	<b>GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS</b>		<b>CÓDIGO</b>	FO-GS-15
	<b>ESQUEMA HOJA DE RESUMEN</b>		<b>VERSIÓN</b>	02
			<b>FECHA</b>	03/04/2017
			<b>PÁGINA</b>	1 de 1
<b>ELABORÓ</b>		<b>REVISÓ</b>	<b>APROBÓ</b>	
Jefe División de Biblioteca		Equipo Operativo de Calidad	Líder de Calidad	

### RESUMEN DE TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES):

NOMBRE(S): JAIRO EDUARDO APELLIDOS: DIAZ ORTEGA

NOMBRE(S): KAREN DAYANA APELLIDOS: MOJICA AVILA

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: CONTADURIA PÚBLICA

DIRECTOR:

NOMBRE(S): MARLING CAROLINA APELLIDOS: CORDERO DIAZ

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): SISTEMA DE COSTOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LAS PYMES FABRICANTES DEL SECTOR CALZADO EN LA CIUDAD DE CUCUTA.

#### RESUMEN

El presente proyecto tuvo como finalidad determinar la incidencia de los sistemas de costos en la rentabilidad de las pymes fabricantes del sector calzado en la ciudad de Cúcuta, dicho proyecto se llevó a cabo por medio de tres etapas, la primera etapa se desarrolló por medio de una serie de encuestas enfocada a las empresas del sector con el fin de obtener información del actual manejo de los costos, Teniendo la recolección de esta información se procedió con la siguiente etapa la cual consistió en analizar los índices de rentabilidad de las empresas del sector calzado, en esta etapa se logró hacer un comparativo de la situación financiera de las empresas que no contaban con un sistema de costos vs con las que si contaban con algún sistema. Con dicho comparativo se pudo observar que las empresas que si cuentan con un sistema de costos definido tienen una mayor rentabilidad que las empresas que no cuentan con algún sistema, por lo cual se procedió a llevar a cabo la última etapa que consistió en diseñar un sistema de costos que se ajustara a las necesidades de las empresas del sector calzado de la ciudad de Cúcuta, que les permita conocer el costo real de los productos para la adecuada toma de decisiones y así mismo ser más competitivos en el mercado y ser más rentables.

**PALABRAS CLAVE:** SISTEMA DE COSTOS, SECTOR CALZADO, RENTABILIDAD, SISTEMAS DE COSTOS, ORDEN DE PRODUCCION.

**CARACTERÍSTICAS:**

**PÁGINAS:** 182 **PLANOS:** \_\_\_ **ILUSTRACIONES:** \_\_\_ **CD ROOM:** \_\_\_

SISTEMAS DE COSTOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LAS PYMES  
FABRICANTES DEL SECTOR CALZADO EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

DIAZ ORTEGA JAIRO EDUARDO

MOJICA AVILA KAREN DAYANA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA

CÚCUTA

2022

SISTEMAS DE COSTOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LAS PYMES  
FABRICANTES DEL SECTOR CALZADO EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

DIAZ ORTEGA JAIRO EDUARDO

MOJICA AVILA KAREN DAYANA

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO

MARLING CAROLINA CORDERO DIAZ

DIRECTOR(A)

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA

CÚCUTA

2022

**FECHA:** Cúcuta, 10 de junio de 2022

**LUGAR:** "UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER"  
**PLAN DE ESTUDIOS:** "CONTADURIA PUBLICA"

**TITULO DEL TRABAJO:** "SISTEMA DE COSTOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE PYMES FABRICANTES DEL SECTOR CALZADO EN LA CIUDAD DE CUCUTA"

JURADOS	ENTIDAD
MARLING CAROLINA CORDERO DIAZ	U.F.P.S
VIVIANA VIVAS MONCADA	U.F.P.S
JOSE YOHANN CONTRERAS	U.F.P.S

**DIRECTOR (A):** MARLING CAROLINA CORDERO DIAZ

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CODIGO	CALIFICACION	LETRAS	A	M	L
KAREN DAYANA MOJICA AVILA	1223391	4.4	CUATRO CUATRO	X		
JAIRO EDUARDO DIAZ ORTEGA	1223364	4.4	CUATRO CUATRO	X		

**FIRMA DE LOS JURADOS:**

  
MARLING CAROLINA CORDERO DIAZ  
Jurado

  
VIVIANA VIVAS MONCADA  
Jurado

  
JOSE YOHANN CONTRERAS  
Jurado



Vo.Bo. COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR PLAN DE ESTUDIOS

Maribel Q.

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a mis amados padres Rosa Miriam Ávila González y Edison Mojica Jáuregui, los cuales fueron un apoyo incondicional para poder lograr mis sueños, también dedico este logro a mis hermanos Jhon y Miryed que también me apoyaron día a día en mi formación, a la profesora Marling Cordero por apoyarnos en este proceso y por último a mi querido compañero de universidad Jairo Eduardo Díaz Ortega el cual estuvo presente en toda mi formación y juntos logramos culminar esta gran etapa que era muy importante para los dos.

**Karen Dayana Mojica Ávila**

## **DEDICATORIA**

Al finalizar el proyecto de grado, finaliza una etapa (de las muchas) muy importante en mis propósitos y proyecto de vida, por eso quiero agradecer, primero a Dios por permitirme disfrutar de esta etapa universitaria y de poder darme cada día la fortaleza y sabiduría para afrontar cada paso que he dado hasta el momento y segundo agradecerles a mis padres por el apoyo incondicional que me han brindado desde el primer día universitario hasta el día de hoy y en el diario vivir, porque gracias a ellos pude sustentarme en las necesidades diarias.

**Jairo Eduardo Diaz Ortega.**

## **AGRADECIMIENTOS**

Primeramente, le doy gracias a Dios que nunca me abandono y me dio ganas de luchar por cumplir mis sueños, también le doy gracias a mis padres que fueron mi motor y siempre estuvieron a mi lado en los días más difíciles. Siempre han sido mi ejemplo a seguir, Gracias por ser los mejores padres y por creer en mí, también le doy gracias a mi compañero Jairo porque juntos fuimos un gran equipo y por último le doy gracias también a mi familia en general y mis compañeras Deisy, Evelyn, Marcela y Natalia las cuales siempre estuvieron para mí.

**Karen Dayana Mojica Ávila**

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero agradecer nuevamente a Dios, por permitirme este logro tan importante y por lo que me brinda cada día. Agradecerles también a mis padres por el apoyo incondicional que me han brindado siempre, sin ellos no podría ser la persona que hoy en día soy, a ellos les debo todo. También quiero agradecerle a la directora del proyecto, la profesora Marling Cordero por apoyarnos en cada etapa del proyecto. Agradecerle también a mi compañera de proyecto Karen Dayana Mojica Ávila, por aguantar cada una de las etapas de este trabajo y por lo vivido en toda la carrera, semestre a semestre, en lo académico como en lo personal. Agradecerle a cada uno de los profesores de la UFPS por compartir conmigo sus experiencias como docentes y como compañero, a cada uno de los compañeros/amigos adquiridos a lo largo de la carrera, con los que compartí experiencias únicas y apoyándonos entre todos a para salir adelante en los estudios.

**Jairo Eduardo Diaz Ortega.**



## TABLA DE CONTENIDO

Introducción	16
1. El problema	18
1.1. Título	18
1.2. Planteamiento del problema	18
1.3. Objetivos	20
1.3.1. General.	20
1.3.2. Específicos.	20
1.4. Formulación del problema	20
1.5. Justificación	21
1.5.1. Aportes al sector.	21
1.5.2. Aportes al programa de Contaduría Pública.	21
1.5.3. Aportes como estudiantes del programa.	22
1.6. Limitaciones	22
1.6.1. De tipo técnico.	22
1.6.2. De tipo académico.	22
1.6.3. De tipo económico.	23
2. Marco referencial	24
2.1. Antecedentes	24
2.1.1. A nivel internacional.	24
2.1.2. A nivel nacional.	27
2.1.3. A nivel local.	29
2.2. Marco Teórico	31
2.2.1. Generales.	31
2.2.2. Específicas.	35
2.3. Marco Legal	41
2.3.1. Generales.	41

2.3.1. Específicos.	43
2.4. Marco Conceptual	43
3. Marco metodológico	50
3.1. Tipo de investigación	50
3.1.2. Enfoque cuantitativo.	50
3.1.3. Tipo descriptivo.	51
3.2. Diseño investigativo o tipo de estudio.	51
3.3. Población	52
3.4. Muestra	52
3.5. Diseño de Instrumentos	53
3.6. Técnicas de recolección de datos	54
3.7. Validación y confiabilidad de los instrumentos.	54
3.8. Técnica de análisis de la Información.	55
3.8.1. Análisis documental.	55
3.8.2. Análisis opinatico.	55
3.8.3. Análisis estadístico.	55
3.8.4. Análisis financiero.	55
4. Resultados	56
4.1. Conocer el manejo actual de los costos de las empresas del sector calzado.	56
4.1.1. Dimensión: Información acerca de la empresa.	57
4.1.2. Dimensión: Costos de producción.	62
4.1.3. Dimensión: Rentabilidad.	69
4.2. Analizar los índices de rentabilidad de las empresas del sector calzado.	73
4.3. Diseñar un sistema de costos que se ajuste a las necesidades de las pymes fabricantes del sector calzado de la ciudad de Cúcuta, que les permita	

conocer el costo real de los productos para la adecuada toma de decisiones.

75

4.3.1. Empresa 1.	75
4.3.2. Empresa 2.	79
4.3.3. Empresa 3.	82
4.3.4. Empresa 4.	84
4.3.5. Empresa 5.	86
4.3.6. Empresa 6.	88
Conclusiones	91
Recomendaciones	93
Referencias	94
Anexos	102

## Lista de gráficas

Gráfica 1. Orientación y Proveedores.	58
Gráfica 2. Datos personales de las empresas.	59
Gráfica 3. ¿Cuánto tiempo lleva la empresa en el sector?	60
Gráfica 4. ¿Cuántos empleados tiene la empresa?	60
Gráfica 5. ¿Actualmente se encuentra afiliado a alguna Agremiación?	61
Gráfica 6. ¿Cuántas líneas de productos maneja la empresa?	62
Gráfica 7. Manejo de los costos de producción 1.	63
Gráfica 8. Manejo de los costos de producción 2.	64
Gráfica 9. Manejo de los costos de producción 3.	65
Gráfica 10. Sistema de costos utilizado.	66
Gráfica 11. Costo de la Materia Prima.	66
Gráfica 12. Precio de venta del producto.	67
Gráfica 13. Sistema de inventario aplicado.	67
Gráfica 14. Pago de Mano de Obra.	68
Gráfica 15. Ganancia Bruta.	69
Gráfica 16. Información acerca de la Rentabilidad 1.	70
Gráfica 17. Información acerca de la Rentabilidad 2.	71
Gráfica 18. Información acerca de la Rentabilidad 3.	72

## **Lista de tablas**

Tabla 1. Empresas participantes	56
Tabla 2. Cargo del encuestado.	57
Tabla 3. Razón de rentabilidad.	74

## Lista de cuadros

Cuadro 1. Empresa 1 M.P.	75
Cuadro 2. Empresa 1 M.O.D.	77
Cuadro 3. Empresa 1 C.I.F.	77
Cuadro 4. Empresa 1 P.V.	78
Cuadro 5. Empresa 2 M.P.	79
Cuadro 6. Empresa 2 M.O.D.	80
Cuadro 7. Empresa 2 C.I.F.	80
Cuadro 8. Empresa 2 P.V.	81
Cuadro 9. Empresa 3 M.P.	82
Cuadro 10. Empresa 3 M.O.D.	82
Cuadro 11. Empresa 3 C.I.F.	83
Cuadro 12. Empresa 3 P.V.	83
Cuadro 13. Empresa 4 M.P.	84
Cuadro 14. Empresa 4 M.O.D.	84
Cuadro 15. Empresa 4 C.I.F.	85
Cuadro 16. Empresa 4 P.V.	85
Cuadro 17. Empresa 5 M.P.	86
Cuadro 18. Empresa 5 M.O.D.	86
Cuadro 19. Empresa 5 C.I.F.	87
Cuadro 20. Empresa 5 P.V.	87
Cuadro 21. Empresa 6 M.P.	88
Cuadro 22. Empresa 6 M.O.D.	89
Cuadro 23. Empresa 6 C.I.F.	89
Cuadro 24. Empresa 6 C.I.F.	90
Cuadro 25. Empresa 6 P.V.	90

## Lista de anexos

Anexo 1. Encuestas	102
Anexo 2. Ficha tecnica de costos.	110
Anexo 3. Empresa 1	114
Anexo 4. Empresa 2	121
Anexo 5. Empresa 3	127
Anexo 6. Empresa 4	133
Anexo 7. Empresa 5	139
Anexo 8. Empresa 6	145
Anexo 9. Empresa 7	151
Anexo 10. Empresa 8	157
Anexo 11. Empresa 9	163
Anexo 12. Empresa 10	169
Anexo 13. Empresa 11	175
Anexo 14. Empresa 12	181

## Introducción

El mundo, la sociedad, las organizaciones, los individuos y el entorno tienden a cambiar rápidamente, es por ello que todas las cosas que rodean estos sistemas tienen que acoplarse al ritmo de sustitución de las normas que rigen el nuevo orden productivo y empresarial. El modelo de cálculo de los costos para las empresas es de suma importancia, ya que estos son los que determinan la viabilidad del negocio, los que determinan mayoritariamente el grado de productividad y eficacia en la utilización de los recursos, por eso un modelo de costos no puede basarse solamente en asignar los costos sobre un factor determinado, que para el orden empresarial puede ser insignificante o poco representativo de lo que en realidad simboliza. (*A. GOXENS, 1978*)

Es por ello que el modelo de costos tradicionalmente aplicado a las empresas en los últimos tiempos ha perdido validez, ya que la eficiencia productiva no se remite únicamente a la maximización de la producción y a la minimización de los costos.

Uno de los problemas principales que tienen las empresas del sector Calzado de Cúcuta, es que no cuenta con un sistema de información de costos que le permita identificar y conocer el proceso de producción y también establecer un precio de venta adecuado y preciso al momento de ofrecer sus productos,



presentando así deficiencias que no le garantizan una utilidad óptima para mantenerse en el mercado.

Al determinar la incidencia de los sistemas de costos en la rentabilidad de las empresas del sector Calzado de Cúcuta, permitirá que esta conozca realmente los costos de los productos que realiza, para que tome las decisiones de una forma correcta y pueda asignar un precio de venta adecuado al momento de ofrecer sus productos.

A continuación, daremos desarrollo al anteproyecto el cual consta de 5 capítulos, en el cual podemos encontrar en el capítulo 1 el título del de la investigación a realizar, el planteamiento del problema, los objetivos que se quieren lograr con la investigación (general y específicos), entre otros. El capítulo 2 comprende el marco referencial, en cual nos basamos de antecedentes y conceptos teóricos para llevar a cabo la investigación. El marco metodológico, se basa en el tipo de investigación que se quiere llevar a cabo, cual será nuestra población a encuestar y que instrumentos usaremos para cumplir con los objetivos, así como también la recolección y análisis de la información. En el capítulo 4 podemos el contenido del anteproyecto y por último el capítulo 5 en el cual referenciamos los recursos que tendremos a disposición para llevar a cabo la investigación y el tiempo estipulado.

## **1. El problema**

### **1.1. Título**

Sistemas de costos y su incidencia en la rentabilidad en las pymes fabricantes del sector calzado en la ciudad de Cúcuta.

### **1.2. Planteamiento del problema**

Según Polimeni (1997, p.17) un sistema de costos consiste en la recolección de una manera ordenada de datos de costos, por medio de un conjunto de clasificaciones de costos, en el cual se reúnen en diferentes categorías de gastos de producción con el fin satisfacer las expectativas o necesidades de la administración de las empresas. Los sistemas de costos tienen como objetivos principales la determinación de los costos corrientes, el análisis de los costos de los productos y la planificación de utilidades futuras.

Según los datos del DANE en 2019, en la encuesta de microempresas, estimo que hay 5,874,177 microempresas, de las cuales la industria manufacturera representa el 11,6% del país. (*DANE, 2019*)

Hoy en día en las fábricas de calzado de la ciudad de Cúcuta, se está presentado actualmente la siguiente situación; debido a que no se cuenta con un sistema de costos se es difícil conocer explícitamente los costos de cada uno de los procesos para la fabricación del calzado, como lo son: modelaje (diseño),

corte, guarnición (costura), montada, soletada, limpieza y empaque, por esta razón puede estar sucediendo que no se esté dando la maximización de la materia prima utilizada generando desperdicio y un aumento en el costo, ocasionando retrasos en la producción, una mala fijación en los precios de los productos y así también no tener la seguridad de cuanto es en verdad la utilidad y/o rentabilidad generada o si por el contrario se está vendiendo por debajo del costo de producción es decir que podríamos estar generando pérdidas en vez de ganancias.

De continuar las fábricas con los mismos manejos, sin diseñar un sistema de costo seguirá teniendo un mal manejo de sus recursos físicos y económicos, no cargaremos debidamente el costo real del producto y por consecuencia las utilidades se verán afectadas poniendo en juego la viabilidad y productividad de la fábrica.

Por lo tanto se requiere que las fábricas de calzado adopten un sistema de costos con el fin de conocer con certeza cuanto es el costo real de producir una línea de calzado y que incidencia tiene en cuanto a la rentabilidad por medio de índices, cuanto se va con exactitud, cuánto se le debe cargar a cada línea por mano de obra directa, materiales directos y costos indirectos de fabricación, así tendremos la seguridad de que ningún producto está financiando a otro y conoceremos cual es la línea que está generando mayor utilidad dentro de la

fábrica, también nos ayudara a tener un mayor control sobre los costos, lo que dará como resultado que se minimicen los costos de producción.

### **1.3. Objetivos**

#### ***1.3.1. General.***

Determinar la incidencia de los sistemas de costos en la rentabilidad de las pymes fabricantes del sector calzado en la ciudad de Cúcuta.

#### ***1.3.2. Específicos.***

- Conocer el manejo actual de los costos de las empresas del sector calzado.
- Analizar los índices de rentabilidad de las empresas del sector calzado.
- Diseñar un sistema de costos que se ajuste a las necesidades de las pymes fabricantes del sector calzado de la ciudad de Cúcuta, que les permita conocer el costo real de los productos para la adecuada toma de decisiones.

### **1.4. Formulación del problema**

¿Como inciden los sistemas de costos en la rentabilidad de las Pymes fabricantes del sector calzado de la ciudad de Cúcuta?

## **1.5. Justificación**

### ***1.5.1. Aportes al sector.***

El desarrollo del presente proyecto contribuye a fortalecer uno de los sectores productivos más importantes de la ciudad, como lo es el Sector Calzado, donde existe un número importante de micro, pequeñas y medianas empresas que se dedican a la fabricación de calzado, las cuales requieren contar con sistemas de costos acordes a sus necesidades que les permita conocer el manejo y control de los costos en cada uno de los métodos como mano de obra, materia prima y costos indirectos de fabricación, para consecutivamente integrarlos y obtener un costo total que a la vez le aprobará la adecuada toma de decisiones para manejar un adecuado precio de venta para posteriormente no incurrir en pérdidas y todos sus recursos estén bajo control y mejorar los índices de rentabilidad actuales.

### ***1.5.2. Aportes al programa de Contaduría Pública.***

Esta investigación permite al Programa a través del trabajo de sus estudiantes en formación aplicar los conocimientos adquiridos en distintas áreas durante la carrera. Por medio de éste, se demostrará al sector empresarial y a la comunidad en general de la UFPS las capacidades y competencias de sus estudiantes, como activo intangible fundamental para la sociedad.

### ***1.5.3. Aportes como estudiantes del programa.***

Como estudiantes es de gran grado de importancia poder demostrar las habilidades y destrezas con un proyecto de investigación como este, ya que contribuye al mejoramiento económico continuo del sector calzado, en el cual. En un futuro permitirá servir de apoyo para otras investigaciones en el sector y servirá de insumo para dar solución a múltiples problemas similares.

## **1.6. Limitaciones**

### ***1.6.1. De tipo técnico.***

El obstáculo con el que nos encontramos al momento de determinar la incidencia de los sistemas de costos en la rentabilidad del sector calzado, es la falta de una base de datos clara que nos muestre la información necesaria de las empresas del sector para poder analizar con claridad los índices de las empresas para llevar a cabo el diseño de un sistema de costos y conocer el manejo actual de los costos en dichas empresas del sector calzado.

### ***1.6.2. De tipo académico.***

Dificultad en el desarrollo del tema a investigar a falta de conocimientos del tema, por lo tanto, se necesita información adicional (Internet, libros, revistas, etc.) que nos sirva de guía y asesoría durante el desarrollo de la investigación.

### ***1.6.3. De tipo económico.***

Algunos de los gastos en los que se incurrirá para realizar este anteproyecto son: papelería, fotocopias, transporte, impresiones, entre otros. Además de otros gastos que se irán presentando a medida en que se desarrolle el tema propuesto y que poco a poco se asumirán de acuerdo al presupuesto de gastos planeado para la ejecución del mismo.

## 2. Marco referencial

### 2.1. Antecedentes

Para tener más bases de lo que estamos investigando se tuvieron en cuenta los siguientes antecedentes.

#### 2.1.1. A nivel internacional.

**2.1.1.1. Morales Oñate (2011).** Se diagnosticó la incidencia de inaplicabilidad del sistema para determinar completamente el costo de producción de la granja avícola Diana Carolina y determinar su rentabilidad razonable. En el proceso de investigación, debido a que los investigadores han estudiado sistemáticamente los hechos que sucedieron a través del contacto directo con la realidad, se adoptarán métodos de investigación in situ; tiene como objetivo recolectar datos en bruto relacionados con temas de investigación a través de técnicas de observación, entrevista y encuesta. Al aplicar este sistema, se mejorará el resultado en el nivel de rentabilidad, ya que, mediante un adecuado control de los elementos de costo, se puede gestionar correctamente para no desperdiciar dinero, por lo que este sistema es el más adecuado para su uso en Diana Carolina. En el caso de las granjas avícolas, esto se debe a la naturaleza del proceso en el que se debe realizar el producto final (en este caso huevos). En la granja avícola de Diana Carolina, hubo un retraso en el desarrollo del negocio, como lo evidencian los resultados obtenidos de las entrevistas con los ejecutivos, el 66,7% de los cuales creía que era una empresa de tamaño medio, aunque fuera uno de ellos. Pionero de esta actividad en la provincia de Tungurahua.



**2.1.1.2. Ramos Villamarin (2014).** Se analizó la relación entre el sistema de costos y la rentabilidad de los productos producidos por microempresas para mejorar su información de gestión y procesos contables. El trabajo de investigación tiene un paradigma cualitativo como paradigma principal, porque los entrevistadores, técnicos y la multitud conocen los objetivos de la investigación y el proceso a seguir. El proceso de investigación es desarrollado conjuntamente por técnicos y masas. Esta es una investigación in situ porque la información proviene directamente de la realidad. En otras palabras, se utilizarán diferentes tecnologías y métodos en el lugar del incidente o problema. Para la investigación se trabajará con microempresas del departamento analizado, dado que la población es pequeña, no es necesario muestrear. La importancia real de este trabajo de investigación se debe a que los resultados obtenidos del análisis de los problemas que están experimentando los fabricantes de bloques en la industria de Cangahua se pueden solucionar; debido a la aplicación del sistema de costos Mejor información financiera sobre rentabilidad, esta aplicación será muy factible para muchas otras microempresas que han encontrado los mismos problemas en diferentes sectores del Cotopaxi. A través de esta encuesta se ha demostrado claramente que, en la industria de Cangahua, el 100% de las microempresas que fabrican bloques no controlan completamente los elementos de costo, por lo que no existe una asignación correcta en el costo de los productos; además, estas microempresas dependen de la competencia para estimar sus costos. costo. Se puede concluir que estas microempresas necesitan establecer un sistema de costos acorde a sus necesidades y tipos de negocios para que los propietarios tengan una comprensión clara del costo de sus productos.

**2.1.1.3. Barrera Chiriboga (2012).** Realizó el sistema de costeo empírico se utilizó para la investigación al establecer la rentabilidad en la fábrica de zapatos Cass en la ciudad de Ambato. Incorporar la investigación realizada en la fábrica de zapatos Cass, esto significa utilizar la literatura o la investigación bibliográfica y herramientas básicas de la investigación científica, porque la información es investigación y análisis que se obtiene al describir el comportamiento de la variable objeto para resolver el problema. En la investigación, se utiliza el muestreo probabilístico porque los miembros de la población tienen la misma probabilidad de formar parte de la muestra. Se utiliza el muestreo estándar porque los elementos cósmicos que tienen problemas de investigación son parte de la muestra. Para la investigación se calculó la muestra de un total de población de 41 personas que laboran en el área operativa. El muestreo es una herramienta para la investigación debido a la ayuda que proporciona; la función que realiza es examinar a una parte de la población con la finalidad de conseguir deducciones de dicha población. Para fines de investigación, se calculó una muestra total de 41 personas que laboran en el área operativa. El muestreo es una herramienta de investigación porque puede ayudar. Su función es verificar una parte de la población para poder deducirla de esa población. Explica los resultados obtenidos a través de la encuesta, que son aplicables a actores que intervienen directa o indirectamente con la fábrica de zapatos Cass. Con esta herramienta de encuesta se pueden obtener los resultados esperados de los datos obtenidos en la muestra para tomar decisiones sobre la población expuesta, para ello debemos realizar ciertos supuestos mediante los cuales podemos comprobar si la relación entre variables tiene un período de trabajo. La precisión de las preguntas formuladas. En la fábrica de calzado Cass, la conclusión a la que se llegó es que la no aplicación

de indicadores financieros para evaluar la rentabilidad la afectará, y en ella reflejé una visión más sólida de su situación financiera y pronóstico de crecimiento.

