\$13.561.364	\$12.770.538	\$17.077.690	\$16.200.960
Utilidad bruta	\$3.193.647	\$2.098.618	\$2.086.526	\$1.489.952	\$5.933.330	\$4.629.860
 (-) Gastos de administración y ventas	 \$166.667	 \$166.667	 \$166.667	 \$166.667	 \$166.667	 \$166.667
Gastos Generales	\$484.329	\$363.169	\$314.904	\$213.731	\$440.025	\$462.288
Utilidad Operacional	\$2.542.651	\$1.568.782	\$1.604.955	\$1.109.555	\$5.326.638	\$4.000.906
 Utilidad antes de impuesto	 \$2.542.651	 \$1.568.782	 \$1.604.955	 \$1.109.555	 \$5.326.638	 \$4.000.906
Impuesto de renta y complementario	\$889.928	\$549.074	\$561.734	\$388.344	\$1.864.323	\$1.400.317
Utilidad después de Impuesto	\$1.652.723	\$1.019.708	\$1.043.221	\$721.211	\$3.462.315	\$2.600.589
Utilidad Neta	\$1.652.723	\$1.019.708	\$1.043.221	\$721.211	\$3.462.315	\$2.600.589
 Utilidad año 2024	 \$10.499.767					
Inversión infraestructura	-\$300.000					
Gastos de inscripción legal de la empresa	-\$200.000					
 Utilidad Neta por Distribuir	 \$9.999.767					

Se puede ver una variación considerable en los ingresos mensuales, con un pico en noviembre representando el 22% de las ventas totales, siendo este el mes más destacado influenciado posiblemente por la temporada navideña y agosto el mes de menores ingresos representando el 12,5%.

Los costos de producción varían en proporción a los ingresos y representan el 80,7% en promedio en relación con las ventas, tenemos en claro que se deben evaluar posibles optimizaciones en este rubro para lograr bajar el porcentaje.

La utilidad bruta total fue de \$19.431.933 pesos; El margen de utilidad bruta indica la rentabilidad de las ventas después de cubrir los costos de producción, en este caso dicho margen representa un valor de 19.3%.

En cuanto a gastos administrativos estos representan en promedio solo un 0,9% en relación con las ventas indicando un buen control de los gastos fijos; Los gastos generales también representan un porcentaje bajo del 2,1% de las ventas.

El margen de utilidad operacional refleja la rentabilidad de la empresa después de cubrir los costos de producción y los gastos operativos, en este caso se tiene un margen del 15,2%.

La utilidad neta para el año 2024 fue de \$10.499.767 el cual apreciamos como un indicador positivo del desempeño de la empresa ya que no represento perdidas si no ganancias.

El ítem mencionado sobre gastos legales representa el valor a la inscripción de la empresa a la cámara de comercio y la inversión en infraestructura representa el gasto que se hizo para el estante mostrado en la figura 44.

Finalmente, teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, la utilidad neta por distribuir de la empresa fue de \$9.999.767 pesos, esta cifra representa el beneficio disponible obtenido por la labor ejecutada de oriön kids.

El análisis de los egresos de una empresa es fundamental para comprender su estructura de costos y rentabilidad. A continuación, se presenta un estado de los egresos de Oriön Kids para el periodo estudiado, permitiéndonos observar los principales rubros de gasto y su impacto en la

situación financiera de la empresa. Se analizaron los costos indirectos de producción como los gastos administrativos los cuales hicieron parte del estado de resultado presentado anteriormente.

Tabla 48. Egresos

Concepto	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic
Mano de obra directa	\$4.433.822	\$3.351.622	\$4.602.314	\$4.050.822	\$4.903.622	\$5.037.822
Materia prima	\$7.366.079	\$5.083.794	\$6.420.661	\$6.203.242	\$9.360.210	\$8.388.164
Mano de obra Indirecta	\$2.121.822	\$2.121.822	\$2.121.822	\$2.121.822	\$2.121.822	\$2.121.822
Otros CIF	\$623.530	\$453.092	\$416.568	\$394.652	\$692.036	\$653.152
Total de egresos por costos	\$14.545.253	\$11.010.330	\$13.561.364	\$12.770.538	\$17.077.690	\$16.200.960
Gastos Administrativos	\$166.667	\$166.667	\$166.667	\$166.667	\$166.667	\$166.667
Gastos generales	\$484.329	\$363.169	\$314.904	\$213.731	\$440.025	\$462.288
Total de egresos por gastos admin.	\$650.996	\$529.836	\$481.571	\$380.398	\$606.692	\$628.955
Total de egresos	\$15.196.249	\$11.540.166	\$14.042.935	\$13.150.935	\$17.684.382	\$16.829.914

Los costos de producción representan el 96,3% del total de egresos, lo que indica que la mayor parte de los recursos se destinan a la fabricación de los productos.

La materia prima es el principal componente de los costos de producción, representando el 50,3% del total de costos y el 48,4% del total de egresos. Los gastos administrativos y los gastos generales se mantienen relativamente bajos en comparación con los costos de producción.

Finalmente, en las siguientes tablas se mostrará un desglose más preciso de los rubros que conforman los costos indirectos de fabricación (CIF) y los gastos generales de la empresa.

Tabla 49. Costos indirectos de fabricación (CIF)

Concepto	2024					
	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic
Agua	\$125.150	\$110.000	\$91.500	\$95.000	\$138.500	\$130.000
Telefonía & Internet	\$66.000	\$66.000	\$66.000	\$66.000	\$66.000	\$66.000
Plan telefonía celular	\$36.000	\$36.000	\$36.000	\$36.000	\$36.000	\$36.000
Energía	\$164.000	\$94.500	\$90.000	\$96.000	\$225.000	\$189.000
Moldes y escalado	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-

Empaque y ganchos	\$232.380	\$146.592	\$133.068	\$101.652	\$226.536	\$232.152
Total CIF	\$623.530	\$453.092	\$416.568	\$394.652	\$692.036	\$653.152

Tabla 50. Gastos generales

Concepto	2024					
	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic
Papelería Y Útiles de oficina	\$65.700	\$48.600	\$39.700	\$47.500	\$86.735	\$76.900
Aseo	\$70.000	\$70.000	\$70.000	\$70.000	\$70.000	\$70.000
Publicidad	\$297.629	\$197.569	\$165.204	\$47.231	\$229.081	\$264.888
Imprevistos	\$51.000	\$47.000	\$40.000	\$49.000	\$54.209	\$50.500
Total Gastos Generales	\$484.329	\$363.169	\$314.904	\$213.731	\$440.025	\$462.288

A pesar de los desafíos propios de toda empresa que está surgiendo, Orión kids ha demostrado un desempeño alentador en el segundo semestre del 2024. Los ingresos por ventas, si bien muestran fluctuaciones propias de un mercado cambiante, evidencian un crecimiento constante y reflejan la creciente aceptación de la marca por parte de los clientes.

La gestión de los costos, aunque somos conscientes de que son perfectibles, han permitido generar una utilidad bruta que creemos respalda la viabilidad del proyecto y abre una oportunidad para la inversión y el crecimiento. Así mismo la estructura de egresos, con un enfoque en la optimización de los costos de producción y un control de los gastos administrativos, sugieren una gestión prudente de los recursos y una visión a largo plazo.