### ***2.1.2. A nivel nacional.***

***2.1.2.1. Gaviria (2009).*** Se llevo a cabo el desarrollo de un plan de negocios para una nueva marca de jeans para que los compradores puedan registrarse, diseñar y comprar jeans a través del sitio web de la marca. Esta idea ha sido ampliamente aceptada en el mercado objetivo (Colombia), especialmente en las clases 2, 3, 4, 5 y 6 de personas entre las edades de 15 y 30 años. El proyecto tendrá dos etapas clave de desarrollo: la primera etapa de un año es la fabricación de jeans mediante outsourcing (fabricación de satélites). La principal razón para utilizar este medio es que los fondos necesarios para implementarlo son muy pequeños. Solo necesita 20 millones para comenzar. Se espera que la segunda fase tenga lugar en el segundo año. Esta etapa incluye la inversión de 320 millones de dólares para internalizar la producción de denim y controlar las instalaciones y maquinaria necesarias para todo el proceso de producción. En la primera etapa, se requieren 3 personas, a saber, el gerente, el profesional de marketing y la recepcionista. En el segundo año, la fábrica contará con tres operadores de máquinas de fabricación y un inspector de calidad, y se requerirá una recepcionista adicional y un asistente de marketing en el área administrativa. Según los resultados de la encuesta, aunque los colombianos no tienen la costumbre de comprar ropa en línea, el análisis de mercado muestra que la gente acepta esta idea de negocio y decide si comprar jeans. Otro resultado inesperado del análisis de mercado son las reacciones positivas de las mujeres a las compras de jeans en línea porque son más selectivas en el proceso de compra. El plan de negocios realizado tiene un alcance mayor al planeado originalmente, es solo el diseño del dobladillo de los jeans y las ventas se realizan en

tiendas normales. Con la experiencia de trabajar en una empresa de marketing en Internet, las ideas han cambiado para satisfacer las nuevas demandas del entorno actual.

**2.1.2.2. Ramírez Naranjo & Téllez Molano (2020).** Se llevo a cabo Identificar los factores que limitan el crecimiento, desarrollo y visibilidad de las pequeñas y medianas empresas en la comunidad Restrepo de Bogotá. Esta investigación se enfocará en analizar los factores que limitan el crecimiento y desarrollo de las pymes de calzado en la comunidad de Restrepo, las cuales serán reconocidas en el mercado. Debido a la afluencia de productos similares y de bajo costo de Asia (principalmente China), y China es un país con costos de insumos y mano de obra más bajos que nuestro país, esto ha afectado a la industria del país. Tus ingresos y capital. Según ACICAM, el barrio de Restrepo se ha convertido en una industria del calzado reconocida a nivel nacional desde hace más de 20 años, no ha mostrado un crecimiento sustentable, por lo que la industria no solo puede posicionarse a nivel nacional, sino también Puede posicionarse en un nuevo mercado, por lo que la internacionalización requiere de capacitación y especialización en diferentes campos productivos, debe asumir riesgos en diseño, innovación y sobre todo en capital humano, para ganar impulso y lograr mayores ventas. Al analizar los resultados de las empresas más pequeñas de la región, el 4% afirmó tener certificados de calidad; el 9% tenía registros de marca; el 5% códigos de barras y el 70% fueron registrados por la Cámara de Comercio. De esta forma, estos datos muestran la informalidad de la empresa y la falta de correlación negativa entre la organización y su tamaño, por ser una empresa pequeña por falta de conocimiento, por lo que el nivel de informalidad ha aumentado. Las pymes zapateras del barrio Restrepo de Bogotá tienen algunas limitaciones que les impiden ser reconocidas. Descubrimos que uno de los principales factores que afectan el crecimiento del mercado es el escenario internacional, donde países /

regiones como China e Italia son responsables de la producción de una gran cantidad de calzado. El calzado de bajo costo, con un proceso tecnológico superior, puede permitirles alcanzar una mayor cantidad y tener diferentes segmentos de mercado con diversos productos y rangos de precios, ventajas que se complementan con la certificación de calidad y los estándares técnicos exigidos por varios países. Este es el más grande de la industria, y es una desventaja para la manufactura colombiana porque no puede competir con los gigantes de los países asiáticos.

### ***2.1.3. A nivel local.***

***2.1.3.1. Cárdenas Cristancho Sayago Ortiz & Ureña (2017).*** Realizo Analizar niveles de productividad y desarrollar estrategias para incrementar la productividad y competitividad de las PYMES de calzado en San José de Cúcuta. Los tipos de investigaciones que se realizan son: descriptivas, porque se detalla la situación, eventos y técnicas de la auditoría de gestión; evaluación y campo. Población y muestra: El censo se realiza sobre las empresas (los dos sindicatos representativos del país y la ciudad) que cumplen con las condiciones de la encuesta y aparecen en las bases de datos ACICAM y ACOPI (unidades pequeñas y medianas). Luego de analizar los datos recolectados por los afiliados del sindicato ACICAM, resulta que carecen de políticas y estrategias administrativas que conduzcan a la productividad y competitividad, por lo que no les permite ingresar al mercado internacional; es por esto que los resultados de la investigación son útiles para diseñar estrategias que deben incrementar la productividad y competitividad no solo a nivel local sino también a nivel regional e internacional.

**2.1.3.2. Riaño Solano, Sierra Cáceres & Dávila López (2018).** Esta investigación es fruto de un trabajo de investigación que involucró los componentes de competitividad, tipo de cambio y capacidad de crecimiento sostenible de la industria del calzado en la región de Cúcuta de 2009 a 2013. En metodología, se desarrolla en investigación descriptiva exploratoria, documental e investigación de campo utilizando técnicas de encuesta y juicio de expertos. La población está compuesta por veintidós (22) empresas, y debido a la pequeña población se realizó un censo. Se evalúan los factores competitivos internos y se utiliza el modelo de Higgins para analizar la capacidad de crecimiento sostenible. Los elementos competitivos muestran que la industria tiene suficiente margen de mejora. Por su parte, la tasa de crecimiento sostenible es menor que la tasa de crecimiento de las ventas de la industria del calzado en la isla de Cúcuta. Por lo tanto, los recursos externos y políticas optimizadas de dividendos pueden utilizarse para incrementar la tasa de crecimiento interno. La conclusión es que es muy importante asignar individuos en las organizaciones modernas para buscar la coordinación de metas, establecer una estructura que los haga más competitivos para enfrentar las incertidumbres ambientales, y luego es necesario revisar continuamente los pronósticos y hacer recomendaciones. Respondiendo a las amenazas y debilidades y fortaleciendo tus fortalezas para aprovechar las oportunidades, es por tanto importante determinar si estás ante una organización o empresa que pueda poner en peligro a un determinado departamento y estar alerta ante situaciones temporales o estructurales de cambios ambientales, especialmente en las siguientes situaciones, el departamento figura como una opción estratégica para la región en el plan de desarrollo nacional.

## **2.2. Marco Teórico**

### **2.2.1. Generales.**

**2.2.1.1. Teoría de valor.** *Esta es una teoría que sostiene que el valor de un bien o servicio influye de manera directa a la cantidad de trabajo que este contiene. Según Smith. A y Ricardo. D (1981): "... el sentido del valor es en relación al uso y al cambio". En la paradoja del agua y los diamantes, Adam Smith habló sobre cómo cambiar el valor de un artículo en función de su escasez, sin embargo, siempre está relacionado con el trabajo necesario para obtener el artículo.*

Por lo tanto, Smith. A (1981) dice que: *"el trabajo es una unidad de medida precisa para cuantificar el valor"*. Para él, el valor es la cantidad de trabajo que una persona puede obtener a cambio de sus bienes (Teoría del mando o del valor adquirido). Aunque esto no es un determinante en los precios, estos están oscilando hacia los precios de producción debido a las variables como la oferta y la demanda.

**2.2.1.2. Teoría del control.** Según Chinchilla, W.S. (2017) afirma que el control como sistema, tiene características especiales que determinan su estructura conceptual y orientan la realización de sus herramientas. Por lo que podemos decir que el control es integral, permanente, autónomo, neutral e instrumentalizado con el fin de asegurarse de que los servicios y productos de las organizaciones cumplan con todos los requisitos de calidad que la misma empresa determina. Por lo tanto, es un proceso seguido por una empresa de negocios para asegurarse de

que sus productos o servicios cumplen con los requisitos mínimos de calidad, establecidos por la propia empresa. En el caso de la producción de bienes, la Gestión de Calidad Óptima, implica que tanto el diseño como la producción y la venta. Por lo tanto, al aplicar el proceso de control, se deben considerar cuatro factores; los cuales son el tiempo, la cantidad, la calidad y el costo.

*(SANCHEZ CHINCHILLA, 2017)*

**2.2.1.3. Proceso administrativo.** El proceso administrativo está conformado por cuatro relevantes funciones las cuales son:

- La primera función es la **planeación**, la cual Determina el objetivo en el recurso de acción a seguir.
- La segunda función es la **organización** en esta función la organización distribuye el trabajo entre los miembros del equipo y establece y reconoce las relaciones necesarias.
- La tercera función es la **ejecución** en la cual la empresa deja que los miembros del equipo realicen sus tareas especificadas con entusiasmo.
- La cuarta función es el **control** en esta última función la empresa revisa o controla que los empleados realicen las actividades de acuerdo a los planes establecidos por la organización.



#### **2.2.1.4. Técnicas gerenciales modernas.**

2.2.1.4.1. *Benchmarking*. Es un proceso sistemático e incesante para evaluar los productos y servicios, técnicas y procedimientos de trabajos de las empresas con el objetivo final de lograr mejoras significativas, El sector público también puede utilizar esta técnica, así como recientemente están dando grandes pasos para llevar a cabo reformas nacionales. Esta es una decisión de muy alto nivel que debe estar alineada con la estrategia, misión y visión general con el norte estratégico. Una de sus ventajas es que esto aumenta su gama de productos, lo que significa grandes inversiones y diversificarse geográficamente, especialmente para las pequeñas y medianas empresas. (*AUTHOR, 2017*)

El benchmarking no es solo hacer ejercicios numéricos, también es establecerse unas metas que sean cuantitativas, que normalmente son llamadas datos numéricos, por medio de este es discutible la mejor manera de fijarse metas en las empresas.

Los tipos de Benchmarking corresponden a dos grupos. Benchmarking competitivo el cual absorbe toda la organización y se centra en su rendimiento (solo indicadores de eficiencia y efectividad) y el Benchmarking de procesos que como su nombre lo muestra se centraliza en toda la empresa o una parte y el Análisis de rendimiento y de funcionalidad (como opera, cuáles son las prácticas, políticas, etc.).

2.2.1.4.2. *Reingeniería*. Podemos decir que la reingeniería piensa en función de tareas, fragmenta el trabajo en sus componentes más simples y asigna estos a trabajadores especializados influyendo en el diseño de las compañías. (*QUIROGA, 2017*)

2.2.1.4.3. *Calidad total*. Se define calidad como las características que posee un bien o servicio, que le otorgan la aptitud para satisfacer las necesidades del consumidor. Calidad total consiste en asegurar que en cada paso dado en el proceso de elaborar un producto o suministrar un servicio sea seguido correctamente desde la primera vez y que otorga la aptitud para satisfacer las necesidades explícitas restablecidas. (*Nueva ISO, 2019*)

Principios de la calidad:

- El cliente es lo primero, por lo tanto, calidad es lo primero.
- Todo es un proceso y todo proceso se puede mejorar.
- La gerencia debe ser participativa se debe trabajar en equipo.
- Hacer las cosas bien desde el principio.
- La medición fundamenta la teoría.
- El hombre es la base de la calidad

La calidad trae muchos beneficios para la empresa como lo es que los empleados sientan la satisfacción de haber hecho un excelente trabajo, los procesos para realizar los productos serán mucho más eficientes, gracias a la calidad va haber una mayor productividad y a su vez con unos costos más bajos,

lo cual hace que la empresa tenga una mayor participación en el mercado y mayores utilidades.

*2.2.1.4.4. Justo a tiempo.* El método justo a tiempo es una filosofía industrial creada por Taiichi Ohno que se puede resumir en producir productos estrictamente necesarios en el momento adecuado y en la cantidad adecuada: solo necesita comprar o producir los productos que necesita y en el momento que se necesita; este método es comúnmente utilizado en empresas que utilizan el método de la calidad total con el fin de hacer que dichas empresas reduzcan y gestionen el tiempo en la elaboración de sus bienes o servicio.

*2.2.1.4.5. Responsabilidad social empresarial.* La confianza y transparencia son los temas que pueden hacer la diferencia entre un sistema con buena seguridad y otros con algunas debilidades, la confianza es elemento clave en cualquier transacción entre el mundo virtual y real. La transparencia es considerada una condición obligatoria dentro de muchas áreas de seguridad social los procedimientos deben ser conocidos y claros. (*Vergara Fernández & Vicaría Guerrero, 2009*)

## **2.2.2. Específicas.**

*2.2.2.1. Sistemas de costos.* Según Polimeni (1997, p. 17), un sistema de costos es un método para recopilar datos de costos de manera organizada a través de un conjunto de

procedimientos o categorías de costos, en el que los gastos de producción se dividen en diferentes categorías para satisfacer las necesidades de la administración.

**2.2.2.2. Sistemas de costos por órdenes de producción.** Se establece este sistema cuando la producción puede ser de un carácter interrumpido, lotificada, diversificado, que responda a órdenes e instrucciones concretas de producir solo uno o varios productos o un grupo similar. *(Gerencie, 2020)*

Para el Control de cada partida de artículos se requerirá, por consiguiente, la emisión de una orden de producción en la que se recolecten los tres elementos del costo de producción.

- Contabilidad por área de responsabilidad: “Si uno llega a aceptar esta filosofía como nuestro propio enfoque para el presupuesto, debemos dar un paso más para completar la imagen total”. Se debe recopilar la información sobre los gastos (contabilidad de costos) con la responsabilidad por el funcionamiento del presupuesto, lo cual quiere decir que los gastos deben ser reportados sobre la base de contabilidad por áreas de responsabilidad.

Para presentar los organigramas para la contabilidad por áreas de responsabilidad se utilizan uno de estos dos métodos.

- Método uno, comenzando desde arriba y descendiendo.
- Método dos, comenzando desde abajo y ascendiendo.

El nivel de responsabilidad debe estar claramente definido y todos los niveles deben ser coherentes. Cómo los individuos, diferentes grupos, empresas comerciales y gobiernos logran sus objetivos en este campo. Otras ciencias ayudan a avanzar en esta investigación. La psicología y la ética tratan de explicar cómo se determinan las metas. Los registros históricos de las metas cambian con el tiempo, mientras que la sociología explica el comportamiento humano en los entornos sociales.

### ***2.2.2.3. Métodos de costos.***

*2.2.2.3.1 Método de costo directo o método de costo variable.* Su aparición en contabilidad no es reciente. El anuncio de la Asociación Nacional de Contadores de Costos publicó el primer artículo conocido sobre costos directos el 15 de enero de 1936: Sin embargo, se informó que, en 1908, una empresa implementó un sistema de costos que permitió Los datos de costos marginales utilizados con fines de fijación de precios se recopilan por separado para costos fijos y costos variables. (*Ramírez Molinares & Carbal Herrera, 2012*)

- El costeo directo es útil para la elaboración de presupuestos financieros, porque las cifras de costos y gastos deben predecirse en función de la cantidad de cada centro de actividad y de cada producto.

- El método de costo directo es útil para la planificación de beneficios a corto plazo (el método de costo directo por sí solo no es suficiente para tomar decisiones sobre información financiera externa).
- El costeo directo genera mediciones de utilidad que están acordes con los cálculos de costo-venta-utilidad.

Según el método de costo directo, los costos indirectos fijos de fabricación son los costos durante el período en el que ocurren. Solo la parte directa o variable del costo de fabricación se considera costo del producto y se difiere en el inventario. Este proceso está respaldado por el siguiente argumento: los costos del período son costos a largo plazo en los que se incurre de forma independiente independientemente de si el producto se fabrica, y los costos directos son costos a corto plazo directamente responsables de la producción a corto plazo.

Quienes propusieron el método de costo variable afirmaron que el costo fijo de producción está relacionado con la capacidad instalada, que a su vez jugó un papel durante un cierto período de tiempo, pero nada tiene que ver con la producción.

Algunas ventajas del costeo directo o variable es que Facilita la planeación, la elaboración del estado de resultados hace más fácil a la organización la identificación de las áreas que afectan directamente a los costos y poder tomar

mejores decisiones, también el análisis marginal de las distintas líneas que se crean, colabora a la empresa a elegir la composición óptima que corresponderá ser la pauta para que las ventas de la organización logren su objetivo.

**2.2.2.4. Doctrina del costo.** *La doctrina de costos es un conjunto de opiniones sobre cómo considerar los costos fijos y los costos variables relacionados con la producción. Estas opiniones son: (MUNERA CARDENAS, 1968)*

- Método de costo total, costo integral o costo de absorción (también conocido como método de costo tradicional): El principio que determina todos los costos, independientemente de su comportamiento fijo o variable, debe incluirse en el producto terminado.
- Método de costo directo o método de costo variable: Determine el principio de que solo los costos de producción variables deben incluirse en el producto terminado. Los costos fijos se consideran gastos del período.

**2.2.2.5. Ley de la Oferta y la demanda.** En economía, la ley de la oferta y la demanda es el mecanismo de formación de precios; se determina que el precio de mercado de una mercancía o servicio es igual al precio de la oferta y la demanda.

En general, a medida que aumenta la cantidad de una determinada mercancía (producto), el costo unitario disminuye; es esta economía de escala la que promueve el proceso de concentración empresarial y promueve la existencia de

empresas multinacionales a escala global. La razón de este ahorro de escala es que es posible asignar partes correspondientes a costos fijos entre un mayor número de productos, lo que conduce a costos unitarios más bajos y, por lo tanto, es posible proporcionar productos a los clientes a un precio determinado. precios más bajo.

Sin embargo, cuanto más alto sea el precio del producto, más empresas estarán dispuestas a producir y ponerlo en el mercado, con la esperanza de que vender a un precio más alto aumentará sus ganancias y, por lo tanto, la oferta aumentará a medida que aumenta el precio. Por otro lado, los compradores también compiten entre sí y compiten en el mercado para obtener ciertos bienes. En un mercado donde los bienes ofertados son los mismos, como en ciertos mercados de productos industriales estándar o en el caso de bienes únicos, los compradores compiten entre sí para obtener los productos ofertados, y por lo tanto, por aumento de la demanda, dado que (por falta) el producto no se puede comprar. También aumenta la posibilidad de que el comprador (alguno) esté dispuesto a pagar.



## **2.3.Marco Legal**

### **2.3.1. Generales.**

**2.3.1.1. Constitución Política Nacional.** La "Constitución Política" de Colombia es la norma básica del Estado colombiano, desde 1991, pero algunas de sus disposiciones han sido modificadas, tal es el caso del artículo 35 sobre extradición (revisión de la Ley Legislativa en diciembre de 1997). Es en esta donde se encuentran consagrados nuestros derechos y nuestros deberes para con la sociedad colombiana. (*Secretaria Senado, 2022*)

**2.3.1.2. Código de Comercio (Decreto 410 de 1.971).** Este contiene todas las normas actualizadas acerca de la actividad comercial y financiera que vienen siendo la espina dorsal de nuestro país y grandes aliados de nuestra economía. (*Secretaria Senado, 2022*)

**2.3.1.3. Estatuto Tributario (Decreto 624 de 1.989).** Contiene toda la información necesaria en cuanto a materia de impuestos y normas contables se refiere. (*Nacional, 2022*)

**2.3.1.4. Código Sustantivo del Trabajo (Decreto 2663 de 1.950).** Busca ante todo amparar al trabajador velando porque sus derechos no sean violados y que además reciba el trato y la remuneración justos por parte del empleador. (*SUIN Juriscol, 1951*)

### **2.3.1.5. Contaduría Pública.**

2.3.1.5.1. *Ley 145/60.* “Por la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de contador Público”. Se concebirá como Contador Público, aquella persona natural que, por inscripción, acredite su competencia profesional queda facultada para dar fe pública de determinados actos, así como para desempeñar ciertos cargos, en los términos de la presente Ley. La relación de dependencia laboral inhabilita al contador para dar fe pública sobre actos que interesen a su empleador, salvo en lo referente a las funciones propias de los revisores fiscales de las sociedades. Solo podrán ejercer la profesión de contador público las personas que hayan cumplido con los requisitos señalados en esta Ley y en las normas que la reglamenten. (***Funcion Publica, 1960***)

2.3.1.5.2. *Ley 43/90.* Por el cual reglamenta el ejercicio de la profesión del Contador Público y el código de ética profesional. (***MinEducacion, 1990***)

2.3.1.5.3. *Decreto 2649 y 2650/93.* Contiene todo lo referente al marco conceptual de la contabilidad, como, por ejemplo, los principios de contabilidad generalmente aceptados y también contiene todo acerca de las normas técnicas de contabilidad. El cual contiene una lista detallada del plan único de cuentas para comerciantes, describiendo el catálogo de cuentas y las descripciones y dinámicas de cada una de estas cuentas. (***Actualicese, 2014***)

2.3.1.5.4. *Ley 1314/09.* Es la Ley por la cual se regulan todos los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de la información aceptados en

Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento.” (*Funcion Publica, 2009*)

### **2.3.1. Específicos.**

**2.3.1.1. Ley Mi pyme: Ley 905 De 2004 Mi Pymes.** De acuerdo con esta ley, se modificó la Ley N ° 590 de 2000, "Fomento del Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en Colombia" y se dictaron otras normas. (*Funcion Publica, 2004*)

## **2.4. Marco Conceptual**

- **Actividad:** Mezcla de elementos o personas, tecnología, materias primas, métodos del entorno para producir un determinado bien o servicio. Las actividades cuentan lo que una empresa produce y la forma en como emplean el tiempo y las entradas y salidas de procesos. (*NAVARRO CASTILLO, 1995*)
- **Actividades que agregan valor:** Actividades necesarias para alcanzar los objetivos corporativos y permanecer en el negocio. (*ARCE GURGOA, 2010*)
- **Acumulación de costos:** Recopile todos los datos de costos de acuerdo con una serie de procedimientos o sistemas. (*Pacheco Bautista, 2019*)
- **Articulo defectuoso:** Son aquellos artículos o unidades fabricadas que provocan cierto grado de daño o defectos en el proceso de fabricación, y a

diferencia de los productos dañados, sus mayores costos se convierten en productos de primera. (*Hoyos Olivares, 2017*)

- **Costo:** es lo que cuesta producir un bien o prestar un servicio en cuales recuperamos en futuras ventas. (**Ramírez Molinares & Carbal Herrera, 2012**)
- **Costo por órdenes de producción:** este sistema reúne los costos para cada una de las ordenes o lotes físicamente, que son identificables en su paso a través de los centros productivos de la organización. (**Ramírez Molinares & Carbal Herrera, 2012**)
- **Costos totales:** son aquellos costos que permanecen constantes dentro de un periodo determinado sin importar si existe o no producción. (**Ramírez Molinares & Carbal Herrera, 2012**)
- **Contabilidad de costos.** La contabilidad de costos es el campo de la contabilidad que involucra la planificación, clasificación, acumulación, control y distribución de costos. También se llama contabilidad analítica y tablas, así como contabilidad administrativa y contabilidad financiera, la estructura contable de una organización. (*T. HORNGREN, 2006*)
- **Control de calidad.** El control de calidad incluye la implementación de planes, mecanismos, herramientas y / o tecnologías en una empresa para mejorar la calidad de sus productos, servicios y productividad. El control de calidad es una estrategia para asegurar la calidad de la atención brindada y mejorar continuamente su calidad. (**Nueva ISO, 2019**)

- **Costeo absorbente.** Es el criterio aplicado para costear la producción donde se acumula a los inventarios tanto el costo fijo como el costo variable. Esta forma de costear enfatiza el hecho de que los costos fijos son aporte relevante a la hora de calcular el costo de producción, pues de no considerarse el costo de infraestructura, se corre el peligro de tomar decisiones que impidan la capitalización del negocio en el largo plazo. *(Duque-Roldán & Gutiérrez-Castañeda, 2014)*
- **Costeo por actividades.** Es un instrumento que está enfocado a generar información que sirva para tomar decisiones importantes para la empresa. El costeo por actividades se encarga de hacer la asignación de los objetos del costo en función a las actividades importantes necesarias para su realización. Para su aplicación es necesario acumular los costos y generar tasas de asignación de acuerdo con las actividades, además de asignar los recursos a los objetos de costo. *(BENDERSKY, 2012)*
- **Costeo variable.** Criterio para costear la producción en donde se acumula a los inventarios el costo variable, mientras que los costos fijos son enviados a los resultados independientemente del destino que corran las unidades producidas. Este criterio enfatiza el hecho de que los costos fijos no deben afectar decisiones de corto plazo y, por lo tanto, deben ser excluidos del costo de producción. *(T. HORNGREN, 2006)*
- **Costos indirectos de fabricación:** son todos los costos de producción excepto los materiales directos y la mano de obra directa, son los costos generales de fabricación como materiales indirectos, mano de obra

indirecta, servicios públicos, seguros, depreciación de instalaciones de fábrica, reparación, mantenimiento y todos los demás costos de operación de la planta. (*Duque-Roldán & Gutiérrez-Castañeda, 2014*)

- **Demanda:** La demanda en economía se entiende como la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y cantidad dado en un momento determinado. La demanda está determinada por factores como el precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor. (*Marshall, 1996*)
- **Eficacia.** Es cuando se espera obtener resultados cuantitativos y cualitativos oportunos, que estén relacionados con sus metas y objetivos. (*Gerencie, 2021*)
- **Eficiencia.** Buscar establecer sin igualdad de condiciones de calidad, oportunidad, tiempo y lugar los objetivos establecidos se logran. (*Gerencie, 2021*)
- **Implementación.** La implementación consiste en elaborar un diagnóstico sobre el grado de cumplimiento de los requisitos establecidos en una determinada norma de calidad turística, identificar las no conformidades y luego realizar las acciones que permitan dar cumplimiento a todos los requisitos especificados. (*T. HORNGREN, 2006*)
- **Mano de obra directa.** Todos los salarios del personal relacionado con la producción de un artículo determinado que se puede identificar fácilmente con el producto y que representa el principal costo de mano de obra en la fabricación del mismo. (*Altahona Quijano, 2009*)

- **Mano de obra indirecta.** Salarios al personal de producción no directamente asociados con el producto terminado o que no resulta conveniente o costeable asignar a las unidades específicas de producción. *(Altahona Quijano, 2009)*
- **Materia prima directa.** Todos los materiales directamente utilizados en la fabricación de un producto terminado, que se puede identificar fácilmente con el producto y que representan el principal costo de la materia prima en la fabricación del mismo. *(Altahona Quijano, 2009)*
- **Materia prima indirecta.** Todos los materiales implicados en la fabricación de un producto, que no se considera materiales directos, ya que no se pueden identificar directamente con el mismo. *(Altahona Quijano, 2009)*
- **Mercado.** Conjunto de operaciones comerciales y actividades realizadas libremente por los agentes económicos sin intervención del poder público, y que afectan a un determinado sector de bienes. *(Quiroa, 2020)*
- **Oferta.** es la cantidad de bienes, servicios o productos que el vendedor puede ofrecer los cuales presentan en el mercado con un precio fijo y en un momento dado. *(Marshall, 1996)*
- **Planeación.** Es determinar los objetivos, metas, políticas, planes, líneas de acción, siempre con una visión, de cumplir con la misión de la empresa. *(Gonzaga Rivera , 2019)*

- **Proceso.** Conjunto de actividades correlacionadas y generadoras de costo los cuales guardan una similitud y que intervienen en el proceso de elaboración de un producto. (*Garza Treviño , 1996*)
- **Presupuesto.** El presupuesto es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado. También dice que el presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un periodo, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos. (*Gonzaga Rivera , 2019*)
- **Producto.** Cualquier bien o servicio que la empresa ofrece a la venta. Ej.: servicios odontológicos, médicos, seguros, préstamos bancarios, componentes para automóviles, servicios de consultoría, producción y distribución de gasolina, películas, juegos de hockey, libros, etc. Cualquier otro bien o servicio generador de ingresos. (**Ramírez Molinares & Carbal Herrera, 2012**)
- **Recursos.** Conjunto de personas, bienes materiales, financieros y técnicos con que cuenta y utiliza una dependencia, entidad, u organización para alcanzar sus objetivos y producir los bienes o servicios que son de su competencia.
- **Reingeniería.** Gestión y administración de una empresa para mejorar los resultados. (*Garza Treviño , 1996*)



- **Sistema de Costos.** Son el conjunto de procedimientos, técnicas, registros e informes estructurados sobre la base de la teoría de la partida doble y otros principios técnicos, que tienen por objeto la determinación de los costos unitarios de producción y el control de las operaciones fabriles. *(Ramírez Molinares & Carbal Herrera, 2012)*
- **Sistema de costo por actividades.** Se basa en reagrupar la información de costos para encontrar una relación de causa-efecto entre los recursos que consume una actividad que a su vez es utilizada para producir un artículo o brindar un servicio. *(BENDERSKY, 2012)*
- **Variación en precio de materiales.** Se da cuando por situaciones adversas se aumentan los precios de los materiales, por lo que se hace un análisis del precio que normalmente se pagaba por la misma cantidad (precio estándar) y se refleja un significativo cambio. *(Marshall, 1996)*

### 3. Marco metodológico

#### 3.1. Tipo de investigación

##### 3.1.2. Enfoque cuantitativo.

Se determinó el progreso de la investigación de enfoque cuantitativo, *“el cual se basa en el análisis y recolección de datos para dar respuestas a preguntas a preguntas de tipo investigativas y así corroborar hipótesis previamente establecidas”* (Sampieri Hernandez, Collado Fernandez, & Lucio Baptista, 2003).

Las encuestas que se recolectaron fueron tomadas directamente de las empresas, en un período de tiempo determinado mediante las tendencias de desarrollo. Para el desarrollo de esta investigación se empleó este enfoque, teniendo en cuenta que se trabajó básicamente con valores numéricos, como lo es al hallar los costos de cada una de las actividades empleadas para la fabricación de calzado, pues estos costos son valores cuantitativos. Además, también se empleó valores numéricos para indicar la cantidad de mano de obra, materia prima y costos indirectos de fabricación que se requieren para cada uno de los procesos, así como también determinar los precios de venta y distribución.

### **3.1.3. Tipo descriptivo.**

Se realizó una investigación de tipo descriptiva, “*ya que esta permite analizar las características de una determinada población sin necesidad de tener conocimiento si tienen relación entre ellas o no*” (Rus Arias, 2021). Este tipo de investigación generó datos de primera mano para realizar después un análisis general y presentar el problema. Se analizó dichas variables, mencionando las características que la componen, y se hizo además una descripción de las actividades que incurre en la empresa para llegar al costo final del producto y de los procesos que conforman el sistema.

### **3.2. Diseño investigativo o tipo de estudio.**

- **Documental.** Este se basa en la consulta de documentos de investigación tales como revistas, libros periódicos, entre otros. (UJAEN, 2015). Se requirió un estudio previo de bases teóricas generales y específicas para su correcta realización y aplicación, lo que quiere decir, que, para poder implementar un plan estratégico de costos, debió fundamentar en libros y textos que hicieron referencia a este tema, para evitar cometer errores a la hora de diseñar este sistema de costos.
- **De tendencia** de desarrollo. El desarrollo y aplicación de esta investigación ayudó al mejoramiento notorio de las fábricas de Calzado, permitiendo optimizar el manejo de sus recursos, para reducir costos

innecesarios y desperdicios de materia prima, maximizando así sus utilidades al establecer precios de venta adecuados al público y al mismo tiempo poder acelerar cada proceso de fabricación.

### **3.3. Población**

La población se puede definir, *“como la unión o conjunto de personas, unidades u objetos que tiene características en común con otras que se pueden determinar y analizar en circunstancias determinadas”*. (M. HAUSER & DUDLEY DUNCAN, 1975)

La población corresponde a empresas del Sector Calzado fabricantes de la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana, pertenecientes a un determinado gremio de calzado. Para este proyecto se tuvieron en cuenta 16 empresas las cuales a través de una formulación de inscripción accedieron a participar del proyecto, las cuales a través de los gremios ASOPELECUC Y/O CORPOINCAL, nos brindaron información verídica.

### **3.4. Muestra**

Se utilizó el tipo muestreo No probabilístico intencional, *“ya que este es el procedimiento de selección de muestras más sencillo y útil cuando y la elección de los elementos o muestras no depende solo de la probabilidad sino también de las condiciones que aprueban que se realice el muestreo”*. (Scharager, 2019)

Este tipo de muestra es asequible ya las poblaciones son pequeñas y por lo tanto se cuenta con listados.

Se considero como criterio de selección de las empresas fabricantes del Sector Calzado fue el número de empresas inscritas e interesadas en participar en la investigación. (Ver anexo 1)

### **3.5. Diseño de Instrumentos**

Los mecanismos que sirvieron de apoyo para la realización de este proyecto con el fin de recoger y medir información son las siguientes:

- **Aparatos.** Computador, fotocopidora, impresora, celular.
- **De lápiz y papel.** Los instrumentos que se utilizaron para la recolección de la información que fueron dirigidos a la población son encuestas, entrevistas focalizadas o a profundidad, la observación directa y la entrevista dirigida al recurso humano que conforma el establecimiento. Estos instrumentos nos permitieron diagnosticar la situación actual de la empresa y proceder al diseño del Sistema de Costos.

### 3.6. Técnicas de recolección de datos

- **Fuentes primarias.** La información obtenida de las entrevistas y encuestas realizadas por medio de preguntas al Gerente y/o personal, y con la información recopilada de los departamentos de Ventas, Recursos Humanos y de Compras de las fábricas de Calzado, facilitándonos el desarrollo de la investigación.
- **Fuentes secundarias.** Las otras fuentes de información o las otras bases serán provenientes de tesis, anteproyectos de la entidad Universidad Francisco de Paula Santander, documentos o artículos de las páginas de Internet, ampliando más los conocimientos de los temas consultados sobre la implementación de un sistema de costos por órdenes de producción.

### 3.7. Validación y confiabilidad de los instrumentos.

- **Manual.** A través de expertos o la técnica DELFHI, se debe anexar:
  - **Objetivos:** General - específicos.
  - **Instructivo.**
  - **Formato de validación.**
  - **Planeación y diseño del instrumento.**

### **3.8. Técnica de análisis de la Información.**

#### ***3.8.1. Análisis documental.***

Es la forma de organizar y revisar los datos obtenidos de las diferentes fuentes, evaluando la validez de los artículos, bibliografías, anteproyectos, tesis consultadas, libros y trabajos de grado referentes al costeo por actividades.

#### ***3.8.2. Análisis opinático.***

Es la recolección e interpretación de la información obtenida de las encuestas, entrevistas y diálogos realizados a los directivos de las empresas de Calzado.

#### ***3.8.3. Análisis estadístico.***

Los resultados de las encuestas realizadas a las personas naturales y jurídicas que tengan relación directa con la empresa serán tabulados y representados mediante gráficos estadísticos (tortas) permitiendo una mejor interpretación para los administrativos.

#### ***3.8.4. Análisis financiero.***

Consiste en el análisis de los estados financieros e informes de ventas, los cuales ayudaron a establecer los índices de rentabilidad de las empresas fabricantes de calzado participantes en el diseño del sistema de costos.

#### 4. Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos una vez aplicados los instrumentos definidos en el proyecto:

##### 4.1. Conocer el manejo actual de los costos de las empresas del sector calzado.

La totalidad de las empresas participantes se encuentran ubicadas en la ciudad de Cúcuta (ver tabla 2)

**Tabla 1. Empresas participantes**

<i>Empresa</i>	<i>Código</i>	<i>Ubicación</i>
Empresa 1	EMP001	CUCUTA
Empresa 2	EMP002	CUCUTA
Empresa 3	EMP003	CUCUTA
Empresa 4	EMP004	CUCUTA
Empresa 5	EMP005	CUCUTA
Empresa 6	EMP006	CUCUTA
Empresa 7	EMP007	CUCUTA
Empresa 8	EMP008	CUCUTA
Empresa 9	EMP009	CUCUTA
Empresa 10	EMP0010	CUCUTA
Empresa 11	EMP0011	CUCUTA
Empresa 12	EMP0012	CUCUTA
Empresa 13	EMP0013	CUCUTA
Empresa 14	EMP0014	CUCUTA
Empresa 15	EMP0015	CUCUTA
Empresa 16	EMP0016	CUCUTA

*Fuente: Elaboración propia 2021.*



Los resultados obtenidos una vez realizada la encuesta se presentan en 3 dimensiones: Información acerca de la empresa, Costos de producción y Rentabilidad (Ver anexo 1)

**4.1.1. Dimensión: Información acerca de la empresa.**

De las personas que realizaron la encuesta podemos observar cargos tales como: Gerente, administrador y/o contador público.

**Tabla 2. Cargo del encuestado.**

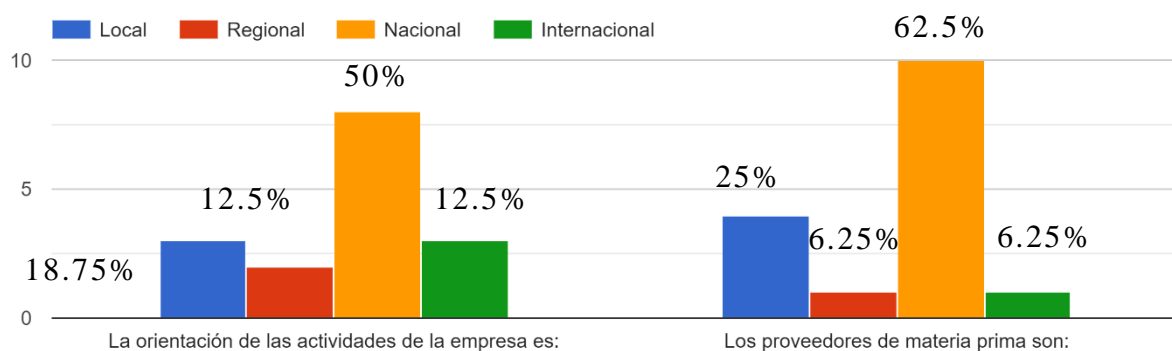
<i>Cargo del encuestado</i>	<i>% PARTICIPACION</i>
Gerente	62.5%
Administrador	18.75%
Asistente administrativo	6.25%
Contador publico	6.25%
Secretaria	6.25%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboracion propia 2021.*

Del 100% de las empresas encuestadas, el 18.75% de estas tienen su orientación de las actividades a nivel local, el 12.5% su orientación es a nivel regional, otro 1.25% tienen sus orientaciones a nivel internacional.

Con un nivel del 62.5% hay empresas que tienen sus proveedores de materia prima a nivel nacional. (ver grafica 1)

**Gráfica 1. Orientación y Proveedores.**



*Fuente: Elaboración propia 2021.*

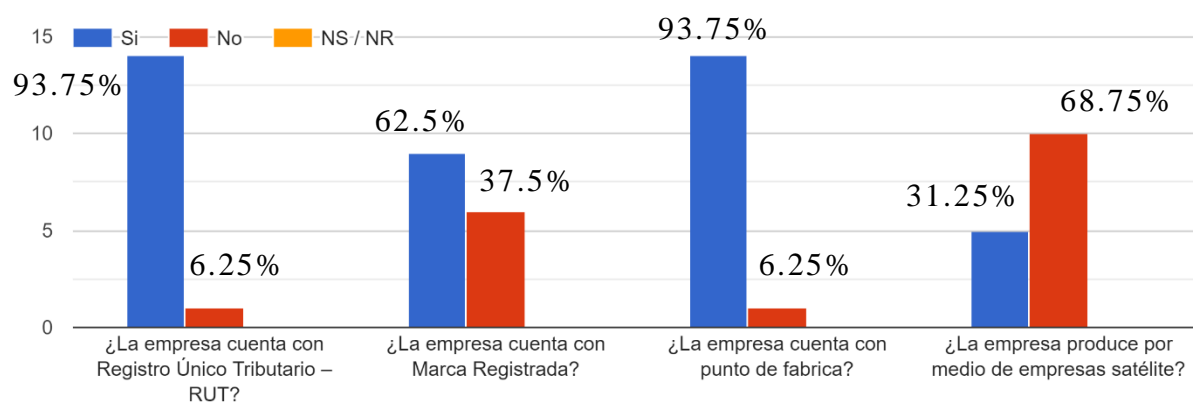
De acuerdo con los datos personales de las empresas encuestadas, el 93.75% de las empresas cuentan con RUT, el otro 6.25% no tiene o se encuentra en proceso para obtenerlo. (ver grafica 2)

El 60% de las empresas tiene(n) registrada(s) la(s) marca(s) de sus productos. El otro 37.5% no cuenta con marca registrada y/o se encuentra en proceso de obtenerla. (ver grafica 2)

El 93% de las empresas cuentan con punto de fabrica propio, el otro 6.25% se dedica a la comercialización del producto. (ver grafica 2)

El 31.25% de las empresas encuestadas producen por medio de empresas satélites, así como también pueden tener punto de fábrica. El otro 68.75% produce sus propios productos ya que cuentan con punto de fábrica. (ver grafica 2)

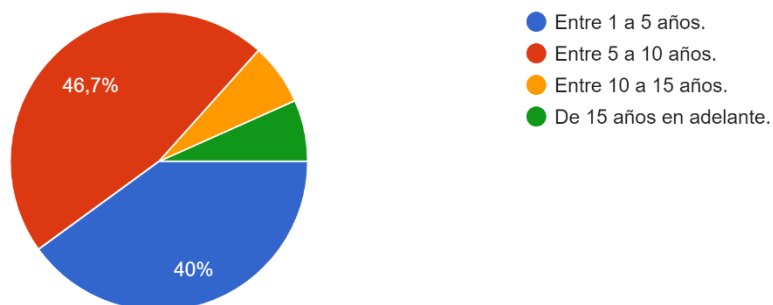
**Gráfica 2.** Datos personales de las empresas.



**Fuente:** Elaboración propia 2021.

El 13.3% de las empresas encuestadas se encuentran consolidadas en el mercado puesto que llevan más de 10 a 15 años en el sector del calzado. Por otra parte, el 86.7% de las empresas encuestadas tienen un periodo de tiempo en el sector menor a 10 años. (ver grafica 3)

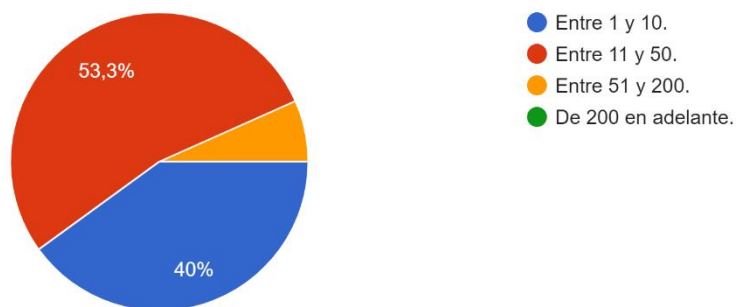
**Gráfica 3.** ¿Cuánto tiempo lleva la empresa en el sector?



*Fuente: Elaboración propia 2021.*

El 60% de las empresas encuestadas pertenecen o están clasificadas como PYMES (Pequeñas y medianas empresas), el otro 40% son microempresas. (ver grafica 4)

**Gráfica 4.** ¿Cuántos empleados tiene la empresa?

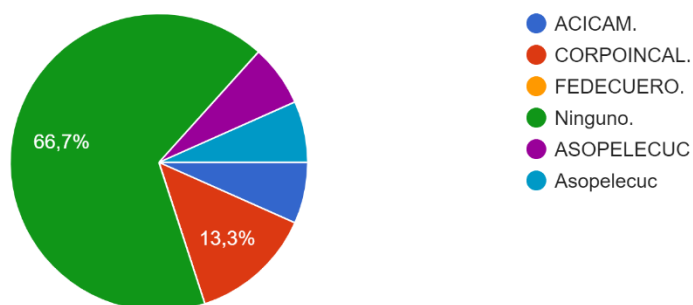


*Fuente: Elaboración propia 2021.*

El 66.7% de las empresas encuestadas dicen no pertenecer a ninguna agremiación. Mientras que el 13.3%, 6.7% y 13.3% dicen pertenecer a la

agremiación ASOPELECUC, ACICAM y CORPOINCAL, respectivamente. (ver grafica 5)

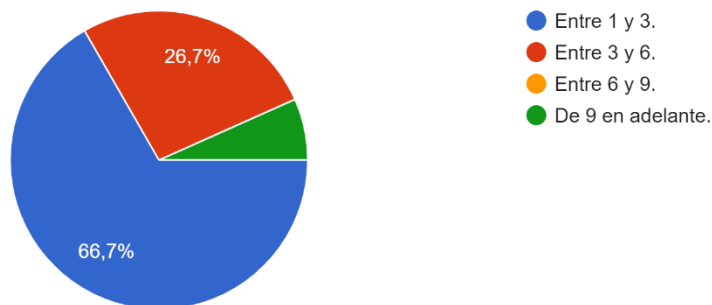
**Gráfica 5.** *¿Actualmente se encuentra afiliado a alguna Agremiación?*



***Fuente: Elaboración propia 2021.***

De las empresas encuestadas, el 66.7% manejan entre 1 y 3 líneas de productos, el 26.7% entre 3 y 6 líneas y solo el 6.7% maneja 9 o más líneas de productos, entre los cuales se pueden destacar productos para damas, caballeros y niños, así como también accesorios tales como bolsos, cinturones, billeteras, entre otros. (ver grafica 6)

**Gráfica 6.** ¿Cuántas líneas de productos maneja la empresa?



*Fuente: Elaboración propia 2021.*

#### 4.1.2. Dimensión: Costos de producción.

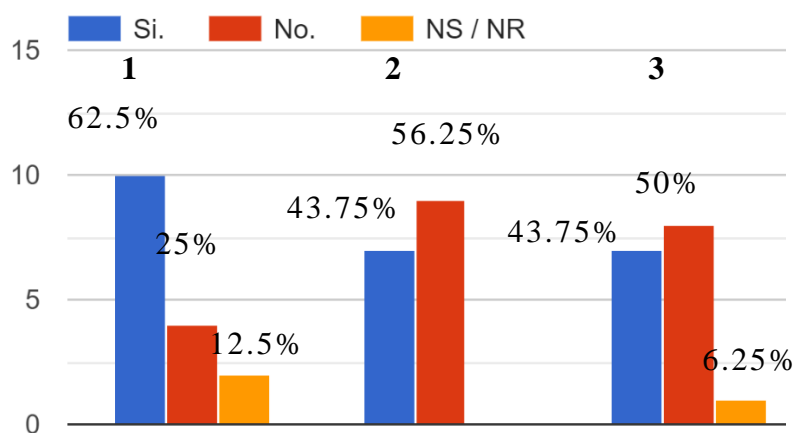
El 62.5% de las empresas encuestadas cuentan con un sistema de costos, el otro 25% restante no. (ver grafica 7)

Se les pregunto a las empresas si cuentan con un software contable o programa en el cual lleven control de los costos de sus productos y solo el 43.75% de esas empresas lo utilizan. (ver grafica 7)

El 43.75% de esas empresas consideran que con su sistema de costos se puede determinar el costo real del producto (MP. MOD, CIF), mientras que el 50% dice que no dado que no cuentan con un sistema de costos. (ver grafica 7)

**Gráfica 7. Manejo de los costos de producción 1.**

1. ¿conoce usted si la empresa maneja sistema de costos?, 2. ¿la empresa utiliza software o algún otro mecanismo contable para tener un control de los costos de sus productos?, 3. ¿considera usted que con el actual sistema se puede determinar el costo real de MP, MOD y CIF?



*Fuente: Elaboración propia 2021.*

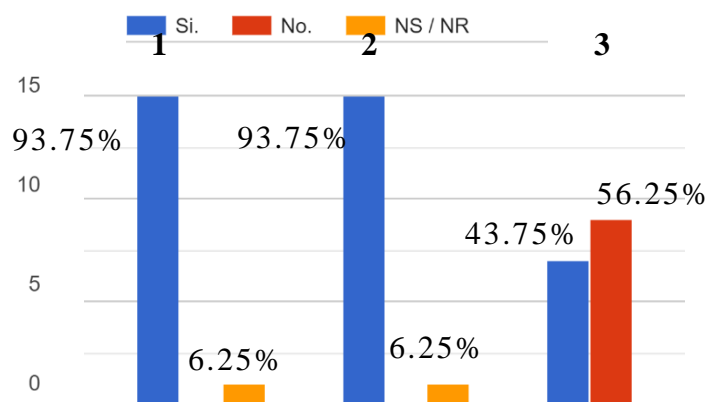
Solo el 6.25% de las empresas considera que no es necesario que en su empresa se implemente un sistema de costos, mientras que el 93.75% dice que si, dado que su empresa no cuenta con uno. (ver grafica 8)

El 93.75% de las empresas encuestadas aplican algún sistema de inventario, ya se inventario periódico o permanente. El % restante no lo aplica. (ver grafica 8)

Por otra parte, el 43.75% aplica un sistema de inventario. (ver grafica 8)

**Gráfica 8. Manejo de los costos de producción 2.**

1. ¿considera usted que la empresa está en condiciones de implementar un sistema de costos?, 2. ¿cree usted que es necesario implementar un sistema de costos que genere resultados más exactos?, 3. ¿la empresa aplica algún sistema de inventario?



*Fuente: Elaboración propia 2021.*

El 25% de las empresas no tienen en cuenta costos indirectos tales como: agua, luz depreciación, entre otros, como costos de producción. (ver grafica 9)

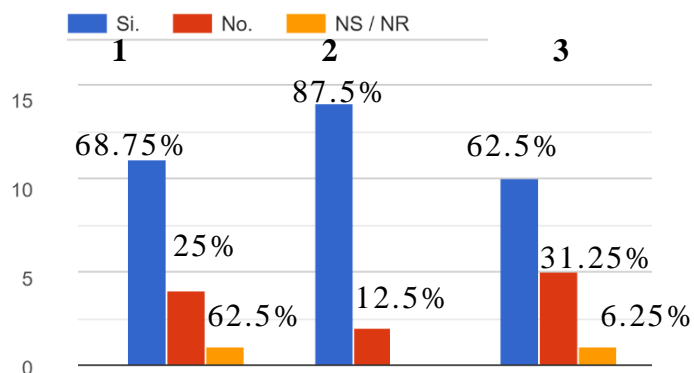
Se les preguntó a las empresas si el precio de venta varia para tener una mejor aceptación en el mercado, conociendo el margen de utilidad del producto, a lo cual el 87.5% de las empresas dijeron que sí. (ver grafica 9)

El 62.5% de las empresas dijeron que si sobre si los resultados de costos y gastos refleja los valores exactos incurridos en la fabricación de sus productos. El 6.25% no sabe no responde. (ver grafica 9)



**Gráfica 9. Manejo de los costos de producción 3.**

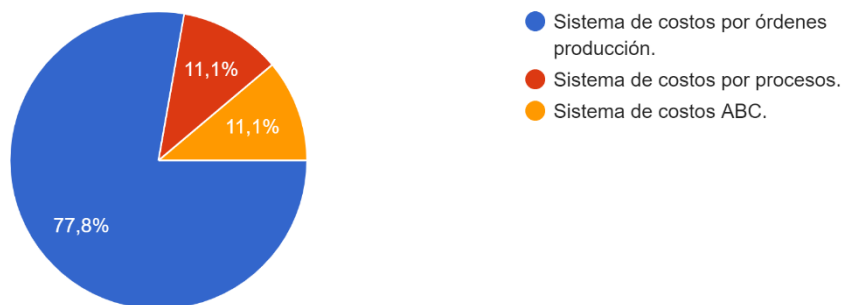
1. ¿ Los costos indirectos de fabricación como el agua, luz, depreciación de maquinaria, entre otros ; se cargan al costo del producto ? 2. ¿El precio de venta varia para tener una mejor aceptación en el mercado, conociendo el margen de utilidad del producto?, 3. ¿ Cree usted que los resultados de costos y gastos refleja los valores exactos incurridos en la fabricación del producto?