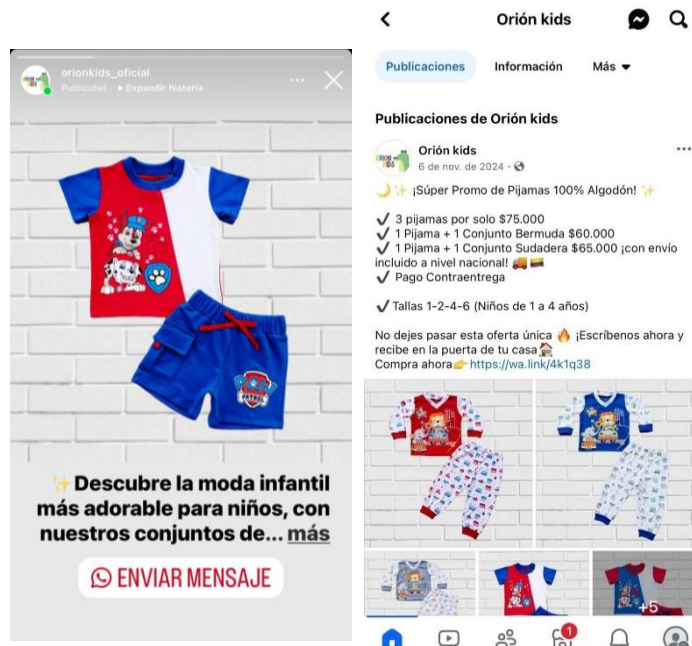
6.6 Lecciones aprendidas

Emprender no es tarea fácil. Cada día se presentan desafíos nuevos que ponen a prueba nuestra capacidad de adaptación, sin embargo, ver la respuesta positiva de las personas hacia aquello que con esfuerzo se construye, llena de orgullo tanto a nivel personal como empresarial, esta satisfacción, ese reconocimiento, nos recuerda porque empezamos.

El camino no ha sido lineal ni sencillo, el crecimiento, especialmente en términos de visibilidad en redes sociales como Instagram, ha representado y sigue representando un desafío importante. A pesar de ello, el gran recibimiento y la interacción positiva que hemos experimentado a través de Facebook nos reconforta y nos impulsa a seguir trabajando. Sabemos que construir confianza y darnos a conocer en un mercado tan competitivo requiere tiempo y esfuerzo, pero seguimos comprometidos a afrontar este reto con perseverancia.

La logística de envíos también ha presentado obstáculos, la modalidad de pago contra entrega, si bien facilita el acceso a nuestros productos, conlleva el riesgo de que algunos paquetes no sean recogidos y deban ser devueltos. Hemos decidido confiar en la comunidad que hemos construido y esperamos que esa confianza sea recíproca, adicionalmente en ocasiones hemos aplicado un anticipo para evitar las pérdidas que esto puede representar.

En ocasiones, la baja demanda, producto de factores que quizá no podemos controlar, nos ha llevado a momentos de estancamiento. Sin embargo, tal como se planteó en el plan de contingencia creado inicialmente, hemos implementado estrategias para contrarrestar esta situación. El lanzamiento de promociones y descuentos en aquellos productos con menor rotación, acompañado de una inversión en publicidad, nos ha permitido reactivar las ventas y mantener el flujo operativo.

Figura 47. Ejemplo promoción y publicidad

El crecimiento de nuestro emprendimiento no ha sido una línea recta ascendente; Como estudiante y joven emprendedor, he tenido que aprender a equilibrar las exigencias académicas y personales con la responsabilidad que conlleva un negocio. Ha sido un proceso de aprendizaje constante que me ha enseñado a priorizar, organizar y gestionar el tiempo de manera eficiente, pero sobre todo he aprendido a no desistir.

6.7 Próximos pasos de Orión Kids

A corto plazo, Orión Kids se enfocará en consolidar su compromiso social, como se había mencionado en el plan de negocio, mediante la búsqueda y establecimiento de una alianza estratégica con una fundación dedicada a la protección de familias vulnerables o al trabajo con niños. Esta colaboración pensada para implementar un programa de donación de prendas, incentivando a los clientes a devolver aquellas prendas que ya no utilicen o donde nosotros como empresa sedamos aquellas prendas que presenten defectos mínimos y no hayan sido

comercializadas. De esta manera, se buscando dar una segunda vida a nuestros productos y contribuir al bienestar de la comunidad, asimismo, se explorarán opciones logísticas para facilitar la recolección de las prendas donadas.

A largo plazo, tenemos como objetivo expandir la capacidad productiva mediante la ampliación del taller de fabricación y la contratación de personal local. Esta medida nos permitirá aumentar la producción para satisfacer la creciente demanda y generar empleo en la comunidad. Adicionalmente, se planea la apertura de un punto de venta físico propio, permitiendo así fortalecer la relación con los clientes y consolidar la presencia de Orión Kids en el mercado.

Referencias

- [1] C. d. C. d. Bucaramanga, «Informe Economico De Santander,» Bucaramanga, 2021.
- [2] I. y. T. Comercio, «PROCOLOMBIA,» 09 Febrero 2023. [En línea]. Available: <https://procolombia.co/colombiatrader/exportador/articulos/industria-textil-colombiana-y-su-crecimiento-traves-de-la-innovacion-y-la-competitividad>. [Último acceso: enero 2024].
- [3] EMR, «Mercado de Ropa para Niños en Colombia – Por Categoría de Producto (Ropa Superior, Ropa Inferior, Ropa Interior, Otros); Por Grupo de Consumidores (Bebés (0-12 meses), Niños Pequeños (1-3 años), Preescolar (3-5 años), Escolares (5-12 años)); Por Genero (N».
- [4] «Portal Euromonitor,» [En línea]. Available: <https://www-portal-euromonitor-com.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/portal/analysis/tab>. [Último acceso: 15 Diciembre 2023].
- [5] «Compitem 360.com,» [En línea]. Available: <https://compitem360.com/sitio/benchmarking/#/app>. [Último acceso: 13 04 2024].
- [6] A. d. Bucaramanga, «Nacimientos con redidencia en Bucaramanga. Año 2016 - 2023,» [En línea]. Available: https://www.bucaramanga.gov.co/centro_analitica/seriesDatos/index/21. [Último acceso: 20 01 2024].
- [7] DANE, «Geoportal,» Geovisor CNPV, 2018. [En línea]. Available: <https://geoportal.dane.gov.co/geovisores/sociedad/cnpv-2018/>.
- [8] K. T. V. G. Maria Alejandra Ureña Acero, «Elaboracion de un plan de negocio para la creacion de una empresa pasteleria mailo,» Bogota DC, 2021.

- [9] DANE, «GOV.CO,» [En línea]. Available:
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica#:~:text=Informaci%C3%B3n%20abril%202024,la%20anual%207%2C16%25..>

Apéndices

Apéndice A. RUT

DIAN		Formulario del Registro Único Tributario		001	
3. Concepto 02 Actualización		4. Número de formulario 141160046260		 	
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 1 0 0 5 3 6 9 6 7 3 0		6. DV 0		12. Dirección seccional Ingeniería y Arteses de Buenavista	
14. Buzón electrónico 4					
IDENTIFICACIÓN					
24. Tipo de contribuyente Persona natural o sucesión líquida		25. Tipo de documento Cédula de Ciudadanía		26. Número de identificación 1 0 0 5 3 6 9 6 7 3	
27. Lugar de expedición COLOMBIA		28. País 1 6 9		29. Departamento Santander	
30. Ciudad/Municipio Floridablanca		31. Primer apellido MEJIA		32. Segundo apellido LEON	
33. Primer nombre DANNA		34. Otro nombre CAMELA		35. Razón social ORIONKIDS	
36. Nombre comercial ORIONKIDS		37. Signo ORIONKIDS		38. País COLOMBIA	
39. Departamento Santander		40. Ciudad/Municipio Floridablanca		41. Dirección principal CR 4 Este # 25 - 40 AP 102	
42. Correo electrónico camimejia12.dn@gmail.com		43. Código postal 6 8 0 0 0 3		44. Teléfono 1 3 1 6 6 5 2 2 0 3 6	
45. Teléfono 2 3 1 7 2 2 3 1 7 8					
CLASIFICACIÓN					
Actividad económica		Ocupación		52. Número establecimiento	
46. Código 0 0 8 1		47. Fecha inicio actividad 2 0 2 2 0 1 0 1		48. Código 1 2	
49. Fecha inicio actividad		50. Código		51. Código	
Responsabilidades, Calidades y Atributos					
53. Código 5					
55. Impto. renta y contrib. régimen ordinario					
Usuarios aduaneros					
54. Código 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10					
Exportadores					
55. Forma		56. Tipo		57. Modo	
58. CPC		59. CPC		60. CPC	
IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT), tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación. Para uso exclusivo de la DIAN Si. Anexo ☐ NO ☒ 60. No. de folios: 0 La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantará los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso, contemplados del artículo 1.5.1.2.8 del Decreto 1870 del 2016. De igual manera al formalizar el trámite el usuario fue informado y acepta la política de tratamiento de datos ley 1581 de 2012. Firma del solicitante: Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: 994. Nombre MEJIA LEON DANNA CAMELA 995. Cargo CONTRIBUYENTE					

Apéndice B. Cámara de Comercio

Cámara de Comercio de Bucaramanga
CERTIFICADO DE MATRÍCULA DE PERSONA NATURAL
 Fecha expedición : 27/11/2024 - 13:0:44
 Recibo No. 11780938, Valor: \$3.700

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: WGX2B6D7F

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a
 WWW.CAMARADIRECTA.COM y digite el respectivo código, para que visualice la
 imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar
 de manera ilimitada, durante 90 días calendario contados a partir de la fecha
 de su expedición.

CLASIFICACIÓN DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS - CIIU

Actividad principal Código CIIU: 1410.

Descripción de la actividad económica reportada en el Formulario del Registro
 Único Empresarial y Social -RUES-: FABRICACION Y VENTA DE PRODUCTOS TEXTILES
 PARA NIÑOS

INFORMACION FINANCIERA

El comerciante matriculado reportó la siguiente información financiera, la cual
 corresponde a la última renovación de la matrícula mercantil, así:

Estado de situación financiera

Activo corriente:	\$10.730.000
Activo no corriente:	\$0
Activo total:	\$10.730.000
Pasivo corriente:	\$0
Pasivo no corriente:	\$0
Pasivo total:	\$0
Patrimonio neto:	\$10.730.000
Pasivo más patrimonio:	\$10.730.000

Estado de resultados

Ingresos actividad ordinaria:	\$0
Otros ingresos:	\$0
Costo de ventas:	\$0
Gastos operacionales:	\$0
Otros gastos:	\$0
Gastos por impuestos:	\$0
Utilidad operacional:	\$0
Utilidad neta:	\$0
Resultado del periodo:	\$0

RECURSOS CONTRA LOS ACTOS DE INSCRIPCIÓN

De conformidad con lo establecido en el Código de Procedimiento Administrativo
 y de lo Contencioso Administrativo y la Ley 962 de 2005, los actos
 administrativos de registro, quedan en firme dentro de los diez (10) días
 hábiles siguientes a la fecha de inscripción, siempre que no sean objeto de
 recursos. Para estos efectos, se informa que para la Cámara de Comercio de
 Bucaramanga, los sábados NO son días hábiles.

Una vez interpuestos los recursos, los actos administrativos recurridos quedan
 en efecto suspensivo, hasta tanto los mismos sean resueltos, conforme lo prevé
 el artículo 79 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso

Página 2 de 4



Cámara de Comercio de Bucaramanga
CERTIFICADO DE MATRÍCULA DE PERSONA NATURAL
 Fecha expedición : 27/11/2024 - 13:0:44
 Recibo No. 11780938, Valor: \$3.700

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: W0XA2B6D7F

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a WWW.CAMARADIRECTA.COM y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

CON FUNDAMENTO EN LA MATRÍCULA E INSCRIPCIONES EFECTUADAS EN EL REGISTRO MERCANTIL, LA CÁMARA DE COMERCIO CERTIFICA:

NOMBRE, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO

Nombre: MEJIA LEON DANNA CAMILA
 Identificación: 1005369673
 Nit: 1005369673-0
 Domicilio principal: Floridablanca

MATRÍCULA

Matrícula No. 05-687006-01
 Fecha de matrícula: 27 de Noviembre de 2024
 Último año renovado: 2024
 Fecha de renovación: 27 de Noviembre de 2024
 Grupo NIIF: GRUPO III. MICROEMPRESAS

UBICACIÓN

Dirección del domicilio principal: Carrera 4E # 25 - 40 Barrio LA CUMBRE
 Municipio: Floridablanca - Santander
 Correo electrónico: dannacamila.mejia@ustabuca.edu.co
 Teléfono comercial 1: 3166522036
 Teléfono comercial 2: No reportó
 Teléfono comercial 3: No reportó

Dirección para notificación judicial: Carrera 4E # 25 - 40 Barrio LA CUMBRE
 Municipio: Floridablanca - Santander
 Correo electrónico de notificación: dannacamila.mejia@ustabuca.edu.co
 Teléfono para notificación 1: 3166522036
 Teléfono para notificación 2: No reportó
 Teléfono para notificación 3: No reportó

La persona natural MEJIA LEON DANNA CAMILA SI autorizó recibir notificaciones personales a través de correo electrónico, de conformidad con lo establecido en los artículos 291 del Código General del Proceso y 67 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

Cámara de Comercio de Bucaramanga
CERTIFICADO DE MATRÍCULA DE PERSONA NATURAL
 Fecha expedición : 27/11/2024 - 13:0:44
 Recibo No. 11780938, Valor: \$3.700

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: WQXA2B6D7F

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a WWW.CAMARADIRECTA.COM y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

 Administrativo.

A la fecha y hora de expedición de este certificado, NO se encuentra en curso ningún recurso.

ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO

A nombre de la persona natural figura(n) matriculado(s) en esta Cámara de Comercio de Bucaramanga el(los) siguiente(s) establecimiento(s) de comercio:

Nombre:	ORIONKIDS
Matricula No:	687007
Fecha de matrícula:	27 de Noviembre de 2024
Último año renovado:	2024
Dirección:	Carrera 4E # 25 - 40 Barrio LA CUMBRE
Municipio:	Floridablanca - Santander

Si desea obtener información detallada de los anteriores establecimientos de comercio o de aquellos matriculados en una jurisdicción diferente a la del propietario, deberá solicitar el certificado de matrícula mercantil del respectivo establecimiento de comercio.

La información correspondiente a los establecimientos de comercio, agencias y sucursales, que la persona jurídica tiene matriculados en otras cámaras de comercio del país, podrá consultarla en www.rues.org.co.

TAMAÑO EMPRESARIAL

De conformidad con lo previsto en el artículo 2.2.1.13.2.1 del Decreto 1074 de 2015 y la resolución 2225 de 2019 del DANE, el tamaño de la empresa es :
 Micro Empresa

Lo anterior de acuerdo a la información reportada por el matriculado o inscrito en el formulario RUES:

Ingresos por Actividad Ordinaria: \$0

Actividad económica por la que percibió mayores ingresos en el periodo:
 CIIU: 1410

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

No aparece inscripción posterior de documentos que modifique lo antes enunciado

Cámara de Comercio de Bucaramanga
CERTIFICADO DE MATRÍCULA DE PERSONA NATURAL
Fecha expedición : 27/11/2024 - 13:0:44
Recibo No. 11780938, Valor: \$3.700

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: WQXA2B6D7F

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a WWW.CAMARADIRECTA.COM y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

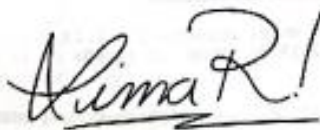
El presente certificado no constituye conceptos favorables de uso de suelo, normas sanitarias y de seguridad.

Este certificado refleja la situación jurídica registral de la persona natural, a la fecha y hora de su expedición.

Importante: la firma digital del secretario de la Cámara de Comercio de Bucaramanga contenida en este certificado electrónico se encuentra emitida por una entidad de certificación abierta autorizada y vigilada por la superintendencia de industria y comercio, de conformidad con las exigencias establecidas en la ley 527 de 1999.

En el certificado se incorporan tanto la firma mecánica que es una representación gráfica de la firma del secretario de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, como la firma digital y la respectiva estampa cronológica, las cuales podrá verificar a través de su aplicativo visor de documentos pdf.

No, obstante si usted expidió el certificado a través de la plataforma virtual puede imprimirlo desde su computador con la certeza de que fue expedido por la Cámara de Comercio de Bucaramanga. La persona o entidad a la que usted le va a entregar el certificado puede verificar, por una sola vez, su contenido ingresando a www.camaradirecta.com opción certificados electrónicos y digitando el código de verificación que se encuentra en el encabezado del presente documento. El certificado a validar corresponde a la imagen y contenido del certificado creado en el momento en que se generó en las ventanillas o a través de la plataforma virtual de la cámara.



Lina María Rodríguez Buitrago

Apéndice C. Contratos redactados por la empresa



CONTRATO DE OBRA O LABOR

Entre:
Orion Kids, identificado con NIT 1005369673-0, domiciliado en cra4e#25-40 Floridablanca, Santander, en adelante **"EL CONTRATANTE"**;

Y:
[Nombre del taller satélite o persona natural], identificado(a) con [tipo y número de documento de identificación], domiciliado(a) en [dirección de residencia], en adelante **"EL CONTRATISTA"**;

Han convenido lo siguiente:

Cláusulas:

PRIMERA. Objeto de contrato: EL CONTRATISTA se obliga a realizar la confección de prendas de vestir para niños, según las especificaciones y diseños proporcionados por EL CONTRATANTE. Esto incluye [especificaciones de las prendas, tallas, cantidades].

SEGUNDA. Suministro de materiales: EL CONTRATANTE proporcionará la tela principal, ya cortada y lista para la confección. EL CONTRATISTA será responsable de suministrar los demás insumos necesarios para la confección de las prendas, tales como hilos, botones, etc.

TERCERA. Precio y forma de pago: EL CONTRATANTE pagará a EL CONTRATISTA la suma de [se especifica el precio por prenda o por lote de prendas], por la confección de las prendas establecidas en la cláusula primera. El pago será contra entrega.

CUARTA. Plazo de entrega: El contratista se compromete a entregar las prendas confeccionadas en un plazo máximo de dos semanas, contados a partir del día siguiente a la entrega de la tela por parte de EL CONTRATANTE. En caso de que EL CONTRATISTA no entregue las prendas confeccionadas en el plazo estipulado en esta cláusula, deberá pagar a EL CONTRATISTA una pena diaria de [se especifica el valor] por cada día de retraso. Esta pena se causará a partir del día siguiente al vencimiento del plazo y hasta la entrega efectiva de las prendas.

QUINTA. Calidad de las prendas: EL CONTRATISTA se compromete a realizar la confección de las prendas con la calidad y especificaciones requeridas por EL CONTRATANTE, como lo son:

- **Costuras:** Bien hechas, rectas, sin hilos sueltos y que no se deshilachen fácilmente. Las costuras deben ser reforzadas en área de mayor tensión, como sisas, entrepiernas y hombros.
- **Acabados:** Verifica que los acabados sean limpios y prolijos, sin hilos sueltos, etiquetas mal cosidas, cierres defectuosos, hoyos en la tela, etc.
- **Simetría:** Las prendas deben ser simétricas, es decir, que todas las partes de las prendas deben estar equilibradas y proporcionadas.
- **Tallas:** Las tallas deben corresponder a las medidas estándar.

En caso de que las prendas confeccionadas por EL CONTRATISTA no cumplan con los estándares de calidad especificados en este anexo, EL CONTRATANTE podrá rechazar las prendas y exigir su corrección o la confección de nuevas prendas. En el caso de que no se responda por los imperfectos, EL CONTRATANTE podrá descontar el valor de cada prenda defectuosa del valor total a cancelar a EL CONTRATISTA.

SEXTA. Propiedad intelectual: Los diseños y especificaciones de las prendas son propiedad exclusiva de EL CONTRATANTE. EL CONTRATISTA se compromete a no utilizar ni divulgar esta información a terceros.



CONTRATO DE OBRA O LABOR

SÉPTIMA. Incumplimiento: En caso de incumplimiento por parte de EL CONTRATISTA de cualquier obligación, EL CONTRATANTE podrá dar por terminado el contrato y exigir el pago de los perjuicios causados.

OCTAVA. Ley aplicable y jurisdicción: Este contrato se regirá por las leyes de la República de Colombia. Cualquier diferencia o controversia que surja de este contrato será resuelta por los jueces competentes de Bucaramanga.

NOVENA. DURACIÓN: Este contrato tendrá una duración igual al tiempo necesario para la completa ejecución de la obra o labor contratada.

Para efectos de lo anterior y en señal de aprobación, firman las partes intervinientes el día [] del mes [] del año [].