*Fuente: Elaboración propia 2021.*

De las empresas encuestadas que cuentan con un sistema de costos, el 77.8% aplican el sistema de costos por órdenes de producción. El 22.2% aplican sistema de costos por procesos y sistema de costos ABC, respectivamente. (ver grafica 10)

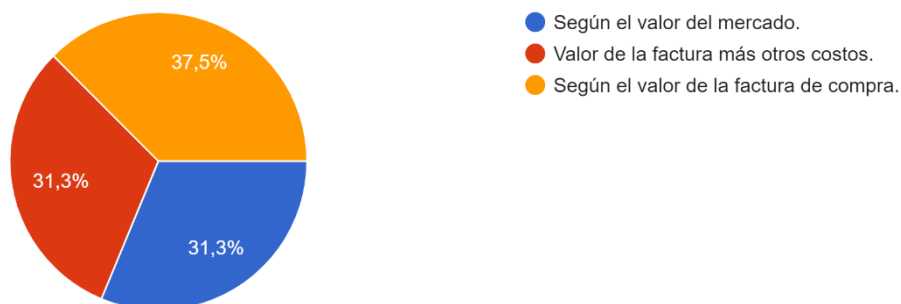
**Gráfica 10.** Sistema de costos utilizado.



**Fuente:** Elaboración propia 2021.

En tema de Materia prima, el 37.5% de las empresas considera que para determinar su costo se debe tener en cuenta el valor de la factura de compra, el 31.3% considera que el valor del mercado y el 31.3% restante considera que el valor de la factura más otros costos. (ver grafica 11)

**Gráfica 11.** Costo de la Materia Prima.

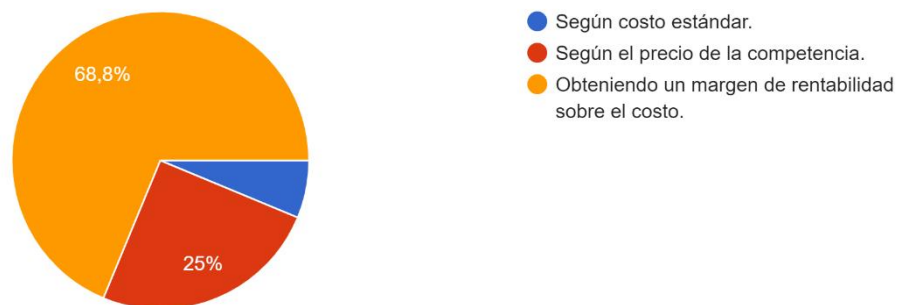


**Fuente:** Elaboración propia 2021.

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, el 68.8% de las empresas establecen el precio de venta de sus productos obteniendo un margen

de rentabilidad sobre el costo. El otro 25% y 6.2% mediante el precio de venta de la competencia y mediante costo estándar respectivamente. (Ver grafica 12)

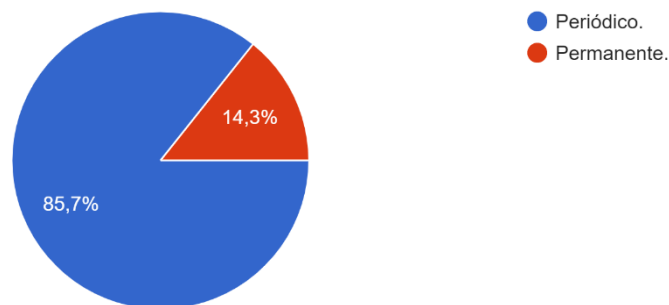
**Gráfica 12.** *Precio de venta del producto.*



**Fuente:** *Elaboración propia 2021.*

De las empresas que respondieron que aplican sistema de inventario, el 85.7% de estas aplican sistema de inventario periódico, el otro 14.3% aplica sistema de inventario permanente. (Ver grafica 13)

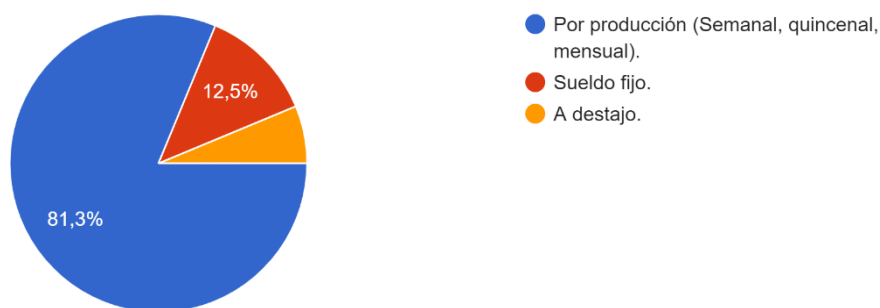
**Gráfica 13.** *Sistema de inventario aplicado.*



**Fuente:** *Elaboración propia 2021.*

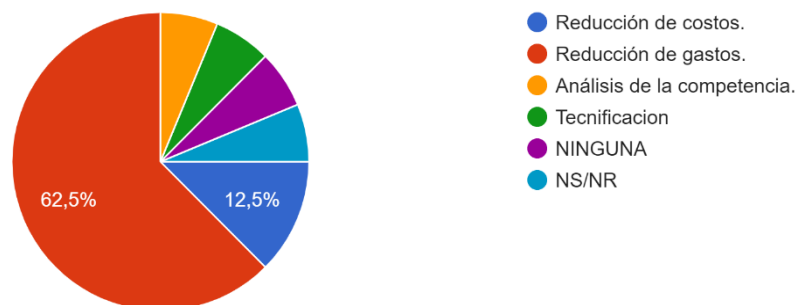
Normalmente las empresas del sector calzado pagan a sus empleados por producción (semanal, quincenal o mensual) lo que equivale al 81.3% de las empresas encuestadas. El 12.5% pagan a sus empleados a sueldo fijo y solo el 6.2% pagan a destajo. (Ver grafica 14)

**Gráfica 14.** *Pago de Mano de Obra.*



**Fuente:** *Elaboración propia 2021.*

En materia de la Ganancia bruta, el 62.5% de las empresas considera que es necesario para mejorar dicha ganancia la reducción de los gastos y el 12.5% la reducción de los costos. El 25% dice que es necesario analizar la competencia, tecnificación y otros no saben no responden y otros dicen que no hay ninguna forma de mejorar la ganancia bruta. (Ver grafica 15)

**Gráfica 15. Ganancia Bruta.**

***Fuente: Elaboración propia 2021.***

#### ***4.1.3. Dimensión: Rentabilidad.***

En relación a la Rentabilidad se obtuvieron los siguientes resultados:

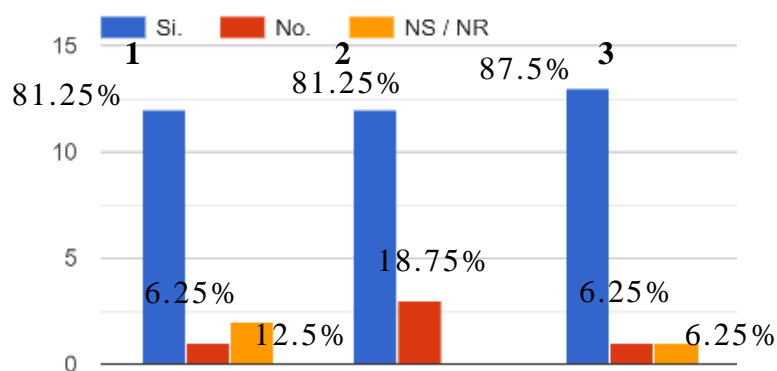
El 81.25% de las empresas creen que la utilidad que se obtiene está basada en los costos de producción. El 18.75% restante no tiene conocimiento. (ver grafica 16)

El 18.75% de las empresas creen que las ventas proyectadas no son rentables para ellas. (ver grafica 16)

El 87.5% consideran que las ganancias de sus empresas están basadas en el margen bruto. (ver grafica 16)

**Gráfica 16. Información acerca de la Rentabilidad 1.**

1. ¿En los procesos productivos, la utilidad que se obtiene está basada en los costos de producción?, 2. ¿Las ventas proyectadas son rentables para la empresa?, 3. ¿La ganancia de la empresa está basada en el margen bruto?



*Fuente: Elaboración propia 2021.*

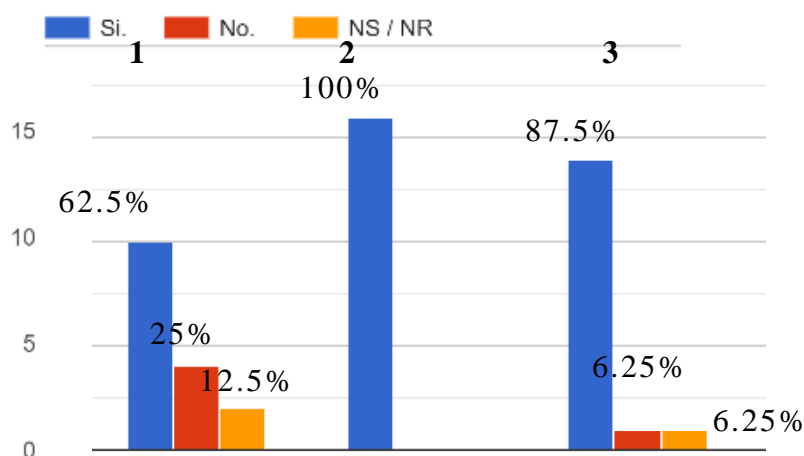
El 25% de las empresas no tienen conocimiento sobre si sus activos utilizados en la producción se fundamentan en el costo totales. (ver grafica 17)

El 100% de las empresas consideran que las ventas son el pilar de las empresas por lo que se debe establecer un precio de venta considerando los márgenes de ganancias. (ver grafica 17)

En cuanto a los costos primos si permiten o no dar eficacia a la producción, el 87.5% de las empresas respondieron que sí. (ver grafica 17)

**Gráfica 17. Información acerca de la Rentabilidad 2.**

1. ¿Los activos usados para la producción se fundamentan en los costos totales?, 2. ¿Las ventas son el pilar de la empresa, por lo tanto, se debe establecer un precio de venta considerando los márgenes de ganancias?, 3. ¿Los Costos Primos (Materia Prima Directa y Mano de Obra Directa) permiten dar eficiencia a la producción?



*Fuente: Elaboración propia 2021.*

Para las empresas del sector calzado es muy importante y sobre todo necesario acudir al apalancamiento ya que el área de producción es la que tiene mayores gastos, es por eso que 87.5% de las empresas respondieron que sí. (ver grafica 18)

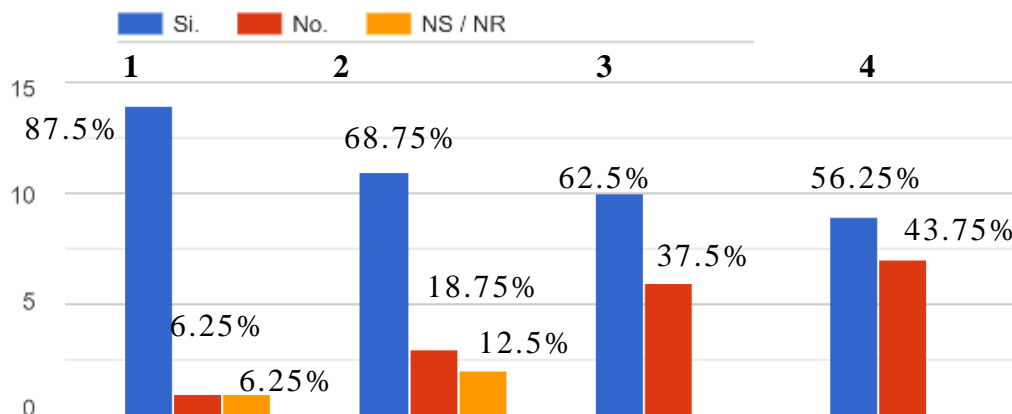
Para el 68.75% de las empresas encuestadas el patrimonio de la empresa indica el beneficio logrado por parte del área productiva y gerencia, así como también las empresas son rentables según el capital aportado respectivamente. (ver grafica 18)

El margen de utilidad es importante en todas las empresas puesto que al final de un año gravable saben cuántas fueron sus ganancias, es por eso que el 62.5% de las empresas conocen cuál es su margen de utilidad luego de deducir sus costos y gastos. (ver grafica 18)

El 56.25% de las empresas consideran que su capital es el adecuado para llevar a cabo sus habilidades. (ver grafica 18)

**Gráfica 18. Información acerca de la Rentabilidad 3.**

1. ¿La empresa ve necesario acudir al apalancamiento, siendo el área de producción la que tiene mayores gastos?, 2. ¿El patrimonio de la empresa indica el beneficio logrado por parte del área productiva y gerencia?, 3. ¿La empresa conoce cuál es su margen de utilidad neta después de deducir sus costos y gastos?, 4. ¿El capital de la empresa es el adecuado para llevar a cabo sus actividades con normalidad?



**Fuente: Elaboración propia 2021.**



#### **4.2. Analizar los índices de rentabilidad de las empresas del sector calzado.**

Para proceder a analizar los índices de rentabilidad de las empresas participantes del sector calzado, se obtuvo de antemano informes y/o reportes financieros suministrados por Compite360 en alianza con la Cámara de Comercio de Cúcuta. (ver tabla 4)

De acuerdo con la información suministrada y una vez analizada podemos resumir que la rentabilidad de las empresas del sector calzado se asemejan entre sí, dado que la mayoría de ellas se asemejan y se adaptan a los procesos y/o procedimientos utilizados por otras empresas tales como procesos para costear sus productos, (sean o no por medio de sistemas de costos), análisis de la competencia en cuanto a calidad-precio (calidad de la materia prima y precio de venta al público) y también en innovación (nuevos modelos de calzado) y llegar así ser competitivos en un mercado de amplia competencia.

Los resultados en cuanto a la rentabilidad oscilan entre un 5% y 9% (promedio). En las empresas que manejan sistemas de costos y/o sistema de inventario, se puede apreciar una diferencia en cuanto al nivel de la rentabilidad, manifestando así las empresas que es de su importancia y necesidad implementar dicho sistema para tener control de los costos incurridos y como varían estos en un periodo determinado.

La gran mayoría de estas empresas no hacen seguimiento a sus costos periodo a periodo (aunque apliquen sistema de costos) y dejan de lado costos que son sumamente importantes a la hora de costear sus productos lo cual al final del periodo se ve afectada su nivel de rentabilidad. (ver tabla 4)

**Tabla 3. Razón de rentabilidad.**

	<b>RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO</b>	<b>RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO</b>	<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	<b>OBSERVACION</b>	
<b>RAZON DE RENTABILIDAD</b>	EMPRESA 1	5.65%	3.27%	0%	*
	EMPRESA 2	8.83%	6.55%	0%	*
	EMPRESA 3	5.63%	3.93%	0%	**
	EMPRESA 4	5.63%	3.93%	0%	*
	EMPRESA 5	4.22%	2.12%	0%	*
	EMPRESA 6	5.65%	3.27%	0%	*
	EMPRESA 7	4.79%	3.85%	0%	**
	EMPRESA 8	5.63%	3.93%	0%	**
	EMPRESA 9	5.65%	3.27%	0%	*
	EMPRESA 10	11.15%	3.86%	0%	*
	EMPRESA 11	5.63%	3.93%	0%	*
	EMPRESA 12	5.63%	3.93%	0%	***

***Fuente: Elaboración propia 2021.***

*\*SI*

*\*\*NO*

*\*\*NS/NR*

**4.3. Diseñar un sistema de costos que se ajuste a las necesidades de las pymes fabricantes del sector calzado de la ciudad de Cúcuta, que les permita conocer el costo real de los productos para la adecuada toma de decisiones.**

Para el cumplimiento del 3er objetivo específico, se llevó a cabo una encuesta en la cual participaron empresarios del sector calzado (administradores o encargados de las fábricas). Dentro de esta encuesta encontramos los 3 elementos del costo: Materia Prima, Mano de Obra Directa y Costos Indirectos de Fabricación – CIF. Las encuestas relacionadas a continuación fueron contestadas por las empresas de acuerdo a los manejos internos de los costos de cada una de ellas y desglosando los costos incurridos en la fabricación de una línea de producto.

**4.3.1. Empresa 1.**

**Cuadro 1. Empresa 1 M.P.**



*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

**Cuadro 2.** Empresa 1 M.O.D.

MANO DE OBRA	VALOR	PRESTACIONES	COSTO
MODELAJE	\$ 0	\$ 0	\$ 0
CORTADA	\$ 1,200	\$ 252	\$ 1,452
GUARNICION	\$ 2,500	\$ 525	\$ 3,025
MONTADA	\$ 1,800	\$ 378	\$ 2,178
SOLETEADA	\$ 0	\$ 0	\$ 0
LIMPIADA	\$ 850	\$ 179	\$ 1,029
COSIDA	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>COSTO TOTAL MOD POR UNIDAD</b>			<b>\$ 7,684</b>

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

**Cuadro 3.** Empresa 1 C.I.F.

OTROS COSTOS POR UNIDAD	UNIDAD	RENDIMIENTO	COSTO
BOLSA	\$ 150	1	\$ 150
PAPEL	\$ 150	1	\$ 150
CAJA PARA ZAPATO	\$ 750	1	\$ 750
TRANSPORTE MCIA	\$ 80,000	1,000	\$ 80
BOLSA GRANDE	\$ 5,000	40	\$ 125
COSIDA ZAPATO	\$ 1,000	1	\$ 1,000
		1	\$ 0
		1	\$ 0
		1	\$ 0
<b>TOTAL COSTO POR UNIDAD</b>			<b>\$ 2,255</b>

COSTOS FIJOS Y VARIABLES MENSUALES	COSTO MENSUAL	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO
Jefe	\$ 2,200,000	1,000	\$ 2,200
Administrador	\$ 1,800,000	1,000	\$ 1,800
Contador (ocasional)	\$ 0	1,000	\$ 0
Aux contable	\$ 1,200,000	1,000	\$ 1,200
Secretaria	\$ 0	1,000	\$ 0
Luz	\$ 196,000	1,000	\$ 196
Agua	\$ 85,000	1,000	\$ 85
Telefono	\$ 0	1,000	\$ 0
Internet	\$ 60,000	1,000	\$ 60
Arriendo	\$ 600,000	1,000	\$ 600
Gas (bombona)	\$ 21,667	1,000	\$ 22
Muestras y moldes		1,000	\$ 0
Ferías y stand		1,000	\$ 0
Mantenimiento		1,000	\$ 0
Financieros		1,000	\$ 0
Transporte		1,000	\$ 0
Otros (gasolina)	\$ 100,000	1,000	\$ 100
		1,000	\$ 0
		1,000	\$ 0
	\$ 6,262,667	1,000	\$ 6,263
<b>COSTO FIJO TOTAL UNITARIO</b>			<b>\$ 6,263</b>

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

#### **Cuadro 4. Empresa 1 P.V.**

	COSTO UNITARIO
MATERIA PRIMA	\$ 23,769
MANO DE OBRA	\$ 7,684
OTROS COSTOS	\$ 2,255
CIF	\$ 6,263
<b>COSTO DE FABRICACION</b>	<b>\$ 39,970</b>
UTILIDAD	\$ 5,000
<b>PRECIO DE VENTA SIN IVA</b>	<b>\$ 44,970</b>
IVA DEL 19%	\$ 8,544
<b>PRECIO DE VENTA CON IVA</b>	<b>\$ 53,514</b>

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

## 4.3.2. Empresa 2.

**Cuadro 5. Empresa 2 M.P.**

NOMBRE DE LA EMPRESA:

The Lee Shoes

LINEA O MODELO DE PRODUCTO A COSTEAR:

CALZADO DEPORTIVO

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR COMPRA	RENDIMIENTO	COSTO UNITARIO
material	metro	\$ 24,500	10	\$ 2,450
forro	metro	\$ 7,000	10	\$ 700
machito	metro	\$ 18,000	20	\$ 900
fique	metro	\$ 5,500	55	\$ 100
quesillo	metro	\$ 4,500	30	\$ 150
espuma #1	metro	\$ 5,000	50	\$ 100
yumbolon	metro	\$ 5,000	30	\$ 167
plantifique	metro	\$ 9,000	25	\$ 360
plantilla salpa	metro	\$ 9,000	25	\$ 360
recuños	metro	\$ 6,000	100	\$ 60
suela	par	\$ 8,000	1	\$ 8,000
super	cuñete	\$ 148,000	200	\$ 740
pegue	cuñete	\$ 150,000	400	\$ 375
ogui	galon	\$ 75,000	80	\$ 938
material puntera	metro	\$ 7,000	50	\$ 140
material contrafuerte	metro	\$ 5,500	50	\$ 110
hilos	rollo	\$ 9,000	50	\$ 180
liquido limpiador at 20	galon	\$ 35,000	300	\$ 117
ojaletes	paquete	\$ 18,000	24	\$ 750
cordones	paquete	\$ 30,000	120	\$ 250

SUBTOTAL MATERIA PRIMA

\$ 16,946

DESPERDICIO - calculo aproximado del 5% en materiales y forro

\$ 847

COSTO TOTAL MP POR UNIDAD

\$ 17,793

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

**Cuadro 6. Empresa 2 M.O.D.**

<b>MANO DE OBRA</b>	<b>VALOR</b>	<b>PRESTACIONES</b>	<b>COSTO</b>
MODELAJE	\$ 0	\$ 0	\$ 0
CORTADA	\$ 850	\$ 179	\$ 1,029
GUARNICION	\$ 1,950	\$ 410	\$ 2,360
MONTADA	\$ 1,300	\$ 273	\$ 1,573
SOLETEADA	\$ 1,100	\$ 231	\$ 1,331
LIMPIADA	\$ 750	\$ 158	\$ 908
COSIDA	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>COSTO TOTAL MOD POR UNIDAD</b>			<b>\$ 7,200</b>

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

**Cuadro 7. Empresa 2 C.I.F.**

<b>OTROS COSTOS POR UNIDAD</b>	<b>valor</b>	<b>RENDIMIENTO</b>	<b>COSTO</b>
bolsas plasticas	\$ 5,000	900	\$ 6
papel periodico reciclado	\$ 50,000	1000	\$ 50
caja para par	\$ 750	1	\$ 750
cinta	\$ 20,000	1,000	\$ 20
rollo para embalar	\$ 10,000	220	\$ 45
cosida	\$ 850	1	\$ 850
caja tachuelas	\$ 10,000	100	\$ 100
limpiador zapato	\$ 28,000	220	\$ 127
minas para marcar zapatos	\$ 1,200	40	\$ 30
<b>TOTAL COSTO POR UNIDAD</b>			<b>\$ 1,978</b>



COSTOS FIJOS Y VARIABLES MENSUALES	COSTO MENSUAL	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO
Jefe	\$ 2,350,000	1,800	\$ 1,306
Administrador	\$ 1,700,000	1,800	\$ 944
Contador (honorarios)	\$ 400,000	1,800	\$ 222
Secretaria aux contable	\$ 1,500,000	1,800	\$ 833
Luz	\$ 550,000	1,800	\$ 306
Agua	\$ 120,000	1,800	\$ 67
Telefono	\$ 0	1,800	\$ 0
Internet	\$ 92,000	1,800	\$ 51
Arriendo	\$ 950,000	1,800	\$ 528
Gas	\$ 0	1,800	\$ 0
modelaje (moldes para cortar)	\$ 650,000	1,800	\$ 361
Ferías y stand	\$ 0	1,800	\$ 0
Mantenimiento	\$ 0	1,800	\$ 0
Financieros	\$ 0	1,800	\$ 0
Transporte	\$ 100,000	1,800	\$ 56
Otros gastos	\$ 100,000	1,800	\$ 56
	<b>\$ 8,512,000</b>	<b>1,800</b>	<b>\$ 4,729</b>
<b>COSTO FIJO TOTAL UNITARIO</b>			<b>\$ 4,729</b>

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

**Cuadro 8. Empresa 2 P.V.**

CONCEPTOS	COSTO UNITARIO
MATERIA PRIMA	\$ 17,793
MANO DE OBRA	\$ 7,200
OTROS COSTOS	\$ 1,978
CIF	\$ 4,729
<b>COSTO DE FABRICACION</b>	<b>\$ 31,700</b>
UTILIDAD	\$ 6,750
<b>PRECIO DE VENTA SIN IVA</b>	<b>\$ 38,450</b>
IVA DEL 19%	\$ 7,305
<b>PRECIO DE VENTA CON IVA</b>	<b>\$ 45,755</b>

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

### 4.3.3. Empresa 3.

**Cuadro 9. Empresa 3 M.P.**

**NOMBRE DE LA EMPRESA:** PITY SHOES

**LINEA O MODELO DE PRODUCTO A COSTEAR:** sandalia plana

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR COMPRA	RENDIMIENTO (par)	COSTO UNITARIO
suela	par	\$ 2,500	1	\$ 2,500
plantilla	par	\$ 700	1	\$ 700
pegue (todo el proceso)	cuñete	\$ 100,000	500	\$ 200
super (todo el proceso)	cuñete	\$ 140,000	250	\$ 560
ogui (todo el proceso)	cuñete	\$ 260,000	400	\$ 650
forro	metro	\$ 10,000	20	\$ 500
material	metro	\$ 30,000	24	\$ 1,250
adornos (herrajes)	par	\$ 2,000	1	\$ 2,000
hebilla	par	\$ 250	1	\$ 250
hilos	rollo	\$ 30,000	1000	\$ 30

**SUBTOTAL MATERIA PRIMA**

**DESPERDICIO**

**COSTO TOTAL MP POR UNIDAD**

<b>\$ 8,640</b>
no aplica
<b>\$ 8,640</b>

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

**Cuadro 10. Empresa 3 M.O.D.**

MANO DE OBRA	VALOR	PRESTACIONES	COSTO
MODELAJE - no aplica	\$ 0	\$ 0	\$ 0
CORTADA	\$ 600	\$ 132	\$ 732
GUARNICION	\$ 1,500	\$ 330	\$ 1,830
MONTADA	\$ 1,500	\$ 330	\$ 1,830
SOLETEADA - no aplica	\$ 0	\$ 0	\$ 0
LIMPIADA	\$ 400	\$ 88	\$ 488
COSIDA - no aplica	\$ 0	\$ 0	\$ 0
estampado	\$ 100	\$ 22	\$ 122
<b>COSTO TOTAL MOD POR UNIDAD</b>			<b>\$ 5,002</b>

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

**Cuadro 11. Empresa 3 C.I.F.**

OTROS COSTOS POR UNIDAD	UNIDAD	RENDIMIENTO (par)	COSTO
bolsa	\$ 4,000	100	\$ 40
papel periodico	\$ 28,000	200	\$ 140
caja carton para empacar sandalia	\$ 500	1	\$ 500
taco - marquilla	\$ 200	1	\$ 200
caja grande \$20,000 x 48pares(cuando se envia a otros ciudades)	\$ 20,000	48	\$ 417
transporte (cuando se envia a otros ciudades)	\$ 15,000	48	\$ 313
tachuela	\$ 9,000	500	\$ 18

<b>TOTAL COSTO POR UNIDAD</b>	<b>\$ 1,627</b>
-------------------------------	-----------------

COSTOS FIJOS Y VARIABLES MENSUALES	COSTO MENSUAL	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO
Jefe	\$ 2,000,000	500	\$ 4,000
Administrador - no aplica	no aplica	no aplica	no aplica
Contador - ocasionalmente	no aplica	no aplica	no aplica
Aux contable - no aplica	no aplica	no aplica	no aplica
Secretaria - no aplica	no aplica	no aplica	no aplica
Luz - valor promedio mensual	\$ 175,000	500	\$ 350
Agua - valor promedio mensual	\$ 100,000	500	\$ 200
Telefono - no aplica	no aplica	500	no aplica
Internet	\$ 63,000	500	\$ 126
Arriendo	\$ 500,000	500	\$ 1,000
Gas - no aplica	no aplica	500	no aplica
Transporte compra de materiales - \$60,000 semanal * 4 semanas	\$ 400,000	500	\$ 800
	<b>\$ 3,238,000</b>	<b>500</b>	<b>\$ 6,476</b>

<b>COSTO FIJO TOTAL UNITARIO</b>			<b>\$ 6,476</b>
----------------------------------	--	--	-----------------

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

**Cuadro 12. Empresa 3 P.V.**

	COSTO UNITARIO
MATERIA PRIMA	\$ 8,640
MANO DE OBRA	\$ 5,002
OTROS COSTOS	\$ 1,627
CIF	\$ 6,476
<b>COSTO DE FABRICACION</b>	<b>\$ 21,745</b>
UTILIDAD	\$ 4,000
<b>PRECIO DE VENTA SIN IVA</b>	<b>\$ 25,745</b>
IVA DEL 19%	\$ 4,892
<b>PRECIO DE VENTA CON IVA</b>	<b>\$ 30,637</b>

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

#### 4.3.4. Empresa 4.

**Cuadro 13. Empresa 4 M.P.**

**NOMBRE DE LA EMPRESA:** Calzado Creaciones Thomas Jeronimo  
**LINEA O MODELO DE PRODUCTO A COSTEAR:** Deportivo Good Vibes

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNIDAD	RENDIMIENTO	COSTO UNITARIO
Planta	PAR	\$ 10,000	1	10000
Material	metro	\$ 4,000	1	4000
Carnaza	PAR	\$ 2,000	1	2000
Forro	Par	\$ 1,400	1	1400
Cordon	Par	\$ 1,000	1	1000
Bordado	Par	\$ 1,000	1	1000
Estampado	Par	\$ 800	1	800
Plantilla	Par	\$ 300	1	300
Plantifiq	Par	\$ 300	1	300
Pegue	Lt	\$ 28,000	40	700
Ogui	Lt	\$ 72,000	90	800
Super	Lt	\$ 82,000	100	820
Empaque	und	\$ 300	1	300

<b>SUBTOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$ 23,420
<b>DESPERDICIO</b>	
<b>COSTO TOTAL MP POR UNIDAD</b>	\$ 23,420

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

**Cuadro 14. Empresa 4 M.O.D.**

MANO DE OBRA	VALOR	PRESTACIONES	COSTO
CORTADA	\$ 1,200	\$ 264	\$ 1,464
GUARNICION	\$ 2,500	\$ 550	\$ 3,050
MONTADA	\$ 1,800	\$ 396	\$ 2,196
LIMPIEZA	\$ 850	\$ 187	\$ 1,037
COSIDA	\$ 1,000	\$ 220	\$ 1,220

<b>COSTO TOTAL MOD POR UNIDAD</b>	\$ 8,967
-----------------------------------	----------

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

**Cuadro 15. Empresa 4 C.I.F.**

OTROS COSTOS POR UNIDAD	UNIDAD	RENDIMIENTO	COSTO
COSIDA	10000	1	10000
<b>TOTAL COSTO POR UNIDAD</b>			10000
COSTOS FIJOS Y VARIABLES MENSUALES	COSTO MENSUAL	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO
Luz	196000	1500	130.7
Arriendo	600000	1500	400.0
Gas	21700	1500	14.5
Transporte	30000	1500	20.0
Otros	100000	1500	66.7
		1500	0.0
	947700		631.8
<b>COSTO FIJO TOTAL UNITARIO</b>			631.8

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

**Cuadro 16. Empresa 4 P.V.**

	COSTO UNITARIO
MATERIA PRIMA	23420
MANO DE OBRA	8967
OTROS COSTOS	10000
CIF	631.8
<b>COSTO DE FABRICACION</b>	43018.8
UTILIDAD	
<b>PRECIO DE VENTA SIN IVA</b>	43018.8
IVA DEL 19%	\$ 8,173.57
<b>PRECIO DE VENTA CON IVA</b>	<b>\$ 51,192.37</b>

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

## 4.3.5. Empresa 5.

Cuadro 17. Empresa 5 M.P.

NOMBRE DE LA EMPRESA: Luciana By Angel  
 LINEA O MODELO DE PRODUCTO A COSTEAR: Modelo Tennis Deportivo

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNIDAD	RENDIMIENTO	COSTO UNITARIO
Planta	PAR	\$ 8,000	1	8000
Corte	PAR	\$ 4,000	1	4000
Cordon	Par	\$ 350	1	350
Repujado	Par	\$ 800	1	800
Estampado	Par	\$ 800	1	800
Plantilla	Par	\$ 300	1	300
Plantifiq	Par	\$ 300	1	300
Pegue	Par	\$ 540	1	540
Ogui	Par	\$ 700	1	700
Super	Par	\$ 700	1	700
Empaque	Par	\$ 300	1	300
Forro	Par	\$ 1,200	1	1200

<b>SUBTOTAL MATERIA PRIMA</b>	\$ 17,990
<b>DESPERDICIO</b>	
<b>COSTO TOTAL MP POR UNIDAD</b>	\$ 17,990

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

Cuadro 18. Empresa 5 M.O.D.

MANO DE OBRA	VALOR	PRESTACIONES	COSTO
CORTADA	\$ 1,000	\$ 220	\$ 1,220
GUARNICION	\$ 1,600	\$ 352	\$ 1,952
MONTADA	\$ 1,500	\$ 330	\$ 1,830
LIMPIEZA	\$ 700	\$ 154	\$ 854
COSIDA	\$ 800	\$ 176	\$ 976
<b>COSTO TOTAL MOD POR UNIDAD</b>			\$ 6,832

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

**Cuadro 19. Empresa 5 C.I.F.**

OTROS COSTOS POR UNIDAD	UNIDAD	RENDIMIENTO	COSTO
COSIDA	8000	1	8000

<b>TOTAL COSTO POR UNIDAD</b>			8000
-------------------------------	--	--	------

COSTOS FIJOS Y VARIABLES MENSUALES	COSTO MENSUAL	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO
Luz	200000	1000	200.0
Arriendo	0	1000	0.0
Gas	50000	1000	50.0
Transporte	50000	1000	50.0
Otros	100000	1000	100.0
		1000	0.0
	400000		400.0

<b>COSTO FIJO TOTAL UNITARIO</b>			400.0
----------------------------------	--	--	-------

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

**Cuadro 20. Empresa 5 P.V.**

	COSTO UNITARIO
MATERIA PRIMA	17990
MANO DE OBRA	6832
OTROS COSTOS	8000
CIF	400
<b>COSTO DE FABRICACION</b>	33222
UTILIDAD	
<b>PRECIO DE VENTA SIN IVA</b>	33222
IVA DEL 19%	6312.18
<b>PRECIO DE VENTA CON IVA</b>	<b>\$ 39,534.18</b>

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

## 4.3.6. Empresa 6.

Cuadro 21. Empresa 6 M.P.

NOMBRE DE LA EMPRESA:	CALZADO KADOSH S.A.S
LINEA O MODELO DE PRODUCTO A COSTEAR:	DEPORTIVO REF 1120

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNIDAD	RENDIMIENTO	COSTO UNITARIO
MATERIAL BASE	MTR	\$ 23,000	10	2300
MACHITO NEGRO	MTR	\$ 16,000	24	667
FORRO LICRON	MTR	\$ 7,000	8	875
PIQUE	MTR	\$ 4,200	50	84
TACO QUESILLO PRODUEVA	MTR	\$ 5,300	32	166
POLITEX GALLETA	MTR	\$ 2,000	45	44
ESPUMA N°1	MTR	\$ 4,000	60	67
CORDONES 110	GRUESA	\$ 35,000	144	243
YUMBOLON N° 8	MTR	\$ 4,900	36	136
QUESILLO	MTR	\$ 4,500	30	150
PLANTIPIQUE/ PRODUPIQUE	LAMINA	\$ 8,000	30	267
PLANTILLA SALPA CON QUESILLO	LAMINA	\$ 8,700	30	290
PRODUEVA PARA RECUÑOS	MTR	\$ 5,300	100	53
SUELA	PAR	\$ 7,000	1	7000
SUPER MONTADA GUARNICIÓN LIMPIEZA	CUÑETE	\$ 143,200	175	818
GOTA VULCANIZANTE PEGAUCHO	FRASCO PEQUEÑO	\$ 7,000	300	23
MADRESELVA (PUNTERA)	MTR	\$ 6,850	50	137
PINPON 0.85 (CONTRAFUERTE)	LAMINA	\$ 5,300	50	106
TACHUELA 2 1/2	CAJA	\$ 9,100	100	91
HILOS	CONO	\$ 8,330	48	174
AT-20 LIMPIADOR PEGAUCHO	GALON	\$ 32,650	250	131
LIMPIADOR #3	GALON	\$ 26,500	200	133
DISOLVENTE	GALON	\$ 27,900	800	35
MINAS	UND	\$ 1,000	36	28
ENDURECEDOR CONTINENTAL	GALON	\$ 31,200	200	156
PU PLUS PEGUE SUELAS OGGI	GALON	\$ 148,400	450	330
SOLUCION CONTINENTAL	LATA	\$ 64,300	200	322
PU-85 BASE PEGAUCHO	GALON	\$ 41,100	400	103
LATEX BAJO OLOR	GALON	\$ 36,000	120	300
OJALETES 5/32	MILLAR	\$ 18,000	24	750
VARIOS	PAR	\$ 500	1	500

<b>SUBTOTAL MATERIA PRIMA</b>	<b>\$ 16,476</b>
<b>DESPERDICIO</b>	<b>\$ 330</b>
<b>COSTO TOTAL MP POR UNIDAD</b>	<b>\$ 16,806</b>

Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.



**Cuadro 22.** Empresa 6 M.O.D.

MANO DE OBRA	VALOR	PRESTACIONES	COSTO
CORTADA	\$ 800	\$ 176	\$ 976
GUARNICION	\$ 1,800	\$ 396	\$ 2,196
MONTADA	\$ 1,000	\$ 220	\$ 1,220
SOLETIADA	\$ 1,000	\$ 220	\$ 1,220
PUBLICIDAD	\$ 500	\$ 0	\$ 500
LIMPIEZA	\$ 800	\$ 176	\$ 976
<b>COSTO TOTAL MOD POR UNIDAD</b>			<b>\$ 7,088</b>

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

**Cuadro 23.** Empresa 6 C.I.F.

OTROS COSTOS POR UNIDAD	UNIDAD	RENDIMIENTO	COSTO
BOLSA NEGRA	4000	8	500
CAJA PEQUEÑA	650	1	650
PAPEL	55000	1000	55
CINTA DE EMBALAR	7000	200	35
BOLSA TRANSPARENTE	5000	100	50
<b>TOTAL COSTO POR UNIDAD</b>			<b>1290</b>

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

**Cuadro 24. Empresa 6 C.I.F.**

<b>COSTOS FIJOS Y VARIABLES MENSUALES</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>UNIDADES PRODUCIDAS</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>
SUELDO ADMINISTRADOR	\$ 1,810,000	2000	905
GERENTES	\$ 2,000,000	2000	1000
SUPERVISOR 2	\$ 892,000	2000	446
SERVICIO GENERALES	\$ 892,000	2000	446
SUELDO CONTADOR	\$ 300,000	2000	150
SECRETARIA	\$ 1,480,000	2000	740
AUXILIAR ADMINISTRATIVO	\$ 740,000	2000	370
LUZ	\$ 700,000	2000	350
AGUA	\$ 150,000	2000	75
TELEFONO - INTERNET	\$ 100,000	2000	50
ARRIENDO	\$ 1,200,000	2000	600
GAS PARA SOLETIAR	\$ 50,000	2000	25
MUESTRAS Y MOLDES	\$ 500,000	2000	250
FERIAS Y STAND	\$ 1,000,000	2000	500
MANTENIMIENTO	\$ 30,000	2000	15
FINANCIEROS	\$ 2,500,000	2000	1250
TRANSPORTE	\$ 30,000	2000	15
VARIOS	\$ 30,000	2000	15
	\$ 14,404,000	2000	7202

<b>COSTO FIJO TOTAL UNITARIO</b>			<b>\$ 7,202</b>
----------------------------------	--	--	-----------------

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

**Cuadro 25. Empresa 6 P.V.**

	<b>COSTO UNITARIO</b>
MATERIA PRIMA	16806
MANO DE OBRA	7088
OTROS COSTOS	1290
CIF	7202
<b>COSTO DE FABRICACION</b>	<b>\$ 32,386</b>
UTILIDAD	6000
<b>PRECIO DE VENTA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 38,386</b>
IVA DEL 19%	\$ 7,293
<b>PRECIO DE VENTA CON IVA</b>	<b>\$ 45,680</b>

*Fuente: Diseño propio basado en Microsoft Excel 2022.*

## Conclusiones

Con la terminación de esta investigación se pudo determinar mediante un análisis cuantitativo obtenido a través de las encuestas realizadas, sobre la caracterización, manejo de costos y rentabilidad, que una gran parte (aquí podemos dar porcentaje) de las empresas del sector calzado de la ciudad de Cúcuta no contaban con un sistema de costos que les permitiera determinar el costo real de sus productos y a su vez establecer costos adecuados, estas empresas establecían los costos de sus productos de manera empírica de acuerdo a su experiencia y trayectoria en este sector, por lo cual no se estaban cargando todos los costos al producto, ya que se omitían algunos costos adicionales los cuales son necesarios para la fabricación de dichos productos.

También se logró analizar un comparativo de la situación financiera de las empresas, el cual nos permitió determinar que las empresas que contaban con un sistema de costos adecuado tienen una mejor situación financiera y una mejor rentabilidad.

Por último, se procedió a diseñar un sistema de costos (ficha técnica) en el que se cargaron todos los costos al producto como lo son los costos de materia prima, costos de mano de obra directa, costos indirectos de fabricación, entre otros costos, que las empresas no relacionaban a la hora de costear sus productos, para que aquellas empresas que no contaban con dicho sistema

pudiesen implementarlo con el fin de que estas empresas pudiesen establecer correctamente el costo de sus productos y el precio de venta, para así poder tener una mejor rentabilidad y ser más competitivos en el sector, como también conocer el costo del inventario de materia prima en cualquier momento y poder tomar mejores decisiones financieras.

## **Recomendaciones**

Se recomienda que las empresas utilicen de manera permanente el sistema de costos diseñado (ficha técnica) para ellas, realizando constantemente revisiones para constatar que están incluyéndose todos los costos de los productos de manera efectiva, y hacer las debidas actualizaciones de precios de compra de materia prima y los aumentos en los costos fijos. ya que pueden variar constantemente.

Es importante también proponer planes de mejora en cada área, para disminuir desperdicios, Para reducir aquellas actividades que no agregan valor para poder reducir costos, para establecer mejores estándares de calidad, con el fin de lograr ser más competitivos.

Así mismo, llevar constante actualización de la rentabilidad y proceder a realizar estrategias de costos y/o administrativas, como por ejemplo el Punto de Equilibrio, el cual nos permite proyectas cuantas unidades de determinado producto debemos vender en un periodo determinado para cumplir con las metas propuestas y de esta manera generar ganancias (rentabilidad).

## Referencias

*actualicese.com.* (5 de AGOSTO de 2014). Obtenido de <https://actualicese.com/decretos-2649-y-2650-frente-las-normas-internacionales/>

*AUTHOR, G.* (25 de AGOSTO de 2017). *rockcontent.com.* Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-benchmarking/>

*Dane.* (2019). Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/micronegocios#informacion-por-ciudad>

*funcionpublica.gov.co.* (1960). Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=66188>

*funcionpublica.gov.co.* (2004). Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=14501#:~:text=Cr%C3%A9ase%20el%20Fondo%20Colombiano%20de,objeto%20es%20la%20financiaci%C3%B3n%20de>

*funcionpublica.gov.co.* (2009). Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36833>

*gerencie.com.* (10 de OCTUBRE de 2020). Obtenido de <https://www.gerencie.com/sistema-de-costos-por-ordenes.html#:~:text=El%20sistema%20de%20costos%20por%20%C3%B3rdenes%20es%20un%20sistema%20que,centros%20productivos%20de%20una%20empresa.>

*mineducacion.gov.co.* (1990). Obtenido de [https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-104547\\_archivo\\_pdf.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-104547_archivo_pdf.pdf)

MUNERA CARDENAS, A. (1968). *COSTEO DIRECTO (DIRECT COSTING)*. GESTOR DE LA REVISTA, 6.

Nacional, E. T. (2022). *estatuto.co*. Obtenido de <https://estatuto.co/>

*nueva-iso-9001-2015.com.* (26 de NOVIEMBRE de 2019). Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2019/11/calidad-total-definicion-y-conceptos-fundamentales/#:~:text=La%20Calidad%20Total%2C%20tambi%C3%A9n%20conocida,todos%20sus%20grupos%20de%20inter%C3%A9s.>

QUIROGA, M. (2017). *economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/reingenieria-de-procesos.html>

Ramírez Molinares, C. V., & Carbal Herrera, A. (2012). LA CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA O GERENCIAL: EL COSTEO ABSORBENTE Y EL COSTEO VARIABLE. *REVISTA CULTURAL UNILIBRE*, 17.

SANCHEZ CHINCHILLA, W. (2017). *TEORIA DEL CONTROL: CONTROL, SCI & AUDITORIA*. BOGOTA: EDICIONES DE LA U.

*secretariasenado.gov.co*. (20 de ABRIL de 2022). Obtenido de [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion\\_politica\\_1991.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html)

*secretariasenado.gov.co*. (20 de ABRIL de 2022). Obtenido de [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo\\_comercio.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html)

*suin-juriscal.gov.co*. (JUNIO de 1951). Obtenido de <https://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Codigo/30019323>



Vergara Fernández, M. P., & Vicaría Guerrero, L. C. (2009).  
*repository.javeriana.edu.co*. Obtenido de  
<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/20084>

ALARCON CASTAÑEDA, Jorge Eliécer. *Metodología de la Investigación*  
Pamplona: Palilla Editorial, 1986. 179 páginas.

ALVAREZ TRILLOS, Carlos Jorge, NIÑO OCHOA, Luís Enrique. *La*  
*investigación en el contexto social, un enfoque didáctico*. Editorial Sic.  
Ltda. Bucaramanga. 2000. 259P.

ARIAS GALICIA, Fernando. *Introducción a la Técnica de Investigación en*  
*Ciencias de la Administración y del Comportamiento*. México: Trillas,  
1978.

BORDA FALS, Orlando. *Ciencia Propia*. Valencia Editores, 1981.

BRIONES, Guillermo. *La Formulación del Problema de Investigación Social*.  
Bogotá: Uniandes, 1981.

BUNGE, Mario. *La Investigación Científica*. Barcelona: Ariel, 1972.

FESTINGER, L y D. Katz. *Los Métodos de Investigación en las Ciencias sociales*. Buenos Aires: Paidós, 1972.

HERNANDEZ, Roberto y Otros. *Metodología de la Investigación*. Mc Graw—Hill. Interamericana de México S.A., 1991. 505 páginas.

HESSEN, J. *Teoría del Conocimiento*. Tomado de Espasa—Calpe S.A. Losada, Buenos Aires, 1965.

LADRON DE GUEVARA, Laureano. *Metodología de la Investigación Científica*. BOGOTA USTA, 1983.

LERMA, Héctor Daniel.. *Metodología de la investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto*. ECOE EDICIONES. 2ª Edición. Bogotá, 2001. 122P.

MENDEZ A., Carlos E. *Metodología. Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas*. Bogotá: Mc Graw—Hill, 1988. 127 páginas.

MORLES SANCHEZ, Victor. *Planteamiento y Análisis de Investigaciones*. Universidad Central de Venezuela. Ediciones de la Biblioteca. Caracas 1985. 93 P.

*MURCIA F., Jorge. Manual de Investigaciones. Bogotá: USTA, 1980.*

*PARDINAS, Felipe. Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales. México : Siglo XXI, 1983.*

*PIAGET, Jean. Tendencias de la Investigación en las Ciencias Sociales Madrid: Alianza Universal, 1973.*

*Psicología y Epistemología. Barcelona: Ariel, 1975.*

*Naturaleza y Métodos de la Investigación. Buenos Aires: Proteo, 1970.*

*SABINO, Carlos A. El proceso de investigación. Bogotá: El Cid Editorial, 1980. 243 Páginas.*

*SIERRA BRAVO, Restituto. Técnicas de investigación social. Teoría y Ejercicios. Paraninfo. 3a Edición Madrid España. 1999. 714P.*

*SELLTIZ, Jahoda y Otros. Métodos de Investigación en las Relaciones Sociales. Madrid: RIALP, 1970.*

*SUAREZ DE LA CRUZ, Alberto Camilo. Metodología y Hermenéutica para el Exito. Ediciones Jurídicas. Gustavo Ibáñez Ltda. Bogotá 1995.305 P.*

*VAN DALEN, D.B. y MEYER W.J. Manual de Técnica de Investigación educativa. Buenos Aires: Paidós, 1978.*

*BEST, John. Cómo investigar en educación. Madrid: Morota.*

*BUNGE, Mario. La ciencia: su método y su filosofía. Buenos Aires: Siglo Veinte, 1978.*

*CERVO A.L. Metodología Científica .Brasil: Mc Graw Hill, 1980.137páginas.*

*GOODE, William. Métodos de Investigación Social. México: Trillas, 1967.*

*ICONTEC. Normas Colombianas para la presentación de trabajos y tesis de Grado. Bogotá: ICFES, 1995.*

*KEDROV, M. y A. Spirkin. La Ciencia. México: Grijalbo, 1968.*

*RAVERS, Robert. Introducción a la Investigación Educativa. Buenos*

*WHITNEY, Frederick. Elementos de Investigación. Barcelona: Omega, 1970.*

*TOMO 37. Biblioteca de Colcultura. Ciencia y Tecnología en Colombia.*

*Bogotá: 1978.*

## Anexos

### Anexo 1. Encuestas

The image shows a Google Forms interface for a survey. The browser tabs at the top are labeled 'SISTEMA DE COSTOS Y SU INCI...'. The address bar shows the URL: docs.google.com/forms/d/1BwLxl8pl-v\_6UxcHkKojMIPBRaEJS9qhOaE6Kd0dQ/edit. The form title is 'SISTEMA DE COSTOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LAS PYM'. The navigation bar includes 'Preguntas', 'Respuestas 16', and 'Configuración'. The score is 'Puntos totales: 0'. The header features logos for ASOPELECUC, CORPOINCAL NS, and Universidad Francisco de Paula Santander. The main content area is titled 'Sección 1 de 4' and contains the following text:

Universidad Francisco de Paula Santander.  
Programa de Contaduría Pública.  
Encuesta: Empresarios Sector Calzado en la Ciudad de San José de Cúcuta.