EL CONTRATANTE

EL CONTRATISTA



CONTRATO A TERMINO FIJO

Entre:

Orion Kids, identificado con NIT 1005389873-0, domiciliado en cra4e#25-40 Floridablanca, Santander, en adelante "EL CONTRATANTE",

Y:

[Nombre de persona natural], identificado(a) con [tipo y número de documento de identificación], domiciliado(a) en [dirección de residencia], en adelante "EL CONTRATISTA",

Han convenido lo siguiente:

Cláusulas:

PRIMERA. Objeto de contrato: EL TRABAJADOR se obliga a prestar sus servicios personales al EMPLEADOR, desempeñando el cargo de CORTADOR, cuyas funciones principales son:

- Corte de la materia prima (Tela).
- Despacho y entrega de la materia prima para el ensamble a los trabajadores del taller satélite.
- Inspección del producto terminado una vez el taller satélite lo devuelva al punto principal.
- Empaque del producto terminado y su almacenamiento.
- Control de inventario.
- Recolección del insumo principal (Tela).
- Ensamble de las muestras de conjuntos una vez se quieran sacar nuevos productos.

SEGUNDA. Terminación del contrato: El presente contrato tendrá una duración de seis meses, contados a partir del [fecha de inicio]. Este plazo podrá ser prorrogado por períodos iguales o inferiores, previo acuerdo entre las partes.

TERCERA. Remuneración: EL EMPLEADOR pagará a EL TRABAJADOR un salario mensual de [se especifica el valor], pagadero los días 30 de cada mes. Este salario incluye el auxilio de transporte, si a ello hubiere lugar y todas las prestaciones sociales de ley.

CUARTA. Horario de trabajo: EL TRABAJADOR cumplirá un horario de trabajo de 40 horas semanales, distribuidas de lunes a viernes, en horarios que serán establecidos por EL EMPLEADOR de acuerdo con las necesidades de la empresa.

QUINTA. Lugar de trabajo: EL TRABAJADOR prestará sus servicios en cra4e#25-40 Floridablanca, Santander, punto principal de la empresa.

SEXTA. Subordinación: EL TRABAJADOR estará a disposición a las órdenes e instrucciones de EL EMPLEADOR o de la persona que este designe, en lo relacionado con el desempeño de sus funciones.

SÉPTIMA. Confidencialidad: EL TRABAJADOR se compromete a mantener la confidencialidad de toda la información a la que tenga acceso en razón de su trabajo, incluyendo información sobre clientes, proveedores, productos y procesos de la empresa.

OCTAVA. Propiedad intelectual: Los diseños y muestras de conjuntos que EL TRABAJADOR colabore en el marco de este contrato serán propiedad exclusiva de EL EMPLEADOR.

NOVENA. Terminación del contrato: Este contrato podrá ser terminado por cualquiera de las partes, previo aviso escrito a la otra parte con una antelación no inferior a 30 días. En caso de terminación unilateral por parte de EL EMPLEADOR sin justa causa, EL TRABAJADOR tendrá derecho a las indemnizaciones legales correspondientes.



CONTRATO DE OBRA O LABOR

DÉCIMA. Ley aplicable y jurisdicción: Este contrato se regirá por las leyes de la República de Colombia. Cualquier diferencia o controversia que surja de este contrato será resuelta por los jueces competentes de Bucaramanga.

UNDÉCIMA. Incumplimiento por EL TRABAJADOR: Se considerará incumplimiento de labores por parte de EL TRABAJADOR cualquiera de las siguientes situaciones:

Incumplimiento injustificado de las obligaciones establecidas en la cláusula primera del presente contrato, incluyendo, pero no limitándose a:

- Retrasos reiterados e injustificados en la entrega de la materia prima a los talleres satélites.
 - Negligencia en la inspección de los productos terminados, resultando en la aceptación de prendas defectuosas.
 - Errores graves y repetidos en el corte de la tela, generando pérdidas de material.
 - Incumplimiento de las instrucciones dadas por EL EMPLEADOR en relación con el diseño de muestras.
- Actos de insubordinación o indisciplina frente a EL EMPLEADOR o sus representantes.

Revelación a terceros de información confidencial de EL EMPLEADOR, incluyendo, pero no limitándose a información sobre proveedores, productos y procesos.

Hurto o apropiación indebida de bienes de EL EMPLEADOR, incluyendo, pero no limitándose a materia prima, herramientas, productos terminados o dinero.

En caso de incumplimiento de labores por parte de EL TRABAJADOR, EL EMPLEADOR podrá tomar las siguientes medidas, de acuerdo con la gravedad de la falta:

- Llamado de atención verbal o escrito.
- Suspensión del contrato de trabajo sin remuneración por un periodo de hasta 7 días.
- Terminación del contrato de trabajo con justa causa, de conformidad con lo establecido en el Código Sustantivo del Trabajo.

Antes de aplicar cualquier sanción, EL EMPLEADOR, informará por escrito a EL TRABAJADOR sobre el presunto incumplimiento y le dará la oportunidad de presentar sus descargos dentro de un plazo de 2 días.

Para efectos de lo anterior y en señal de aprobación, firman las partes intervinientes el día [] del mes [] del año [].

EL CONTRATANTE

EL CONTRATISTA

Apéndice D. Base de datos ventas Orión Kids

User Dashboard

https://99envios.online/user

Importar favoritos Gmail YouTube Traducir Noticias Acer Amazon Booking.com Facebook

Dashboard

Módulo BETA

Novedades

Recolección

Guías Unitarias

Guías Masivo

Envíos Completos

Cartera Completa

Recargas

Tutoriales

Logout

Envíos completos

¡uía. Después, presiona Ctrl+C para copiarlo

Search:

Numero de guía	Producto	Destinatario	Direccion	Telefono	Ciudad	Valor
1013293440	ropa infantil	YEITZA SALMERON	Calle 8C # 31-28 Barri...	3244096075	SANTA MARTA	\$ 75000
1013294434	ropa infantil	ADA LUZ RIVERA	oficina interrapi...	3235942910	URIBIA	\$ 75300
1013295099	ropa infantil	KARINA FLOREZ	Manzana 43 Lote 10 Ba...	3014785335	CARTAGENA	\$ 112000
1013303198	ropa infantil	ANDREA HERNANDEZ	Ci 61AA CR 103D-10 Ro...	9223372036854775807	MEDELLIN	\$ 155000
1013306313	ropa infantil	YORLEIDYS ALMEIRA	Calle 8 Cra 9B Casa 2...	3001943039	ARACATACA	\$ 86000
1013321506	ropa infantil	DAYANA SARAVIA	Carrera 10B Calle 111-71...	3218145117	SANTA MARTA	\$ 75300
1013258536	ropa infantil	DORA NELSY HERNANDEZ	oficina interrapi...	3125468300	CAQUEZA	\$ 35000
1013259000	ropa infantil	MARIA CASTELLAR	oficina interrapi...	3147293304	FUNDACIÓN	\$ 80000
1013262657	ropa infantil	JULIANA YANEZ	Calle 6A # 22-96 Barri...	3227432123	AGUACHICA	\$ 150000
1012978050	ropa infantil	MARTHA VARGAS	Manzana 5 Bloque A A...	3117565270	TURBO	\$ 420000

Panel de

ESP LAA

3:37 p.m.
10/02/2025

User Dashboard

https://99envios.online/user

Importar favoritos Gmail YouTube Traducir Noticias Acer Amazon Booking.com Facebook

Dashboard

Módulo BETA

Novedades

Recolección

Guías Unitarias

Guías Masivo

Envíos Completos

Cartera Completa

Recargas

Tutoriales

Logout

Envíos completos

¡uía. Después, presiona Ctrl+C para copiarlo

Search:

Numero de guía	Producto	Destinatario	Direccion	Telefono	Ciudad	Valor
1013713607	ropa infantil	CESAR ACOSTA	oficina interrapi...	3106709030	EL BAGRE	\$ 160000
1013735232	ropa infantil	DAYANA BETRUZ	Diagonal 4 # 6-42 Bar...	3045992284	MONTERÍA	\$ 107000
1013577685	ropa infantil	AYDE LIZBETH ANDRADE	Manzana 3 Casa 10 Ba...	3209128552	ORITO	\$ 50100
1013582809	ropa infantil	DAYANA VILORIA	oficina interrapi...	3227652535	EL TARRA	\$ 96500
1013492773	ropa infantil	DAYANA SARAVIA	Carrera 10B Calle 111-71...	3218145117	SANTA MARTA	\$ 75300
1013406811	ropa infantil	SAIJUMAR MUÑOZ	Calle 15B # 3A-35 Barr...	3143805122	VILLA DE SAN DIEGO DE ...	\$ 75300
1013412465	ropa infantil	YESSICA VALENCIA	Carrera 20 # 1-64 barr...	3226378091	BUENAVENTURA	\$ 85300
1013349015	ropa infantil	TANIA MARISELA SAND...	Cra 30 # 1-850 Clínica...	3244076783	PUERTO COLOMBIA	\$ 75300
1013352270	ropa infantil	KELLY OBANDO	Calle 3 # 10-02 Barrio ...	3145670147	OLAYA HERRERA	\$ 90000
1013357551	ropa infantil	YURANI ESPAÑA	oficina interrapi...	3164891907	SAN ANDRES DE TUMA...	\$ 210000

Previous 1 4 5 6 38 Next

https://99envios.online/user#

ESP LAA

3:43 p.m.
10/02/2025

Módulo BETA

Novedades

Recoleccion

Guías Unitarias

Guías Masivo

Envíos Completos

Cartera Completa

Recargas

Tutoriales

Logout

Search:

mero de guía	Producto	Destinatario	Direccion	Telefono	Ciudad	Valor
1014017282	ropa infantil	DINALUZ RAMOS	oficina interrapiidísimo	3105364260	BUENAVISTA	\$ 85000
1014020542	ropa infantil	JESUS BROCHERO	Calle 14E # 20-35 Barri...	0223372036854775807	RIOHACHA	\$ 85000
1013930728	ropa infantil	SOFIA PATRICIO	oficina interrapiidísimo	3134198175	FLORENCIA	\$ 80000
1013949042	ropa infantil	RICARDO HERNANDEZ	oficina interrapiidísimo	3117931250	SAN JUAN DEL CESAR	\$ 80300
1013966254	ropa infantil	ELIANIS SEGUNDO	oficina interrapiidísimo	3144006884	PUERTO GAITÁN	\$ 160000
1013909240	ropa infantil	YERMAN ALEXIS LANDA...	oficina interrapiidísimo	3136922502	52215002	\$ 90000
1013862742	ropa infantil	ELCY GARCIA	oficina interrapiidísimo	3184761176	52215002	\$ 90000
1013799604	ropa infantil	ANA MILENA ARIAS	Casa C 25 Conjunto L...	3233469910	VALLEDUPAR	\$ 90000
1013800112	ropa infantil	ANA MILENA ARIAS	Casa C25 Conjunto La...	3233469910	VALLEDUPAR	\$ 90000
1013800824	ropa infantil	TANIA MARISELA SAND...	Cra 30 # 1-850 Clínica...	3244076783	PUERTO COLOMBIA	\$ 75300

Previous12345...38Next

ESP LAA

3:43 p. m. 10/02/2023

Módulo BETA

Novedades

Recoleccion

Guías Unitarias

Guías Masivo

Envíos Completos

Cartera Completa

Recargas

Tutoriales

Logout

Search:

mero de guía	Producto	Destinatario	Direccion	Telefono	Ciudad	Valor
1014608841	ropa infantil	PATRICIA DEL CARMEN ...	Calle 29 # 18-12 Barrio...	3204035755	SAMPUÉS	\$ 80000
1014519550	ropa infantil	NEIDA VILLALOBO	Calle 5D # 22-22 Barri...	3203315506	LA CEJA	\$ 80000
1014468479	ropa infantil	OLGA PEREZ	oficina interrapiidísimo	320632416	CAREPA	\$ 160000
1014469913	ropa infantil	MARIA CASTILLO	Alameda del Río - Co...	3128497913	BARRANQUILLA	\$ 80000
1014335975	ropa infantil	MARIA CAMILA RODRIG...	Manzana 35 Casa 4 B...	3114084738	IBAGUÉ	\$ 188000
1014337424	ropa infantil	MARIA CAMILA RODRIG...	Manzana 35 Casa 4 PL...	3114084738	IBAGUÉ	\$ 188000
1014288984	ropa infantil	YAQUELINE ANTIPARA	Calle 3 # 6A-15 Sur Ba...	3136564342	PAZ DE ARIPORO	\$ 80300
1014314873	ropa infantil	SIRLEY TABORDA	oficina interrapiidísimo	3137744027	SAN PEDRO DE URABA	\$ 100000
1014012364	ropa infantil	ESTEBAN DAVID TARIFF ...	Calle 17 # 14-04 Barrio...	3217658595	CAUCASIA	\$ 85000
1014012814	ropa infantil	SAURI ALEMAN	oficina interrapiidísimo	3145442748	TIERRALTA	\$ 85000

Previous12345...38Next

ESP LAA

3:44 p. m. 10/02/2023

User Dashboard x WhatsApp x +

https://99envios.online/user

Importar favoritos Gmail YouTube Traducir Noticias Acer Amazon Booking.com Facebook

Módulo BETA

Novedades

Recoleccion

Guías Unitarias

Guías Masivo

Envíos Completos

Cartera Completa

Recargas

Tutoriales

Logout

Search:

Numero de guía	Producto	Destinatario	Direccion	Telefono	Ciudad	Valor
1015564419	ropa infantil	ROSALIA RAMOS	Calle 72g # 3N-50 Pr...	3176200236	CALI	\$ 90000
1015435920	ropa infantil	TOMAS QUINTERO	oficina interrapi...	3137616066	NECOCLÍ	\$ 90000
1015375649	ropa infantil	ALEXANDRA CABRERA	Cra 11 # 3-123 Barrio AL...	3173983196	CARTAGENA DEL CHAIRÁ	\$ 90000
1014893807	ropa infantil	INGRID NATHALY FARFAN	Diagonal 7 # 2-24 Bar...	3243264788	TUTA	\$ 85000
1014798066	ropa infantil	KELLY JOHANA MARTINEZ	oficina interrapi...	3124421909	CANTAGALLO	\$ 80000
1014682796	ropa infantil	NIRANIS LIZCANO	oficina interrapi...	3113504215	BOSCONIA	\$ 80000
1014651786	ropa infantil	DINA ZABALA	oficina interrapi...	3205371859	EL BAGRE	\$ 85000
1014573902	ropa infantil	NATALIA RANGEL	oficina interrapi...	3234138748	SAN SEBASTIÁN DE BUE...	\$ 80000
1014587989	ropa infantil	INGRI PAOLA OSORIO	oficina interrapi...	3127201646	OVEJAS	\$ 80300
1014591912	ropa infantil	LUZ ADRIANA LABIO	oficina interrapi...	3165544265	CALOTO	\$ 80300