Objetivo General. Determinar la incidencia de los sistemas de costos en la rentabilidad de las pymes fabricantes del sector calzado en la ciudad de Cúcuta.

Instrucciones. A continuación, encontrará una serie de preguntas de las cuales debe seleccionar la respuesta que a opinión personal usted considere correcta. Es importante que tenga conocimiento que esta encuesta es anónima para resguardar sus datos personales.

## Universidad Francisco de Paula Santander. Programa de Contaduría Pública. Encuesta: Empresarios Sector Calzado en la Ciudad de San José de Cúcuta.

Objetivo General. Determinar la incidencia de los sistemas de costos en la rentabilidad de las pymes fabricantes del sector calzado en la ciudad de Cúcuta.

Instrucciones. A continuación, encontrará una serie de preguntas de las cuales debe seleccionar la respuesta que a opinión personal usted considere correcta. Es importante que tenga conocimiento que esta encuesta es anónima para resguardar sus datos personales.

**\*Obligatorio**

### DIMENSION: INFORMACION ACERCA DE LA EMPRESA.

1. Nombre de la empresa: \*

---

2. Nombre del encuestado: \*

---

3. Cargo: \*

---

## 4. Responda las siguientes preguntas según corresponda: \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Local	Regional	Nacional	Internacional
La orientación de las actividades de la empresa es:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Los proveedores de materia prima son:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 5. Responda las siguientes preguntas según corresponda: \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Si	No	NS / NR
¿La empresa cuenta con Registro Único Tributario – RUT?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿La empresa cuenta con Cámara de Comercio?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿La empresa cuenta con Marca Registrada?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿La empresa cuenta con planta de producción propia?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿La empresa produce por medio de empresas satélite?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 6. ¿Cuánto tiempo lleva la empresa en el sector? \*

Marca solo un óvalo.

- Entre 1 a 5 años.
- Entre 5 a 10 años.
- Entre 10 a 15 años.
- De 15 años en adelante.



7. ¿Cuántos empleados tiene la empresa? \*

Marca solo un óvalo.

- Entre 1 y 10.
- Entre 11 y 50.
- Entre 51 y 200.
- De 200 en adelante.

8. ¿Actualmente se encuentra afiliado a alguna de las siguientes agremiaciones? \*

Marca solo un óvalo.

- ACICAM.
- CORPOINCAL.
- FEDECUERO.
- Ninguno.
- Otro: \_\_\_\_\_

9. ¿Cuántas líneas de productos maneja la empresa? \*

Marca solo un óvalo.

- Entre 1 y 3.
- Entre 3 y 6.
- Entre 6 y 9.
- De 9 en adelante.

DIMENSIÓN: COSTOS DE PRODUCCIÓN.

10. Con el fin de obtener información sobre el manejo de los Costos de Producción, responda las siguientes preguntas: \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Si.	No.	NS / NR
¿Conoce usted si la empresa cuenta con un sistema de costos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿La empresa utiliza algún software o algún otro mecanismo contable para tener un control de los costos de sus productos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Considera usted que con el actual sistema se puede determinar el costo real de la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Considera usted que la empresa está en condiciones de implementar un sistema de costos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Cree usted que es necesario implementar de un sistema de costos que genere resultados más exactos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿La empresa aplica algún sistema de inventario?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Los costos indirectos de fabricación como el agua, luz, depreciación de maquinaria, entre otros; se cargan al costo del producto?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El precio de venta varía para tener una mejor aceptación en el mercado, conociendo el margen de utilidad del producto?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Cree usted que los resultados de costos y gastos refleja los valores exactos incurridos en la fabricación del producto?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Si la empresa cuenta con Sistema de Costos, seleccione cual es el que utiliza. De lo contrario, omita esta pregunta.

Marca solo un óvalo.

- Sistema de costos por órdenes producción.
- Sistema de costos por procesos.
- Sistema de costos ABC.
- Otro: \_\_\_\_\_

12. ¿Qué opción considera usted es necesaria para determinar el costo de la materia prima? \*

Marca solo un óvalo.

- Según el valor del mercado.
- Valor de la factura más otros costos.
- Según el valor de la factura de compra.
- Otro: \_\_\_\_\_

13. ¿La empresa como establece el precio de venta de su producto? \*

Marca solo un óvalo.

- Según costo estándar.
- Según el precio de la competencia.
- Obteniendo un margen de rentabilidad sobre el costo.
- Otro: \_\_\_\_\_

22/6/2021

Universidad Francisco de Paula Santander. Programa de Contaduría Pública. Encuesta: Empresarios Sector Calzado en la Ciudad de S...

14. Si la empresa aplica sistema de inventario, RESPONDA: ¿Qué sistema de inventarios aplica?

Marca solo un óvalo.

- Periódico.  
 Permanente.

15. ¿La empresa como realiza el pago por mano de obra? \*

Marca solo un óvalo.

- Por producción (Semanal, quincenal, mensual).  
 Sueldo fijo.  
 A destajo.  
 Otro: \_\_\_\_\_

16. ¿Qué opción consideraría usted necesaria para mejorar la ganancia bruta? \*

Marca solo un óvalo.

- Reducción de costos.  
 Reducción de gastos.  
 Análisis de la competencia.  
 Otro: \_\_\_\_\_

DIMENSIÓN: RENTABILIDAD.

22/6/2021

Universidad Francisco de Paula Santander. Programa de Contaduría Pública. Encuesta: Empresarios Sector Calzado en la Ciudad de S...

17. Con el fin de obtener información en materia de la Rentabilidad, responda las siguientes preguntas: \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Si.	No.	NS / NR
¿En los procesos productivos, la utilidad que se obtiene está basada en los costos de producción?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Las ventas proyectadas son rentables para la empresa.?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿La ganancia de la empresa está basada en el margen bruto?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Los activos usados para la producción se fundamentan en los costos totales?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Las ventas son el pilar de la empresa, por lo tanto, se debe establecer un precio de venta considerando los márgenes de ganancias?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Los Costos Primos (Materia Prima Directa y Mano de Obra Directa) permiten dar eficiencia a la producción?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿La empresa ve necesario acudir al apalancamiento, siendo el área de producción la que tiene mayores gastos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El patrimonio de la empresa indica el beneficio logrado por parte del área productiva y gerencia?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿La empresa es rentable según el capital aportado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿La empresa conoce cuál es su margen de utilidad neta después de deducir sus costos y gastos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El capital de la empresa es el adecuado para llevar a cabo sus actividades con normalidad?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Anexo 2. Ficha tecnica de costos.

**FICHA TECNICA DE COSTOS**

Preguntas Respuestas Configuración Puntos totales: 0

**AP AGRIPECUC** **CORPOINCAL NS** **UFPS Universidad**

**FICHA TECNICA DE COSTOS**

Objetivo General. Determinar la incidencia de los sistemas de costos en la rentabilidad de las pymes fabricantes del sector calzado en la ciudad de Cúcuta.

Instrucciones. A continuación, encontrará una serie de preguntas las cuales deben ser respondidas en su totalidad. Es importante que tenga conocimiento que esta encuesta los datos suministrados se manejarán de forma confidencial para resguardar los mismos. Recuerde adjuntar su archivo de EXCEL o Ficha Técnica de Costos.

**Razón social de la empresa \***

Texto de respuesta corta

**NIT de la empresa \***

Texto de respuesta corta

**Nombre del encuestado \***

Texto de respuesta corta

**Cargo \***

Texto de respuesta corta

**LINEA O MODELO DEL PRODUCTO A COSTEAR (Ejemplo: Sandalia, Zapatilla, Deportivo, Colegial, Etc.) \***

Texto de respuesta corta

**Adjunte aquí su archivo EXCEL o Ficha Técnica de Costos \***

Añadir archivo Ver carpeta








## FICHA TECNICA DE COSTOS

Preguntas   **Respuestas 6**   Configura   Puntos totales: 0

### 6 respuestas

Se aceptan respuestas

[Resumen](#)   [Pregunta](#)   [Individual](#)

#### Estadísticas

Normal	Valor medio	Intervalo
0/0 puntos	0/0 puntos	0-0 puntos

Distribución de las puntuaciones totales




Puntuación obtenida	N.º de encuestados
0	6

#### Razón social de la empresa

6 respuestas

- Pity Shoes
- Creaciones Thomas Jeronimo
- Calzado Glenda SAS
- Luciana By Angel
- CALZADO KADOSH S.A.S
- The lee shoes



## FICHA TECNICA DE COSTOS

Preguntas **Respuestas** 6 Configura Puntos totales: 0

### NIT de la empresa

6 respuestas

- 1090458284
- 1093746507
- 901243400-4
- 1090380119-5
- 901375646-5
- 1093798273-8

### Nombre del encuestado

6 respuestas

- Daniel
- Fabián Rodríguez
- Freddy Santander
- Felipe Monsalve
- CAMILA ALVAREZ
- Brandon Lee

### Cargo

6 respuestas

- Aux contable
- Asistente administrativo
- Administrador
- asistente
- ASISTENTE ADMINISTRATIVA
- Dueño





## FICHA TECNICA DE COSTOS

Preguntas **Respuestas** 6 Configura Puntos totales: 0

LINEA O MODELO DEL PRODUCTO A COSTEAR  
(Ejemplo: Sandalia, Zapatilla, Deportivo, Colegial,  
Etc.)

6 respuestas

Sandalia plana

Deportivo Good vibe

Deportivo

Modelo Tennis Deportivo

DEPORTIVO REF 1120

CALZADO DEPORTIVO

Adjunte aquí su archivo EXCEL o  
Ficha Técnica de Costos



Ver

carpetas

6 respuestas

X PIRY SHOES - FICHA SISTEMA DE COSTOS - Jose ...

X Creaciones Thomas Jeronimo - FABIAN RODRIGUE...

X CALZADO GLENDA - FICHA SISTEMA DE COSTOS - ...

X FICHA SISTEMA DE COSTOS. - Felipe Ávila.xlsx

X COSTO DEPORTIVO REF 1120 KADOSH - Camila Al...

X The Lee Shoes - FICHA SISTEMA DE COSTOS - And...

## Anexo 3. Empresa 1



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA



## INFORMACIÓN GENERAL

### Información de Contacto

Nombre o Razón Social	INDUSTRIAS VSC S.A.S
tipo jurídico	SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS SAS
Identificación	901468537-0
Dirección Comercial	CL 19 N 11 30
Ciudad Comercial	VILLA DEL ROSARIO
Departamento Comercial	NORTE DE SANTANDER
Dirección Judicial	CL 19 N 11 30
Ciudad Judicial	VILLA DEL ROSARIO
Departamento Judicial	NORTE DE SANTANDER
Teléfonos	3118460248 - 3118460248 - 3118460248
Email	calzadovalsu01@gmail.com

### Información Legal y Clasificación

Matrícula Mercantil	391100
Edad empresarial	1
Nro. Empleados	2
Últimos estados financieros depositados	



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - INDUSTRIAS VSC S.A.S

#### Actividad Económica

CIU	Descripción CIU
1521	FABRICACIÓN DE CALZADO DE CUERO Y PIEL, CON CUALQUIER TIPO DE SUELA
Sector	Descripción Sector
3	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
Subsector	Descripción Subsector
6	CURTIDO Y RECURTIDO DE CUEROS; FABRICACIÓN DE CALZADO; FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE VIAJE, MALETAS, BOLSOS DE MAND Y ARTÍCULOS SIMILARES, Y FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA Y GUARNICIONERÍA; ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES

#### Establecimientos de Comercio

Nombre	Dirección	Ciudad	Estado	Activo
CALZADO VALSU	CL 19 NRO. 11 - 30	VILLA DEL ROSARIO	ACTIVO	\$0

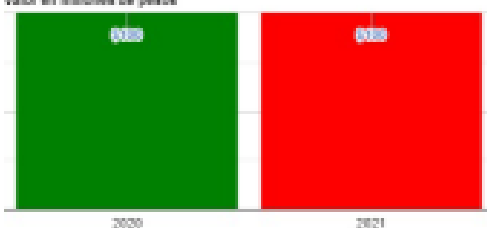
#### Representante legal

Nombre	Documento	Tipo
CASTRO FORERO HEIDY LUCERO	1092352542	SUPLENTE DEL GERENTE
VALDERRAMA SUAREZ WILMER EDUARDO	1127046403	GERENTE

### Información Financiera

#### ACTIVO

Valor en millones de pesos



<b>0,1%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2020-2021)	<b>-47,99%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2020-2021)
<b>0,1%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2020-2021)	<b>-9,13%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2016-2021)

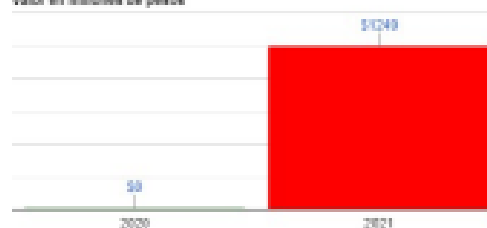
Ranking Sociudades: 129854/187063

Ranking Sector: 14766/33201

Ranking Subsector: 445/1148

#### VENTAS

Valor en millones de pesos



<b>0%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2020-2021)	<b>-55,98%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2020-2021)
<b>0%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2020-2021)	<b>-8,82%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2016-2021)

Ranking Sociudades: 209941/187063

Ranking Sector: 23642/33201

Ranking Subsector: 821/1148

#### PASIVO

Valor en millones de pesos



<b>0%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2020-2021)	<b>-49,82%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2020-2021)
<b>0%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2020-2021)	<b>-14,75%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2016-2021)

Ranking Sociudades: 161047/187063

Ranking Sector: 18791/33201

Ranking Subsector: 576/1148

#### UTILIDAD

Valor en millones de pesos



<b>0%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2020-2021)	<b>58,59%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2020-2021)
<b>0%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2020-2021)	<b>6,82%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2016-2021)

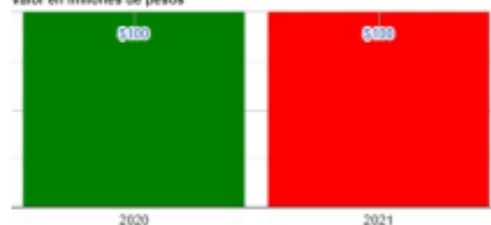
Ranking Sociudades: 130733/187063

Ranking Sector: 15073/33201

Ranking Subsector: 426/1148


**Información Financiera**
**ACTIVO**

Valor en millones de pesos



<b>0,1%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2020-2021)	<b>-47,99%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2020-2021)
<b>0,1%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2020-2021)	<b>-9,13%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2016-2021)

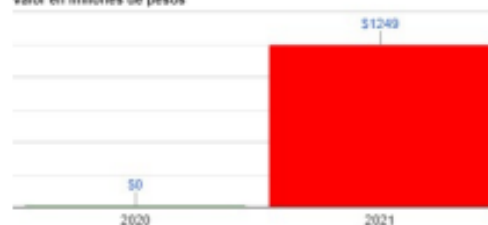
Ranking Sociedades: 129854/187063

Ranking Sector: 14766/33201

Ranking Subsector: 446/1148

**VENTAS**

Valor en millones de pesos



<b>0%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2020-2021)	<b>-55,98%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2020-2021)
<b>0%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2020-2021)	<b>-8,82%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2016-2021)

Ranking Sociedades: 209941/187063

Ranking Sector: 23642/33201

Ranking Subsector: 821/1148

**PASIVO**

Valor en millones de pesos



<b>0%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2020-2021)	<b>-49,82%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2020-2021)
<b>0%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2020-2021)	<b>-14,75%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2016-2021)

Ranking Sociedades: 161947/187063

Ranking Sector: 18791/33201

Ranking Subsector: 576/1148

**UTILIDAD**

Valor en millones de pesos



<b>0%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2020-2021)	<b>58,59%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2020-2021)
<b>0%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2020-2021)	<b>6,82%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2016-2021)

Ranking Sociedades: 130733/187063

Ranking Sector: 15073/33201

Ranking Subsector: 426/1148



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - INDUSTRIAS VSC S.A.S

Año Inf. Financiera: 2021

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO		PÉRDIDAS Y GANANCIAS	
ACTIVO CORRIENTE	\$100	PASIVO CORRIENTE	\$0	INGRESO ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$1.249
ACTIVO NO CORRIENTE	\$0	PASIVO NO CORRIENTE	\$0	OTROS INGRESOS	\$0
TOTAL ACTIVOS	\$100	PASIVO	\$0	COSTOS VENTAS	\$0
		PATRIMONIO	\$100	GASTOS OPERACIONALES	\$0
		PASIVO + PATRIMONIO	\$100	OTROS GASTOS	\$0
				GASTOS POR IMPUESTOS	\$0
				UTILIDAD OPERACIONES	\$0
				UTILIDAD NETA	\$0

\*La suma de las cuentas del Activo, NO dan necesariamente el Activo Total.

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2022 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2021. Las razones financieras son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades.

## Razones Financieras

Nacional		Top 5 Sector (2021)	Empresa (2020)	Empresa (2021)
RAZONES DE LIQUIDEZ	<b>Razón Corriente</b> Activo Corriente / Pasivo Corriente Este indicador mide la disponibilidad de la compañía para responder por las obligaciones existentes. -> -> null 2020 - 2021	0,8	0	0
	<b>Capital de Trabajo</b> Activo Corriente - Pasivo Corriente (cifra en millones de pesos) Este indicador muestra el exceso o el déficit de la empresa después de cancelar todos los pasivos de corto plazo. -> -> null 2020 - 2021	\$-677.299	\$0	\$0
RAZONES DE ACTIVIDAD	<b>Rotación del Activo Total</b> Ingresos Operacionales / Activo Total (veces en el año) Este indicador mide la eficiencia del uso de los activos disponibles para la generación de ventas	0,32	0	12,48
	<b>Rotación Activo Corriente</b> Ingresos Operacionales / Activo Corriente (veces en el año) Mide la relación entre las ventas y el monto de la inversión en activos corrientes.	2,85	0	12,48
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Endeudamiento a Corto Plazo</b> Total Pasivo Corriente / Pasivo Total (%) Mide el porcentaje total de la deuda, que la empresa debe pagar en el corto plazo, es decir, en menos de un año. -> -> null 2020 - 2021	80,23%	0%	0%
	<b>Nivel de Endeudamiento</b> Pasivo Total / Activo Total (%) Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda. -> -> null 2020 - 2021	42,02%	0%	0%
	<b>Razón de Autonomía</b> Patrimonio Total / Activo Total Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con dinero de los dueños. -> 0 % -> Variación Compañía 2020 - 2021	0,58	1	1
	<b>Apalancamiento Externo</b> Pasivo Total / Patrimonio Total Este indicador mide hasta que punto está comprometido el capital de los socios de la compañía con respecto a sus acreedores. -> -> null 2020 - 2021	0,72	0	0
	<b>Apalancamiento Interno</b> Patrimonio Total / Pasivo Total Este indicador mide la relación entre el uso de la deuda como mecanismo de financiación con respecto a los fondos de los socios. -> -> null 2020 - 2021	1,38	0	0



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

## COMPITE360

REPORTE EMPRESARIAL - INDUSTRIAS VSC S.A.S

RAZONES DE RENTABILIDAD	<b>Rentabilidad del Patrimonio</b>			
	Utilidad Neta / Patrimonio (%)	5,65%	0%	0%
	Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa. -> -> null 2020 - 2021			
	<b>Rentabilidad Neta del Activo</b>			
Utilidad Neta / Activo Total (%)	3,27%	0%	0%	
Este indicador mide la rentabilidad global de la compañía. -> -> null 2020 - 2021				
<b>Margen Operacional</b>				
Utilidad Operacional / Ingresos Operacionales (%)	0%	0%	0%	
Este indicador mide el porcentaje de utilidad operacional que se genera, después de descontarle a las ventas su costo y gastos operacionales. -> -> null 2020 - 2021				

Nota: Para los cálculos de crecimiento se toman los valores con todos los decimales posibles

Nota: Razones financieras calculadas con los datos presentados por la empresa en el formulario de renovación mercantil del año 2022 y que corresponden al ejercicio contable del año 2021

Para las Top 5 se seleccionaron las empresas clasificadas como sociedades con domicilio principal y con mayor valor en sus activos que renovaron su matrícula mercantil en el año 2022

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2022 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2021

Las razones financieras en el top 5 del sector son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades



## Anexo 4. Empresa 2


**COMPITE360**

 REPORTE EMPRESARIAL - JENNIFER ANAYA  
HERNANDEZ

## INFORMACIÓN GENERAL

### Información de Contacto

Nombre o Razón Social	JENNIFER ANAYA HERNANDEZ
tipo jurídico	PERSONA NATURAL
Identificación	1093746507
Dirección Comercial	AV 10 13 02
Ciudad Comercial	LOS PATIOS
Departamento Comercial	NORTE DE SANTANDER
Dirección Judicial	AV 10 13 02
Ciudad Judicial	LOS PATIOS
Departamento Judicial	NORTE DE SANTANDER
Teléfonos	5552793 - 5552793 - 5552793
Email	blancaceci_1210@hotmail.com

### Información Legal y Clasificación

Matricula Mercantil	282756
Edad empresarial	6
Nro. Empleados	4
Últimos estados financieros depositados	



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - JENNIFER ANAYA  
HERNANDEZ

#### Actividad Económica

CIU	Descripción CIU
4772	COMERCIO AL POR MENOR DE TODO TIPO DE CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO Y SUCEDÁNEOS DEL CUERO EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS
Sector	Descripción Sector
7	COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS
Subsector	Descripción Subsector
3	COMERCIO AL POR MENOR (INCLUSO EL COMERCIO AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES), EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS

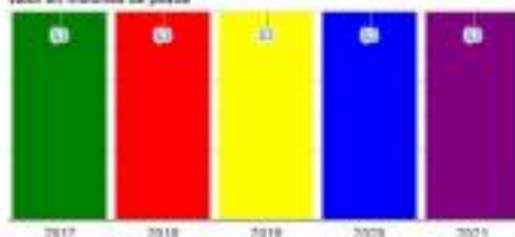
#### Establecimientos de Comercio

Nombre	Dirección	Ciudad	Estado	Activo
CREACIONES THOMAS JERONIMO	AV 10 13 02	LOS PATIOS	ACTIVO	\$0

## Información Financiera

## ACTIVO

Valor en millones de pesos



3,33%

 CRECIMIENTO EMPRESA  
(2020-2021)

-51,93%

 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
(2020-2021)

0,66%

 CRECIMIENTO PROMEDIO  
ANUAL (2016-2021)

-11,84%

 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
(2016-2021)

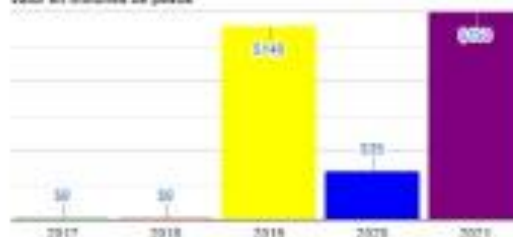
Ranking Sociedades: 282535/418898

Ranking Sector: 154336/444428

Ranking Subsector: 126748/379524

## VENTAS

Valor en millones de pesos



328,57%

 CRECIMIENTO EMPRESA  
(2020-2021)

-50,97%

 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
(2020-2021)

0%

 CRECIMIENTO PROMEDIO  
ANUAL (2016-2021)

12,81%

 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
(2016-2021)

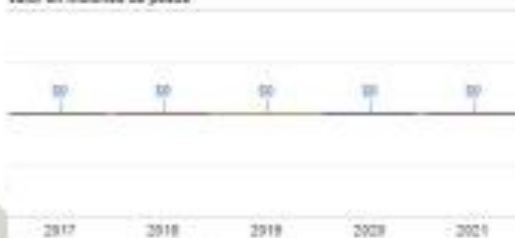
Ranking Sociedades: 94442/418898

Ranking Sector: 54673/444428

Ranking Subsector: 43907/379524

## PASIVO

Valor en millones de pesos



0%

 CRECIMIENTO EMPRESA  
(2020-2021)

-36,57%

 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
(2020-2021)

0%

 CRECIMIENTO PROMEDIO  
ANUAL (2016-2021)

-17,07%

 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
(2016-2021)

Ranking Sociedades: 111843/418898

Ranking Sector: 59031/444428

Ranking Subsector: 48989/379524

## UTILIDAD

Valor en millones de pesos



0%

 CRECIMIENTO EMPRESA  
(2020-2021)

-18,2%

 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
(2020-2021)

0%

 CRECIMIENTO PROMEDIO  
ANUAL (2016-2021)

9,51%

 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
(2016-2021)

Ranking Sociedades: 106032/418898

Ranking Sector: 57048/444428

Ranking Subsector: 46784/379524



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - JENNIFER ANAYA  
HERNANDEZ

Año Inf. Financiera: 2021

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO		PÉRDIDAS Y GANANCIAS	
ACTIVO CORRIENTE	\$3	PASIVO CORRIENTE	\$0	INGRESO ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$150
ACTIVO NO CORRIENTE	\$0	PASIVO NO CORRIENTE	\$0	OTROS INGRESOS	\$0
TOTAL ACTIVOS	\$3	PASIVO	\$0	COSTOS VENTAS	\$0
		PATRIMONIO	\$3	GASTOS OPERACIONALES	\$0
		PASIVO + PATRIMONIO	\$3	OTROS GASTOS	\$0
				GASTOS POR IMPUESTOS	\$0
				UTILIDAD OPERACIONES	\$0
				UTILIDAD NETA	\$0

\*La suma de las cuentas del Activo, NO dan necesariamente el Activo Total.