Previous 1 2 3 4 5 ... 38 Next

Buscar

ESP LAA

3:44 p. m. 10/02/2023

User Dashboard x WhatsApp x +

https://99envios.online/user

Importar favoritos Gmail YouTube Traducir Noticias Acer Amazon Booking.com Facebook

Módulo BETA

Novedades

Recoleccion

Guías Unitarias

Guías Masivo

Envíos Completos

Cartera Completa

Recargas

Tutoriales

Logout

Search:

Numero de guía	Producto	Destinatario	Direccion	Telefono	Ciudad	Valor
1016636352	ropa infantil	JANETH ROCIO SANDO...	oficina interrapi...	3118092239	SAN VICENTE DE CHUC...	\$ 123400
1015877918	ropa infantil	CLAUDIA ANDREA ZAPA...	oficina interrapi...	3135194786	TARAZÁ	\$ 79000
1015883470	ropa infantil	DORA NELCY HERNAND...	oficina interrapi...	3125468300	CAQUEZA	\$ 50000
1015833895	ropa infantil	KATTY PEDROZO	oficina interrapi...	3026937884	GUAMAL	\$ 160000
1015801411	ropa infantil	NANCY NISPERUZA	oficina interrapi...	3142392844	EL BAGRE	\$ 86000
1015804855	ropa infantil	DERCY URBANO	Km 7 Via Morichal Hot...	3228516156	YOPAL	\$ 86000
1015733812	ropa infantil	ADRIANA SUAREZ	oficina interrapi...	3224727124	CUCUTILLA	\$ 86000
1015688576	ropa infantil	DARLY DISNEY BUSTOS	oficina interrapi...	3207532598	CIMITARRA	\$ 86000
1015696215	ropa infantil	JANETH ROCIO SANDO...	oficina interrapi...	3118092239	SAN VICENTE DE CHUC...	\$ 230000
1015557002	ropa infantil	KEYLEM MARGARITA RIV...	Kra 18 # 8-44 Barrio P...	3122988926	ZAMBRANO	\$ 90000

Previous 1 2 3 4 5 ... 38 Next

Buscar

ESP LAA

3:44 p. m. 10/02/2023

Web interface showing a list of completed shipments (Envíos completos) for the company. The table displays details for 10 shipments, including tracking numbers, dates, products, and delivery status.

Código	Fecha envío	Número de guía	Producto	Destinatario	Dirección	Teléfono	Ciudad	Valor	Fecha	Credito	Estado	Fecha Actualizado	PDF
98675	2024-11-28	610788701	Ropa infantil	Diana Anaya	Calle 93cc 22-28 Barrio Moravia	3122672627	MEDULLIN/MEDULLIN	80000	14079.74	No	Merancia no despachada por el remitente	2024-12-09	Ver PDF
98675	2024-11-28	610788634	Ropa infantil	Diana Anaya	Calle 93cc 22-28	3122672627	MEDULLIN/MEDULLIN	80000	14079.74	No	Merancia no despachada por el remitente	2024-12-09	Ver PDF
98675	2024-11-28	610754545	Ropa infantil	Lucio Sobalza	Casa 10 Villa Mario	3262263552	TURBACO/TURBACO	100000	17468.46	No	Envío entregado al destinatario	2024-12-04	Ver PDF
98675	2024-11-28	610736224	Ropa infantil	Maria Ricardo	Cra 11C # 10-50 Barrio Soledad 2000	3146765233	SOLEDAD/SOLEDAD	50000	1202.59	No	Envío entregado al destinatario	2024-12-02	Ver PDF
98675	2024-11-28	610723476	Ropa infantil	Alexandra Morn	Calle 101 DO 14-2 Barrio Picocho	3136766988	MEDULLIN/MEDULLIN	60000	11301.63	No	Envío entregado al destinatario	2024-11-28	Ver PDF
98675	2024-11-28	610727252	Ropa infantil	Cristina Quamán	Kv 5 185A-15 Nv 2 Casa 14 Barrio Cofre	3214045035	BOGOTÁ, D.C./BOGOTÁ, DISTRITO CAPITAL	60000	12300.63	No	Envío entregado al destinatario	2024-11-27	Ver PDF
98675	2024-11-28	610727554	Ropa infantil	Luz Corderos	Manzanera Q. Lote 9 Barrio Mirador de la Bahía	3075125195	CARTAGENA DE INDIAS/CARTAGENA DE INDIAS, DISTRITO TURISTICO Y CULTURAL	70000	1272.06	No	Envío entregado al destinatario	2024-12-07	Ver PDF

Web interface showing a list of completed shipments (Envíos completos) for the company. The table displays details for 10 shipments, including tracking numbers, dates, products, and delivery status.

Código	Fecha envío	Número de guía	Producto	Destinatario	Dirección	Teléfono	Ciudad	Valor	Fecha	Credito	Estado	Fecha Actualizado	PDF
98675	2020-02-01	6105647	Ropa infantil	Diana Anaya	Calle 93CC 588B-23 Barrio Moravia	3122672627	MEDULLIN/MEDULLIN	76000	10813.72	No	Envío entregado al destinatario	2020-02-06	Ver PDF
98675	2020-02-01	6105640	Ropa infantil	Diana Anaya	Calle 93CC 588B-23 Barrio Moravia	3122672627	MEDULLIN/MEDULLIN	60000	10160.08	No	Merancia no despachada por el remitente	2020-02-10	Ver PDF
98675	2024-12-31	61026552	Ropa infantil	Hernández Pineda	Km 45 Calle 18A-136	3248759481	CENASA/CENASA	118600	20137.28	No	Envío entregado al destinatario	2020-01-04	Ver PDF
98675	2024-12-31	61026538	Ropa infantil	Hernández Pineda	Km 45 Calle 18A-136	3248759481	CENASA/CENASA	120000	18866.17	No	Merancia no despachada por el remitente	2020-01-09	Ver PDF
98675	2024-12-19	61036220	Ropa infantil	Ariana Amaris	Cra 28B Calle 73A-14 Primer Piso Barrio Alfonso Bonillo Aragón	3122423351	CAJ/SANTIAO DE CAL DISTRITO ESPECIAL DEPORTIVO, CULTURAL, TURISTICO, EMPRESARIAL Y DE SERVICIOS	90000	14779.10	No	Envío entregado al destinatario	2024-12-24	Ver PDF
98675	2024-12-09	61061724	Ropa infantil	Dino Luz Polo	Cra 108 Sur # 47C-17 Barrio Graceland	3042054288	BARRANQUILLA/BARRANQUILLA DISTRITO ESPECIAL INDUSTRIAL Y PORTUARIO	75000	1373.06	No	Envío entregado al destinatario	2024-12-10	Ver PDF
98675	2024-12-04	61068871	Ropa infantil	Eduar Pava	Cra 67 31-37 Barrio Chigra (Favignán)	3101365858	CARTAGENA DE INDIAS/CARTAGENA DE INDIAS DISTRITO TURISTICO Y CULTURAL	110000	20960.24	No	Envío entregado al destinatario	2024-12-10	Ver PDF
98675	2024-12-02	61063030	Ropa infantil	Dayana Campos	Cra 140B # 143-33 Rubia Bilius	3013889608	BOGOTÁ, D.C./BOGOTÁ, DISTRITO CAPITAL	100000	17468.46	No	Envío entregado al destinatario	2024-12-05	Ver PDF
98675	2024-11-30	61062421	Ropa infantil	Mónica Mejía	Cra 64C #7B-580 Local 319 Terminal del Norte Estación Corbe	3238470760	MEDULLIN/MEDULLIN	75000	1373.06	No	Envío entregado al destinatario	2024-12-07	Ver PDF
98675	2024-11-30	610791885	Ropa infantil	Diana Anaya	Calle 93cc 588B-23 Barrio Moravia	3122672627	MEDULLIN/MEDULLIN	80000	14079.74	No	Envío entregado al destinatario	2024-12-03	Ver PDF

User Dashboard

WhatsApp

Ultima Milla

https://99envios.app/envios-completos

Importar favoritos

Gmail

YouTube

Traducir

Noticias

Acer

Amazon

Booking.com

Facebook

Código	Fecha envío	Número de guía	Producto	Destinatario	Dirección	Teléfono	Ciudad	Valor	Fecha	Credito	Estado	Fecha Actualización	PDF
99876	2024-11-20	24029358983	Ropa infantil	Yorgenis Velazquez	oficina intermediaria	3205418341	SAN JOSE DE URE/SAN JOSE DE URE	75000	10867.48	No	Entregado	2024-12-01	Ver PDF
99876	2024-11-20	24029358983	Ropa infantil	Yorgenis Velazquez	oficina intermediaria	3205418341	SAN JOSE DE URE/SAN JOSE DE URE	75000	10867.48	No	Creado	2024-12-03	Ver PDF
99876	2024-11-20	24029357760	Ropa infantil	Yormanis Martinez	oficina intermediaria	318972881	CHIMA/CHIMA	75000	12292.00	No	Entregado	2024-11-25	Ver PDF
99876	2024-11-19	24029354658	Ropa infantil	Luz Helena Ramos	oficina intermediaria	314610392	NORCASA/NORCASA	100000	17669.92	No	Entregado	2024-11-25	Ver PDF
99876	2024-11-20	24029354325	Ropa infantil	Martiana Panto	Calle 6 # 3-15 Barrio Las Villas	312227868	GUAMAL/GUAMAL	75000	10867.48	No	Entregado	2024-11-02	Ver PDF
99876	2024-11-19	24029356443	Ropa infantil	Orlando Moramay	Calle 2 A # 180-40 Barrio Ponce	314072469	SANTA MARTA/SANTA MARTA, DISTRITO TURISTICO, CULTURAL E HISTORICO	75000	10867.48	No	Entregado	2024-11-23	Ver PDF
99876	2024-11-19	24029358824	Ropa infantil	Ivan Salazar	oficina intermediaria	318547634	AMAGA/AMAGA	100000	17312.08	No	Devolucion Regional	2024-12-07	Ver PDF
99876	2024-11-14	24029356733	Ropa infantil	Yuliana Ramos	Calle 17 Cra 11 Barrio Libertadores Local Punta Penol	322310892	ENRIDA/ENRIDA	200000	34352.14	No	Entregado	2024-11-27	Ver PDF
99876	2024-11-02	24029377604	Ropa infantil	Carmen Urbina	oficina de servientrega	320703248	URBIA/URBIA	100000	20776.12	No	Anulado	2024-12-03	Ver PDF
99876	2025-02-05	616142347	Ropa infantil	Neomaidis Perez	Nº 45 Calle 180 # 136 Barrio Nuevo Pinaros Casa Esquina	3024881609	CINADA/CINADA	170000	24454.52	No	Envío programado	2025-02-05	Ver PDF

User Dashboard

WhatsApp

Ultima Milla

https://99envios.app/envios-completos

Importar favoritos

Gmail

YouTube

Traducir

Noticias

Acer

Amazon

Booking.com

Facebook

Código	Fecha envío	Número de guía	Producto	Destinatario	Dirección	Teléfono	Ciudad	Valor	Fecha	Credito	Estado	Fecha Actualización	PDF
99876	2024-11-21	24029340289	Ropa infantil	Maria Martinez	TV 02 #150-135 Barrio Ondas del Caribe	3105369889	SANTA MARTA/SANTA MARTA, DISTRITO TURISTICO, CULTURAL E HISTORICO	75000	10867.48	No	Entregado	2024-11-23	Ver PDF
99876	2024-11-21	24029340289	Ropa infantil	Maria Martinez	TV 02 #150-135 Barrio Ondas del Caribe	3105369889	SANTA MARTA/SANTA MARTA, DISTRITO TURISTICO, CULTURAL E HISTORICO	75000	10867.48	No	Creado	2024-12-03	Ver PDF
99876	2024-11-20	24029338263	Ropa infantil	Elania Segundo	oficina intermediaria	3144008884	PUERTO GATIAN/PUERTO GATIAN	75000	10867.48	No	Entregado	2024-11-23	Ver PDF
99876	2024-11-20	24029338205	Ropa infantil	Regina Puchaina	oficina intermediaria	3216170274	URBIA/URBIA	95000	10558.96	No	Entregado	2024-12-01	Ver PDF
99876	2024-11-20	24029331976	Ropa infantil	Regina Puchaina	oficina intermediaria	3216170274	URBIA/URBIA	95000	10558.96	No	Creado	2024-12-03	Ver PDF
99876	2024-11-20	24029336793	Ropa infantil	Regina Puchaina	oficina intermediaria	3216170274	URBIA/URBIA	95000	10558.96	No	Creado	2024-12-03	Ver PDF
99876	2024-11-20	24029326198	Ropa infantil	Luz Melicio Aguilera	oficina intermediaria	3197281979	VOLCIMO/VOLCIMO	75000	10867.48	No	Entregado	2024-11-25	Ver PDF
99876	2024-11-20	24029330542	Ropa infantil	Airto Zambrano	Calle 1 Sur # 3-16 Barrio San Francisco	3165498181	PUERTO VELCHES/PUERTO VELCHES	180000	18230.32	No	Entregado	2024-11-23	Ver PDF
99876	2024-11-20	24029330052	Ropa infantil	Airto Zambrano	Calle 1 Sur # 3-16 Barrio San Francisco	3165498181	PUERTO VELCHES/PUERTO VELCHES	180000	18230.32	No	Creado	2024-12-03	Ver PDF
99876	2024-11-20	24029330014	Ropa infantil	Airto Zambrano	Calle 1 Sur # 3-16 Barrio San Francisco	3165498181	PUERTO VELCHES/PUERTO VELCHES	180000	18230.32	No	Creado	2024-12-03	Ver PDF

Apéndice E. Evidencia de paquetes enviados