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2022 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2021. Las razones financieras son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades.

## Razones Financieras

Nacional		Top 5 Sector (2021)	Empresa (2020)	Empresa (2021)
RAZONES DE LIQUIDEZ	<b>Razón Corriente</b>			
	Activo Corriente / Pasivo Corriente Este indicador mide la disponibilidad de la compañía para responder por las obligaciones existentes. -> -> null 2020 - 2021	4,39	0	0
RAZONES DE LIQUIDEZ	<b>Capital de Trabajo</b>			
	Activo Corriente - Pasivo Corriente (cifra en millones de pesos) Este indicador muestra el exceso o el déficit de la empresa después de cancelar todos los pasivos de corto plazo. -> -> null 2020 - 2021	\$133.590	\$0	\$0
RAZONES DE ACTIVIDAD	<b>Rotación del Activo Total</b>			
	Ingresos Operacionales / Activo Total (veces en el año) Este indicador mide la eficiencia del uso de los activos disponibles para la generación de ventas	1,42	11,67	48,39
RAZONES DE ACTIVIDAD	<b>Rotación Activo Corriente</b>			
	Ingresos Operacionales / Activo Corriente (veces en el año) Mide la relación entre las ventas y el monto de la inversión en activos corrientes.	1,86	11,67	48,39
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Endeudamiento a Corto Plazo</b>			
	Total Pasivo Corriente / Pasivo Total (%) Mide el porcentaje total de la deuda, que la empresa debe pagar en el corto plazo, es decir, en menos de un año. -> -> null 2020 - 2021	439,09%	0%	0%
	<b>Nivel de Endeudamiento</b>			
	Pasivo Total / Activo Total (%) Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda. -> -> null 2020 - 2021	25,88%	0%	0%
	<b>Razón de Autonomía</b>			
	Patrimonio Total / Activo Total Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con dinero de los dueños. -> 0 % -> Variación Compañía 2020 - 2021	0,74	1	1
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Apalancamiento Externo</b>			
	Pasivo Total / Patrimonio Total Este indicador mide hasta que punto está comprometido el capital de los socios de la compañía con respecto a sus acreedores. -> -> null 2020 - 2021	0,35	0	0
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Apalancamiento Interno</b>			
	Patrimonio Total / Pasivo Total Este indicador mide la relación entre el uso de la deuda como mecanismo de financiación con respecto a los fondos de los socios. -> -> null 2020 - 2021	2,86	0	0



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

COMPITE360

REPORTE EMPRESARIAL - JENNIFER ANAYA  
HERNANDEZ

RAZONES DE RENTABILIDAD	<b>Rentabilidad del Patrimonio</b>			
	Utilidad Neta / Patrimonio (%)	8,83%	0%	0%
	Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa. -> -> null 2020 - 2021			
	<b>Rentabilidad Neta del Activo</b>			
Utilidad Neta / Activo Total (%)	6,55%	0%	0%	
Este indicador mide la rentabilidad global de la compañía. -> -> null 2020 - 2021				
<b>Margen Operacional</b>				
Utilidad Operacional / Ingresos Operacionales (%)	0%	0%	0%	
Este indicador mide el porcentaje de utilidad operacional que se genera, después de descontarle a las ventas su costo y gastos operacionales. -> -> null 2020 - 2021				

Nota: Para los cálculos de crecimiento se toman los valores con todos los decimales posibles

Nota: Razones financieras calculadas con los datos presentados por la empresa en el formulario de renovación mercantil del año 2022 y que corresponden al ejercicio contable del año 2021

Para las Top 5 se seleccionaron las empresas clasificadas como sociedades con domicilio principal y con mayor valor en sus activos que renovaron su matrícula mercantil en el año 2022

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2022 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2021

Las razones financieras en el top 5 del sector son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades

## Anexo 5. Empresa 3


**COMPITE360**
**REPORTE EMPRESARIAL - PEREZ LLANES JESUS  
HERNANDO**

## INFORMACIÓN GENERAL

### Información de Contacto

Nombre o Razón Social	PEREZ LLANES JESUS HERNANDO
tipo jurídico	PERSONA NATURAL
Identificación	88275479
Dirección Comercial	CLL 16 NRO 6-63
Ciudad Comercial	CUCUTA
Departamento Comercial	NORTE DE SANTANDER
Dirección Judicial	CLL 16 NRO 6-63
Ciudad Judicial	CUCUTA
Departamento Judicial	NORTE DE SANTANDER
Teléfonos	+3132978262 - 3132978262 - 3132978262
Email	jpmusic18@hotmail.com

### Información Legal y Clasificación

Matrícula Mercantil	313123
Edad empresarial	4
Nro. Empleados	1
Últimos estados financieros depositados	





CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - PEREZ LLANES JESUS  
HERNANDO

#### Actividad Económica

CIU	Descripción CIU
1522	FABRICACIÓN DE OTROS TIPOS DE CALZADO, EXCEPTO CALZADO DE CUERO Y PIEL
Sector	Descripción Sector
3	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
Subsector	Descripción Subsector
6	CURTIDO Y RECURTIDO DE CUEROS; FABRICACIÓN DE CALZADO; FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE VIAJE, MALETAS, BOLSOS DE MANO Y ARTÍCULOS SIMILARES, Y FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA Y GUARNICIONERÍA; ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES

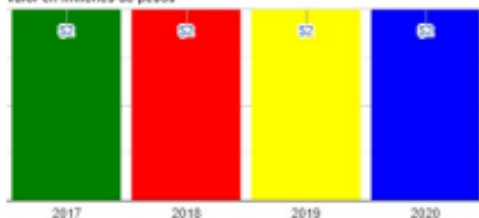
#### Establecimientos de Comercio

Nombre	Dirección	Ciudad	Estado	Activo
CALZADO Y ACCESORIOS KABED	CALLE 16 NRO 6-63	CUCUTA	ACTIVO	\$0



**Información Financiera**
**ACTIVO**

Valor en millones de pesos



<b>0%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2019-2020)	<b>4,88%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2019-2020)
<b>0,02%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2016-2020)	<b>2,54%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2015-2020)

Ranking Sociedades: 564960/418898  
 Ranking Sector: 56652/84159  
 Ranking Subsector: 3960/5713

**VENTAS**

Valor en millones de pesos



<b>33,24%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2019-2020)	<b>2,23%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2019-2020)
<b>0%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2016-2020)	<b>8%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2015-2020)

Ranking Sociedades: 366334/418898  
 Ranking Sector: 36827/84159  
 Ranking Subsector: 2715/5713

**PASIVO**

Valor en millones de pesos



<b>0%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2019-2020)	<b>14,64%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2019-2020)
<b>0%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2016-2020)	<b>-6,91%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2015-2020)

Ranking Sociedades: 111843/418898  
 Ranking Sector: 11542/84159  
 Ranking Subsector: 760/5713

**UTILIDAD**

Valor en millones de pesos



<b>0%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2019-2020)	<b>-5,87%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2019-2020)
<b>0%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2016-2020)	<b>11,16%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2015-2020)

Ranking Sociedades: 106932/418898  
 Ranking Sector: 11387/84159  
 Ranking Subsector: 750/5713



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - PEREZ LLANES JESUS  
HERNANDO

Año Inf. Financiera: 2020

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO		PÉRDIDAS Y GANANCIAS	
ACTIVO CORRIENTE	\$2	PASIVO CORRIENTE	\$0	INGRESO ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$2
ACTIVO NO CORRIENTE	\$0	PASIVO NO CORRIENTE	\$0	OTROS INGRESOS	\$0
TOTAL ACTIVOS	\$2	PASIVO	\$0	COSTOS VENTAS	\$0
		PATRIMONIO	\$2	GASTOS OPERACIONALES	\$0
		PASIVO + PATRIMONIO	\$2	OTROS GASTOS	\$0
				GASTOS POR IMPUESTOS	\$0
				UTILIDAD OPERACIONES	\$0
				UTILIDAD NETA	\$0

\*La suma de las cuentas del Activo, NO dan necesariamente el Activo Total.

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2021 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2020. Las razones financieras son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades.

## Razones Financieras

Nacional		Top 5 Sector (2020)	Empresa (2019)	Empresa (2020)
RAZONES DE LIQUIDEZ	<b>Razón Corriente</b>			
	Activo Corriente / Pasivo Corriente Este indicador mide la disponibilidad de la compañía para responder por las obligaciones existentes. -> -> null 2019 - 2020	3,49	0	0
RAZONES DE LIQUIDEZ	<b>Capital de Trabajo</b>			
	Activo Corriente - Pasivo Corriente (cifra en millones de pesos) Este indicador muestra el exceso o el déficit de la empresa después de cancelar todos los pasivos de corto plazo. -> -> null 2019 - 2020	\$36.378	\$0	\$0
RAZONES DE ACTIVIDAD	<b>Rotación del Activo Total</b>			
	Ingresos Operacionales / Activo Total (veces en el año) Este indicador mide la eficiencia del uso de los activos disponibles para la generación de ventas	0,76	1	1,33
RAZONES DE ACTIVIDAD	<b>Rotación Activo Corriente</b>			
	Ingresos Operacionales / Activo Corriente (veces en el año) Mide la relación entre las ventas y el monto de la inversión en activos corrientes.	1,26	1	1,33
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Endeudamiento a Corto Plazo</b>			
	Total Pasivo Corriente / Pasivo Total (%) Mide el porcentaje total de la deuda, que la empresa debe pagar en el corto plazo, es decir, en menos de un año. -> -> null 2019 - 2020	348,58%	0%	0%
	<b>Nivel de Endeudamiento</b>			
	Pasivo Total / Activo Total (%) Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda. -> -> null 2019 - 2020	30,18%	0%	0%
	<b>Razón de Autonomía</b>			
	Patrimonio Total / Activo Total Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con dinero de los dueños. -> 0 % -> Variación Compañía 2019 - 2020	0,7	1	1
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Apalancamiento Externo</b>			
	Pasivo Total / Patrimonio Total Este indicador mide hasta que punto está comprometido el capital de los socios de la compañía con respecto a sus acreedores. -> -> null 2019 - 2020	0,43	0	0
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Apalancamiento Interno</b>			
	Patrimonio Total / Pasivo Total Este indicador mide la relación entre el uso de la deuda como mecanismo de financiación con respecto a los fondos de los socios. -> -> null 2019 - 2020	2,31	0	0



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - PEREZ LLANES JESUS  
HERNANDO

<b>RAZONES DE RENTABILIDAD</b>	<b>Rentabilidad del Patrimonio</b>			
	Utilidad Neta / Patrimonio (%)	5,63%	0%	0%
	Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa. -> -> null 2019 - 2020			
	<b>Rentabilidad Neta del Activo</b>			
	Utilidad Neta / Activo Total (%)	3,93%	0%	0%
	Este indicador mide la rentabilidad global de la compañía. -> -> null 2019 - 2020			
	<b>Margen Operacional</b>			
	Utilidad Operacional / Ingresos Operacionales (%)	0%	0%	0%
	Este indicador mide el porcentaje de utilidad operacional que se genera, después de descontarle a las ventas su costo y gastos operacionales. -> -> null 2019 - 2020			

Nota: Para los cálculos de crecimiento se toman los valores con todos los decimales posibles

Nota: Razones financieras calculadas con los datos presentados por la empresa en el formulario de renovación mercantil del año 2022 y que corresponden al ejercicio contable del año 2021

Para las Top 5 se seleccionaron las empresas clasificadas como sociedades con domicilio principal y con mayor valor en sus activos que renovaron su matrícula mercantil en el año 2022

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2022 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2021

Las razones financieras en el top 5 del sector son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades

## Anexo 6. Empresa 4



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - TAMAYO LOPEZ ERIKA  
LILIANA

## INFORMACIÓN GENERAL

### Información de Contacto

Nombre o Razón Social	TAMAYO LOPEZ ERIKA LILIANA
tipo jurídico	PERSONA NATURAL
Identificación	1090380119
Dirección Comercial	CL 8 NRO 7B 17
Ciudad Comercial	CUCUTA
Departamento Comercial	NORTE DE SANTANDER
Dirección Judicial	CL 8 NRO 7B 17
Ciudad Judicial	CUCUTA
Departamento Judicial	NORTE DE SANTANDER
Teléfonos	- 5821335 - 5821335 - 5821335
Email	ander_esc@hotmail.com

### Información Legal y Clasificación

Matrícula Mercantil	255754
Edad empresarial	8
Nro. Empleados	0
Últimos estados financieros depositados	



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - TAMAYO LOPEZ ERIKA  
LILIANA

#### Actividad Económica

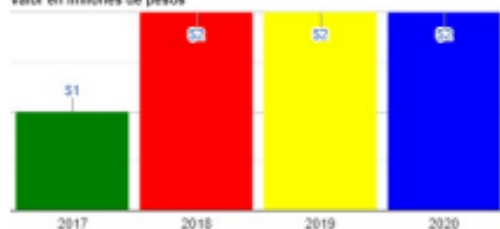
CIU	Descripción CIU
1522	FABRICACIÓN DE OTROS TIPOS DE CALZADO, EXCEPTO CALZADO DE CUERO Y PIEL
Sector	Descripción Sector
3	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
Subsector	Descripción Subsector
6	CURTIDO Y RECURTIDO DE CUEROS; FABRICACIÓN DE CALZADO; FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE VIAJE, MALETAS, BOLSOS DE MANO Y ARTÍCULOS SIMILARES, Y FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA Y GUARNICIONERÍA; ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES

#### Establecimientos de Comercio

Nombre	Dirección	Ciudad	Estado	Activo
LUCIANA BY ANGEL	CL 8 NRO 7B 17	CUCUTA	ACTIVO	\$0

**Información Financiera**
**ACTIVO**

Valor en millones de pesos


**0%**

 CRECIMIENTO EMPRESA  
(2019-2020)

**4,88%**

 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
(2019-2020)

**5,92%**

 CRECIMIENTO PROMEDIO  
ANUAL (2015-2020)

**2,54%**

 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
(2015-2020)

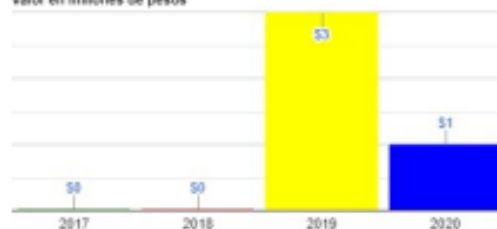
Ranking Sociedades: 540790/418898

Ranking Sector: 54156/84159

Ranking Subsector: 3726/5713

**VENTAS**

Valor en millones de pesos


**-66,67%**

 CRECIMIENTO EMPRESA  
(2019-2020)

**2,23%**

 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
(2019-2020)

**0%**

 CRECIMIENTO PROMEDIO  
ANUAL (2015-2020)

**8%**

 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
(2015-2020)

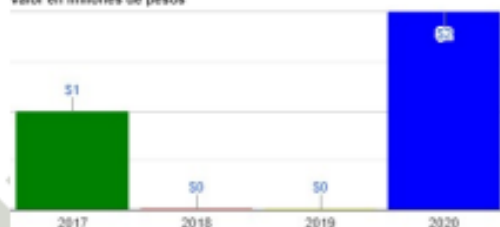
Ranking Sociedades: 453469/418898

Ranking Sector: 45213/84159

Ranking Subsector: 3288/5713

**PASIVO**

Valor en millones de pesos


**0%**

 CRECIMIENTO EMPRESA  
(2019-2020)

**14,64%**

 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
(2019-2020)

**0%**

 CRECIMIENTO PROMEDIO  
ANUAL (2015-2020)

**-6,91%**

 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
(2015-2020)

Ranking Sociedades: 59931/418898

Ranking Sector: 6310/84159

Ranking Subsector: 462/5713

**UTILIDAD**

Valor en millones de pesos


**0%**

 CRECIMIENTO EMPRESA  
(2019-2020)

**-5,87%**

 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
(2019-2020)

**0%**

 CRECIMIENTO PROMEDIO  
ANUAL (2015-2020)

**11,16%**

 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
(2015-2020)

Ranking Sociedades: 106932/418898

Ranking Sector: 11387/84159

Ranking Subsector: 750/5713



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - TAMAYO LOPEZ ERIKA  
LILIANA

Año Inf. Financiera: 2020

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO		PÉRDIDAS Y GANANCIAS	
ACTIVO CORRIENTE	\$2	PASIVO CORRIENTE	\$2	INGRESO ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$1
ACTIVO NO CORRIENTE	\$0	PASIVO NO CORRIENTE	\$0	OTROS INGRESOS	\$0
TOTAL ACTIVOS	\$2	PASIVO	\$2	COSTOS VENTAS	\$0
		PATRIMONIO	\$0	GASTOS OPERACIONALES	\$0
		PASIVO + PATRIMONIO	\$2	OTROS GASTOS	\$0
				GASTOS POR IMPUESTOS	\$0
				UTILIDAD OPERACIONES	\$0
				UTILIDAD NETA	\$0

\*La suma de las cuentas del Activo, NO dan necesariamente el Activo Total.

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2021 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2020. Las razones financieras son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades.



## Razones Financieras

Nacional		Top 5 Sector (2020)	Empresa (2019)	Empresa (2020)
RAZONES DE LIQUIDEZ	<b>Razón Corriente</b>			
	Activo Corriente / Pasivo Corriente	3,49	0	1
	Este indicador mide la disponibilidad de la compañía para responder por las obligaciones existentes. -> -> null 2019 - 2020			
RAZONES DE LIQUIDEZ	<b>Capital de Trabajo</b>			
	Activo Corriente - Pasivo Corriente (cifra en millones de pesos)	\$36.378	\$0	\$0
	Este indicador muestra el exceso o el déficit de la empresa después de cancelar todos los pasivos de corto plazo. -> -> null 2019 - 2020			
RAZONES DE ACTIVIDAD	<b>Rotación del Activo Total</b>			
	Ingresos Operacionales / Activo Total (veces en el año)	0,76	1,88	0,63
	Este indicador mide la eficiencia del uso de los activos disponibles para la generación de ventas			
RAZONES DE ACTIVIDAD	<b>Rotación Activo Corriente</b>			
	Ingresos Operacionales / Activo Corriente (veces en el año)	1,26	1,88	0,63
	Mide la relación entre las ventas y el monto de la inversión en activos corrientes.			
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Endeudamiento a Corto Plazo</b>			
	Total Pasivo Corriente / Pasivo Total (%)	348,58%	0%	100%
	Mide el porcentaje total de la deuda, que la empresa debe pagar en el corto plazo, es decir, en menos de un año. -> -> null 2019 - 2020			
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Nivel de Endeudamiento</b>			
	Pasivo Total / Activo Total (%)	30,18%	0%	100%
	Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda. -> -> null 2019 - 2020			
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Razón de Autonomía</b>			
	Patrimonio Total / Activo Total	0,7	1	0
	Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con dinero de los dueños. -> -100 % -> Variación Compañía 2019 - 2020			
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Apalancamiento Externo</b>			
	Pasivo Total / Patrimonio Total	0,43	0	0
	Este indicador mide hasta que punto está comprometido el capital de los socios de la compañía con respecto a sus acreedores. -> -> null 2019 - 2020			
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Apalancamiento Interno</b>			
	Patrimonio Total / Pasivo Total	2,31	0	0
	Este indicador mide la relación entre el uso de la deuda como mecanismo de financiación con respecto a los fondos de los socios. -> -> null 2019 - 2020			



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - TAMAYO LOPEZ ERIKA  
LILIANA

RAZONES DE RENTABILIDAD	<b>Rentabilidad del Patrimonio</b>			
	Utilidad Neta / Patrimonio (%)	5,63%	0%	0%
	Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa. -> -> null 2019 - 2020			
	<b>Rentabilidad Neta del Activo</b>			
Utilidad Neta / Activo Total (%)	3,93%	0%	0%	
Este indicador mide la rentabilidad global de la compañía. -> -> null 2019 - 2020				
<b>Margen Operacional</b>				
Utilidad Operacional / Ingresos Operacionales (%)	0%	0%	0%	
Este indicador mide el porcentaje de utilidad operacional que se genera, después de descontarle a las ventas su costo y gastos operacionales. -> -> null 2019 - 2020				

Nota: Para los cálculos de crecimiento se toman los valores con todos los decimales posibles

Nota: Razones financieras calculadas con los datos presentados por la empresa en el formulario de renovación mercantil del año 2022 y que corresponden al ejercicio contable del año 2021

Para las Top 5 se seleccionaron las empresas clasificadas como sociedades con domicilio principal y con mayor valor en sus activos que renovaron su matrícula mercantil en el año 2022

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2022 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2021

Las razones financieras en el top 5 del sector son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades

## Anexo 7. Empresa 5



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - BRANDON DAHYAN FLOREZ  
VASQUEZ

## INFORMACIÓN GENERAL

### Información de Contacto

Nombre o Razón Social	BRANDON DAHYAN FLOREZ VASQUEZ
tipo jurídico	PERSONA NATURAL
Identificación	1093798273
Dirección Comercial	CL 17 NRO. 28A-29 BRR EL PARAMO
Ciudad Comercial	CUCUTA
Departamento Comercial	NORTE DE SANTANDER
Dirección Judicial	CL 17 NRO. 28A-29 BRR EL PARAMO
Ciudad Judicial	CUCUTA
Departamento Judicial	NORTE DE SANTANDER
Teléfonos	-3125750171 - 3125750171 - 3125750171
Email	brandonlee990220@gmail.com

### Información Legal y Clasificación

Matrícula Mercantil	369400
Edad empresarial	2
Nro. Empleados	1
Últimos estados financieros depositados	



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - BRANDON DAHYAN FLOREZ  
VASQUEZ

#### Actividad Económica

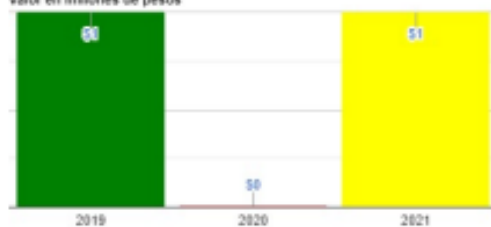
CIU	Descripción CIU
1522	FABRICACIÓN DE OTROS TIPOS DE CALZADO, EXCEPTO CALZADO DE CUERO Y PIEL
Sector	Descripción Sector
3	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
Subsector	Descripción Subsector
6	CURTIDO Y RECURTIDO DE CUEROS; FABRICACIÓN DE CALZADO; FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE VIAJE, MALETAS, BOLSOS DE MANDO Y ARTÍCULOS SIMILARES, Y FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA Y GUARNICIONERÍA, ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES

#### Establecimientos de Comercio

Nombre	Dirección	Ciudad	Estado	Activo
THE LEE SHOES	CL 17 NRO. 28A- 29 BRR EL PARAMO	CUCUTA	ACTIVO	\$0

**Información Financiera**
**ACTIVO**

Valor en millones de pesos


**0%**

 CRECIMIENTO EMPRESA  
(2020-2021)

**-16,89%**

 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
(2020-2021)

**20%**

 CRECIMIENTO PROMEDIO  
ANUAL (2019-2021)

**-10%**

 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
(2016-2021)

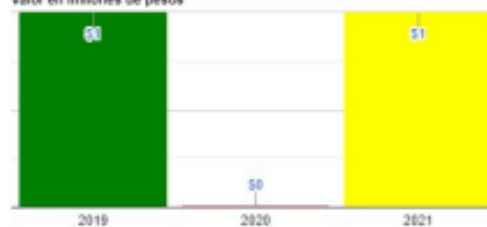
Ranking Sociedades: 850521/418898

Ranking Sector: 83971/84159

Ranking Subsector: 5708/5713

**VENTAS**

Valor en millones de pesos


**0%**

 CRECIMIENTO EMPRESA  
(2020-2021)

**-3,05%**

 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
(2020-2021)

**0%**

 CRECIMIENTO PROMEDIO  
ANUAL (2019-2021)

**28,76%**

 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
(2016-2021)

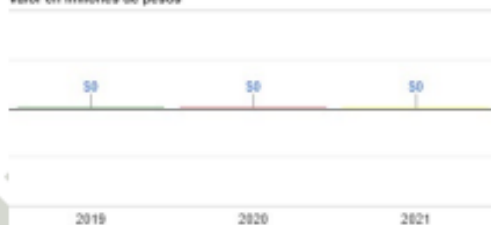
Ranking Sociedades: 582566/418898

Ranking Sector: 56526/84159

Ranking Subsector: 3869/5713

**PASIVO**

Valor en millones de pesos


**0%**

 CRECIMIENTO EMPRESA  
(2020-2021)

**37,32%**

 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
(2020-2021)

**0%**

 CRECIMIENTO PROMEDIO  
ANUAL (2019-2021)

**-1,99%**

 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
(2016-2021)

Ranking Sociedades: 111843/418898

Ranking Sector: 11542/84159

Ranking Subsector: 760/5713

**UTILIDAD**

Valor en millones de pesos


**0%**

 CRECIMIENTO EMPRESA  
(2020-2021)

**-55,22%**

 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
(2020-2021)

**0%**

 CRECIMIENTO PROMEDIO  
ANUAL (2019-2021)

**12,54%**

 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
(2016-2021)

Ranking Sociedades: 106932/418898

Ranking Sector: 11387/84159

Ranking Subsector: 750/5713



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - BRANDON DAHYAN FLOREZ  
VASQUEZ

Año Inf. Financiera: 2021

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO		PÉRDIDAS Y GANANCIAS	
ACTIVO CORRIENTE	\$1	PASIVO CORRIENTE	\$0	INGRESO ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$1
ACTIVO NO CORRIENTE	\$0	PASIVO NO CORRIENTE	\$0	OTROS INGRESOS	\$0
TOTAL ACTIVOS	\$1	PASIVO	\$0	COSTOS VENTAS	\$0
		PATRIMONIO	\$1	GASTOS OPERACIONALES	\$0
		PASIVO + PATRIMONIO	\$1	OTROS GASTOS	\$0
				GASTOS POR IMPUESTOS	\$0
				UTILIDAD OPERACIONES	\$0
				UTILIDAD NETA	\$0

\*La suma de las cuentas del Activo, NO dan necesariamente el Activo Total.

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2022 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2021. Las razones financieras son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades.

**Razones Financieras**

Nacional		Top 5 Sector (2021)	Empresa (2020)	Empresa (2021)
<b>RAZONES DE LIQUIDEZ</b>	<b>Razón Corriente</b> Activo Corriente / Pasivo Corriente Este indicador mide la disponibilidad de la compañía para responder por las obligaciones existentes. -> -> null 2020 - 2021	1,9	0	0
	<b>Capital de Trabajo</b> Activo Corriente - Pasivo Corriente (cifra en millones de pesos) Este indicador muestra el exceso o el déficit de la empresa después de cancelar todos los pasivos de corto plazo. -> -> null 2020 - 2021	\$17.489	\$0	\$0
<b>RAZONES DE ACTIVIDAD</b>	<b>Rotación del Activo Total</b> Ingresos Operacionales / Activo Total (veces en el año) Este indicador mide la eficiencia del uso de los activos disponibles para la generación de ventas	0,89	0	0,83
	<b>Rotación Activo Corriente</b> Ingresos Operacionales / Activo Corriente (veces en el año) Mide la relación entre las ventas y el monto de la inversión en activos corrientes.	1,69	0	0,83
<b>RAZONES DE ENDEUDAMIENTO</b>	<b>Endeudamiento a Corto Plazo</b> Total Pasivo Corriente / Pasivo Total (%) Mide el porcentaje total de la deuda, que la empresa debe pagar en el corto plazo, es decir, en menos de un año. -> -> null 2020 - 2021	190,34%	0%	0%
	<b>Nivel de Endeudamiento</b> Pasivo Total / Activo Total (%) Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda. -> -> null 2020 - 2021	49,86%	0%	0%
	<b>Razón de Autonomía</b> Patrimonio Total / Activo Total Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con dinero de los dueños. -> -> null 2020 - 2021	0,5	0	1
	<b>Apalancamiento Externo</b> Pasivo Total / Patrimonio Total Este indicador mide hasta que punto está comprometido el capital de los socios de la compañía con respecto a sus acreedores. -> -> null 2020 - 2021	0,99	0	0
	<b>Apalancamiento Interno</b> Patrimonio Total / Pasivo Total Este indicador mide la relación entre el uso de la deuda como mecanismo de financiación con respecto a los fondos de los socios. -> -> null 2020 - 2021	1,01	0	0





CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

COMPITE360

REPORTE EMPRESARIAL - BRANDON DAHYAN FLOREZ  
VASQUEZ

RAZONES DE RENTABILIDAD	<b>Rentabilidad del Patrimonio</b>			
	Utilidad Neta / Patrimonio (%)	4,22%	0%	0%
	Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa. -> -> null 2020 - 2021			
	<b>Rentabilidad Neta del Activo</b>			
	Utilidad Neta / Activo Total (%)	2,12%	0%	0%
	Este indicador mide la rentabilidad global de la compañía. -> -> null 2020 - 2021			
	<b>Margen Operacional</b>			
	Utilidad Operacional / Ingresos Operacionales (%)	0%	0%	0%
	Este indicador mide el porcentaje de utilidad operacional que se genera, después de descontarle a las ventas su costo y gastos operacionales. -> -> null 2020 - 2021			

Nota: Para los cálculos de crecimiento se toman los valores con todos los decimales posibles

Nota: Razones financieras calculadas con los datos presentados por la empresa en el formulario de renovación mercantil del año 2022 y que corresponden al ejercicio contable del año 2021

Para las Top 5 se seleccionaron las empresas clasificadas como sociedades con domicilio principal y con mayor valor en sus activos que renovaron su matrícula mercantil en el año 2022

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2022 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2021

Las razones financieras en el top 5 del sector son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades



## Anexo 8. Empresa 6



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTES EMPRESARIAL - CALZADO GLENDA SAS

## INFORMACIÓN GENERAL

### Información de Contacto

Nombre o Razón Social	CALZADO GLENDA SAS
tipo jurídico	SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS SAS
Identificación	901243400-4
Dirección Comercial	CL 19 NO 18 98
Ciudad Comercial	CUCUTA
Departamento Comercial	NORTE DE SANTANDER
Dirección Judicial	CL 19 NO 18 98
Ciudad Judicial	CUCUTA
Departamento Judicial	NORTE DE SANTANDER
Teléfonos	3106734040 - 3106734040 - 3106734040
Email	calzadoglenda@hotmail.com

### Información Legal y Clasificación

Matrícula Mercantil	341355
Edad empresarial	3
Nro. Empleados	5
Últimos estados financieros depositados	



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - CALZADO GLENDA SAS

#### Actividad Económica

CIIU	Descripción CIIU
1522	FABRICACIÓN DE OTROS TIPOS DE CALZADO, EXCEPTO CALZADO DE CUERO Y PIEL
Sector	Descripción Sector
3	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
Subsector	Descripción Subsector
6	CURTIDO Y RECURTIDO DE CUEROS; FABRICACIÓN DE CALZADO; FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE VIAJE, MALETAS, BOLSOS DE MANO Y ARTÍCULOS SIMILARES, Y FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA Y GUARNICIONERÍA; ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES

#### Establecimientos de Comercio

Nombre	Dirección	Ciudad	Estado	Activo
GLENDA SHOES	CL 19 NRO 18 98	CUCUTA	ACTIVO	\$0

#### Representante legal

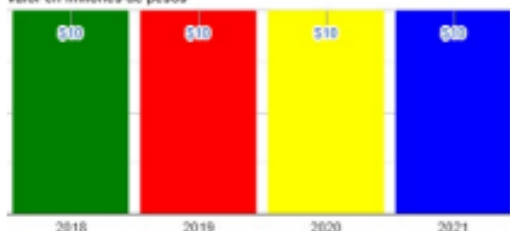
Nombre	Documento	Tipo
PEREAÑEZ CASTRELLON ADRIANA MARCELA	1090362365	GERENTE



### Información Financiera

#### ACTIVO

Valor en millones de pesos



<b>1%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2020-2021)	<b>-47,99%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2020-2021)
<b>0,33%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2018-2021)	<b>-9,13%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2016-2021)

Ranking Sociedades: 213995/187063  
 Ranking Sector: 23924/33201  
 Ranking Subsector: 820/1148

#### VENTAS

Valor en millones de pesos



<b>222,23%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2020-2021)	<b>-55,98%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2020-2021)
<b>0%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2018-2021)	<b>-8,82%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2016-2021)

Ranking Sociedades: 110205/187063  
 Ranking Sector: 14374/33201  
 Ranking Subsector: 465/1148

#### PASIVO

Valor en millones de pesos

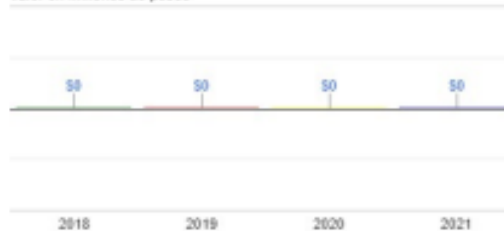


<b>0%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2020-2021)	<b>-49,82%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2020-2021)
<b>0%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2018-2021)	<b>-14,75%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2016-2021)

Ranking Sociedades: 161947/187063  
 Ranking Sector: 18791/33201  
 Ranking Subsector: 576/1148

#### UTILIDAD

Valor en millones de pesos



<b>0%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2020-2021)	<b>58,59%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2020-2021)
<b>0%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2018-2021)	<b>6,82%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2016-2021)

Ranking Sociedades: 130733/187063  
 Ranking Sector: 15073/33201  
 Ranking Subsector: 426/1148



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - CALZADO GLENDA SAS

Año Inf. Financiera: 2021

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO		PÉRDIDAS Y GANANCIAS	
ACTIVO CORRIENTE	\$10	PASIVO CORRIENTE	\$0	INGRESO ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$524
ACTIVO NO CORRIENTE	\$0	PASIVO NO CORRIENTE	\$0	OTROS INGRESOS	\$0
TOTAL ACTIVOS	\$10	PASIVO	\$0	COSTOS VENTAS	\$0
		PATRIMONIO	\$10	GASTOS OPERACIONALES	\$0
		PASIVO + PATRIMONIO	\$10	OTROS GASTOS	\$0
				GASTOS POR IMPUESTOS	\$0
				UTILIDAD OPERACIONES	\$0
				UTILIDAD NETA	\$0

\*La suma de las cuentas del Activo, NO dan necesariamente el Activo Total.

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2022 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2021. Las razones financieras son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades.

## Razones Financieras

Nacional		Top 5 Sector (2021)	Empresa (2020)	Empresa (2021)
RAZONES DE LIQUIDEZ	<b>Razón Corriente</b>			
	Activo Corriente / Pasivo Corriente Este indicador mide la disponibilidad de la compañía para responder por las obligaciones existentes. -> -> null 2020 - 2021	0,8	0	0
RAZONES DE LIQUIDEZ	<b>Capital de Trabajo</b>			
	Activo Corriente - Pasivo Corriente (cifra en millones de pesos) Este indicador muestra el exceso o el déficit de la empresa después de cancelar todos los pasivos de corto plazo. -> -> null 2020 - 2021	\$-677.299	\$0	\$0
RAZONES DE ACTIVIDAD	<b>Rotación del Activo Total</b>			
	Ingresos Operacionales / Activo Total (veces en el año) Este indicador mide la eficiencia del uso de los activos disponibles para la generación de ventas	0,32	16,25	51,85
RAZONES DE ACTIVIDAD	<b>Rotación Activo Corriente</b>			
	Ingresos Operacionales / Activo Corriente (veces en el año) Mide la relación entre las ventas y el monto de la inversión en activos corrientes.	2,85	16,25	51,85
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Endeudamiento a Corto Plazo</b>			
	Total Pasivo Corriente / Pasivo Total (%) Mide el porcentaje total de la deuda, que la empresa debe pagar en el corto plazo, es decir, en menos de un año. -> -> null 2020 - 2021	80,23%	0%	0%
	<b>Nivel de Endeudamiento</b>			
	Pasivo Total / Activo Total (%) Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda. -> -> null 2020 - 2021	42,02%	0%	0%
	<b>Razón de Autonomía</b>			
	Patrimonio Total / Activo Total Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con dinero de los dueños. -> 0 % -> Variación Compañía 2020 - 2021	0,58	1	1
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Apalancamiento Externo</b>			
	Pasivo Total / Patrimonio Total Este indicador mide hasta que punto está comprometido el capital de los socios de la compañía con respecto a sus acreedores. -> -> null 2020 - 2021	0,72	0	0
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Apalancamiento Interno</b>			
	Patrimonio Total / Pasivo Total Este indicador mide la relación entre el uso de la deuda como mecanismo de financiación con respecto a los fondos de los socios. -> -> null 2020 - 2021	1,38	0	0



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

RAZONES DE RENTABILIDAD	<b>Rentabilidad del Patrimonio</b>			
	Utilidad Neta / Patrimonio (%)	5,65%	0%	0%
	Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa. -> -> null 2020 - 2021			
	<b>Rentabilidad Neta del Activo</b>			
Utilidad Neta / Activo Total (%)	3,27%	0%	0%	
Este indicador mide la rentabilidad global de la compañía. -> -> null 2020 - 2021				
<b>Margen Operacional</b>				
Utilidad Operacional / Ingresos Operacionales (%)	0%	0%	0%	
Este indicador mide el porcentaje de utilidad operacional que se genera, después de descontarle a las ventas su costo y gastos operacionales. -> -> null 2020 - 2021				

Nota: Para los cálculos de crecimiento se toman los valores con todos los decimales posibles

Nota: Razones financieras calculadas con los datos presentados por la empresa en el formulario de renovación mercantil del año 2022 y que corresponden al ejercicio contable del año 2021

Para las Top 5 se seleccionaron las empresas clasificadas como sociedades con domicilio principal y con mayor valor en sus activos que renovaron su matrícula mercantil en el año 2022

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2022 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2021

Las razones financieras en el top 5 del sector son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades

## Anexo 9. Empresa 7



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - CONTRERAS AVELLA  
JEFFERSON MICHEL

## INFORMACIÓN GENERAL

### Información de Contacto

Nombre o Razón Social	CONTRERAS AVELLA JEFFERSON MICHEL
tipo jurídico	PERSONA NATURAL
Identificación	1090443826
Dirección Comercial	CL. 7AN NRO. 12E-103
Ciudad Comercial	CUCUTA
Departamento Comercial	NORTE DE SANTANDER
Dirección Judicial	CL. 7AN NRO. 12E-103
Ciudad Judicial	CUCUTA
Departamento Judicial	NORTE DE SANTANDER
Teléfonos	- 5970319 - 5970319 - 5970319
Email	jeferavella@gmail.com

### Información Legal y Clasificación

Matricula Mercantil	364038
Edad empresarial	2
Nro. Empleados	0
Últimos estados financieros depositados	





CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - CONTRERAS AVELLA  
JEFFERSON MICHEL

### Actividad Económica

CIU	Descripción CIU
4791	COMERCIO AL POR MENOR REALIZADO A TRAVÉS DE INTERNET
Sector	Descripción Sector
7	COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS
Subsector	Descripción Subsector
3	COMERCIO AL POR MENOR (INCLUSO EL COMERCIO AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES), EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS

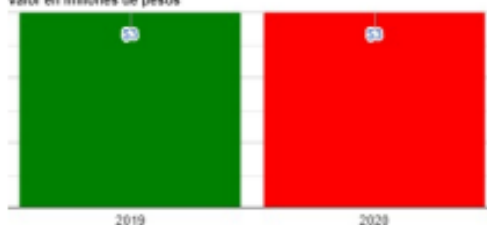
### Establecimientos de Comercio

Nombre	Dirección	Ciudad	Estado	Activo
JEFF SHOES	CL 7AN NRO 12E-103	CUCUTA	ACTIVO	\$0




**Información Financiera**
**ACTIVO**

Valor en millones de pesos


**0%**  
 CRECIMIENTO EMPRESA  
 (2019-2020)

**-0,1%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
 (2019-2020)

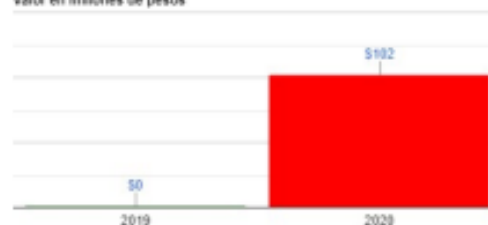
**0%**  
 CRECIMIENTO PROMEDIO  
 ANUAL (2019-2020)

**5,04%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
 (2015-2020)

 Ranking Sociedades: 341094/418661  
 Ranking Sector: 185035/443979  
 Ranking Subsector: 153154/379156

**VENTAS**

Valor en millones de pesos


**0%**  
 CRECIMIENTO EMPRESA  
 (2019-2020)

**-5,9%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
 (2019-2020)

**0%**  
 CRECIMIENTO PROMEDIO  
 ANUAL (2019-2020)

**7,42%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
 (2015-2020)

 Ranking Sociedades: 36329/418661  
 Ranking Sector: 22581/443979  
 Ranking Subsector: 17069/379156

**PASIVO**

Valor en millones de pesos


**0%**  
 CRECIMIENTO EMPRESA  
 (2019-2020)

**-20,82%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
 (2019-2020)

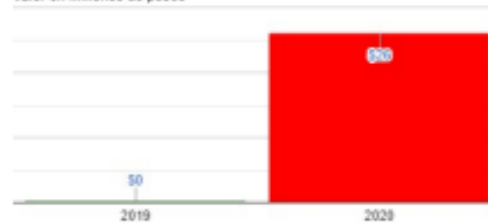
**0%**  
 CRECIMIENTO PROMEDIO  
 ANUAL (2019-2020)

**-3,43%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
 (2015-2020)

 Ranking Sociedades: 111666/418661  
 Ranking Sector: 58936/443979  
 Ranking Subsector: 48909/379156

**UTILIDAD**

Valor en millones de pesos


**0%**  
 CRECIMIENTO EMPRESA  
 (2019-2020)

**-0,07%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
 (2019-2020)

**0%**  
 CRECIMIENTO PROMEDIO  
 ANUAL (2019-2020)

**3,1%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
 (2015-2020)

 Ranking Sociedades: 17709/418661  
 Ranking Sector: 9919/443979  
 Ranking Subsector: 7233/379156



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - CONTRERAS AVELLA  
JEFFERSON MICHEL

Año Inf. Financiera: 2020

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO		PÉRDIDAS Y GANANCIAS	
ACTIVO CORRIENTE	\$3	PASIVO CORRIENTE	\$0	INGRESO ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$102
ACTIVO NO CORRIENTE	\$0	PASIVO NO CORRIENTE	\$0	OTROS INGRESOS	\$0
TOTAL ACTIVOS	\$3	PASIVO	\$0	COSTOS VENTAS	\$76
		PATRIMONIO	\$3	GASTOS OPERACIONALES	\$0
		PASIVO + PATRIMONIO	\$3	OTROS GASTOS	\$0
				GASTOS POR IMPUESTOS	\$0
				UTILIDAD OPERACIONES	\$26
				UTILIDAD NETA	\$26

\*La suma de las cuentas del Activo, NO dan necesariamente el Activo Total.

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2021 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2020. Las razones financieras son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades.

**Razones Financieras**

Nacional		Top 5 Sector (2020)	Empresa (2019)	Empresa (2020)
<b>RAZONES DE LIQUIDEZ</b>	<b>Razón Corriente</b>			
	Activo Corriente / Pasivo Corriente Este indicador mide la disponibilidad de la compañía para responder por las obligaciones existentes. -> -> null 2019 - 2020	5,89	0	0
<b>RAZONES DE LIQUIDEZ</b>	<b>Capital de Trabajo</b>			
	Activo Corriente - Pasivo Corriente (cifra en millones de pesos) Este indicador muestra el exceso o el déficit de la empresa después de cancelar todos los pasivos de corto plazo. -> -> null 2019 - 2020	\$378.569	\$0	\$0
<b>RAZONES DE ACTIVIDAD</b>	<b>Rotación del Activo Total</b>			
	Ingresos Operacionales / Activo Total (veces en el año) Este indicador mide la eficiencia del uso de los activos disponibles para la generación de ventas	1,39	0	40,8
<b>RAZONES DE ACTIVIDAD</b>	<b>Rotación Activo Corriente</b>			
	Ingresos Operacionales / Activo Corriente (veces en el año) Mide la relación entre las ventas y el monto de la inversión en activos corrientes.	1,44	0	40,8
<b>RAZONES DE ENDEUDAMIENTO</b>	<b>Endeudamiento a Corto Plazo</b>			
	Total Pasivo Corriente / Pasivo Total (%) Mide el porcentaje total de la deuda, que la empresa debe pagar en el corto plazo, es decir, en menos de un año. -> -> null 2019 - 2020	589,5%	0%	0%
	<b>Nivel de Endeudamiento</b>			
	Pasivo Total / Activo Total (%) Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda. -> -> null 2019 - 2020	19,62%	0%	0%
	<b>Razón de Autonomía</b>			
	Patrimonio Total / Activo Total Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con dinero de los dueños. -> 0 % -> Variación Compañía 2019 - 2020	0,8	1	1
<b>Apalancamiento Externo</b>				
Pasivo Total / Patrimonio Total Este indicador mide hasta que punto está comprometido el capital de los socios de la compañía con respecto a sus acreedores. -> -> null 2019 - 2020	0,24	0	0	
<b>Apalancamiento Interno</b>				
Patrimonio Total / Pasivo Total Este indicador mide la relación entre el uso de la deuda como mecanismo de financiación con respecto a los fondos de los socios. -> -> null 2019 - 2020	4,1	0	0	



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - CONTRERAS AVELLA  
JEFFERSON MICHEL

<b>RAZONES DE RENTABILIDAD</b>	<b>Rentabilidad del Patrimonio</b>			
	Utilidad Neta / Patrimonio (%)	4,79%	0%	1040%
	Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa. -> -> null 2019 - 2020			
	<b>Rentabilidad Neta del Activo</b>			
	Utilidad Neta / Activo Total (%)	3,85%	0%	1040%
	Este indicador mide la rentabilidad global de la compañía. -> -> null 2019 - 2020			
<b>Margen Operacional</b>				
Utilidad Operacional / Ingresos Operacionales (%)	0%	0%	25,49%	
Este indicador mide el porcentaje de utilidad operacional que se genera, después de descontarle a las ventas su costo y gastos operacionales. -> -> null 2019 - 2020				

Nota: Para los cálculos de crecimiento se toman los valores con todos los decimales posibles

Nota: Razones financieras calculadas con los datos presentados por la empresa en el formulario de renovación mercantil del año 2021; o 2022 y que corresponden al ejercicio contable del año 2021

Para las Top 5 se seleccionaron las empresas clasificadas como sociedades con domicilio principal y con mayor valor en sus activos que renovaron su matrícula mercantil en el año 2022

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2022 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2021

Las razones financieras en el top 5 del sector son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades

## Anexo 10. Empresa 8



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - GAMEZ ORTEGA JENNIFER  
YOMAIRA

## INFORMACIÓN GENERAL

### Información de Contacto

Nombre o Razón Social	GAMEZ ORTEGA JENNIFER YOMAIRA
tipo jurídico	PERSONA NATURAL
Identificación	60447824
Dirección Comercial	CL 23 12-22 ALFONSO LOPEZ
Ciudad Comercial	CUCUTA
Departamento Comercial	NORTE DE SANTANDER
Dirección Judicial	CL 23 12-22 ALFONSO LOPEZ
Ciudad Judicial	CUCUTA
Departamento Judicial	NORTE DE SANTANDER
Teléfonos	- 5825019 - 5825019 - 5825019
Email	jenniferladysshoes@hotmail.com

### Información Legal y Clasificación

Matricula Mercantil	222499
Edad empresarial	10
Nro. Empleados	1
Últimos estados financieros depositados	



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - GAMEZ ORTEGA JENNIFER  
YOMAIRA

#### Actividad Económica

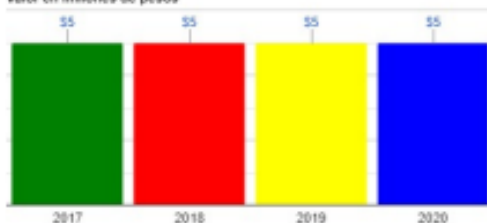
CIU	Descripción CIU
1521	FABRICACIÓN DE CALZADO DE CUERO Y PIEL, CON CUALQUIER TIPO DE SUELA
Sector	Descripción Sector
3	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
Subsector	Descripción Subsector
6	CURTIDO Y RECURTIDO DE CUEROS; FABRICACIÓN DE CALZADO; FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE VIAJE, MALETAS, BOLSOS DE MANO Y ARTÍCULOS SIMILARES, Y FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA Y GUARNICIONERÍA; ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES

#### Establecimientos de Comercio

Nombre	Dirección	Ciudad	Estado	Activo
JENNIFER LADY SHOES	CL 23 12-22 ALFONSO LOPEZ	CUCUTA	ACTIVO	\$0

**Información Financiera**
**ACTIVO**

Valor en millones de pesos



<b>0%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2019-2020)	<b>4,88%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2019-2020)
<b>7,33%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2015-2020)	<b>2,54%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2015-2020)

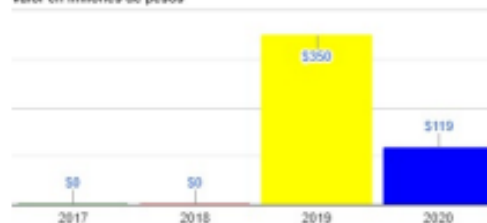
Ranking Sociedades: 180418/418898

Ranking Sector: 17824/84159

Ranking Subsector: 1116/5713

**VENTAS**

Valor en millones de pesos



<b>-66%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2019-2020)	<b>2,23%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2019-2020)
<b>0%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2015-2020)	<b>8%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2015-2020)

Ranking Sociedades: 31680/418898

Ranking Sector: 3528/84159

Ranking Subsector: 335/5713

**PASIVO**

Valor en millones de pesos



<b>0%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2019-2020)	<b>14,64%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2019-2020)
<b>0%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2015-2020)	<b>-6,91%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2015-2020)

Ranking Sociedades: 111843/418898

Ranking Sector: 11542/84159

Ranking Subsector: 760/5713

**UTILIDAD**

Valor en millones de pesos



<b>0%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2019-2020)	<b>-5,87%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2019-2020)
<b>0%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2015-2020)	<b>11,16%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2015-2020)

Ranking Sociedades: 106932/418898

Ranking Sector: 11387/84159

Ranking Subsector: 750/5713





CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - GAMEZ ORTEGA JENNIFER  
YOMAIRA

Año Inf. Financiera: 2020

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO		PÉRDIDAS Y GANANCIAS	
ACTIVO CORRIENTE	\$5	PASIVO CORRIENTE	\$0	INGRESO ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$119
ACTIVO NO CORRIENTE	\$0	PASIVO NO CORRIENTE	\$0	OTROS INGRESOS	\$0
TOTAL ACTIVOS	\$5	PASIVO	\$0	COSTOS VENTAS	\$0
		PATRIMONIO	\$5	GASTOS OPERACIONALES	\$0
		PASIVO + PATRIMONIO	\$5	OTROS GASTOS	\$0
				GASTOS POR IMPUESTOS	\$0
				UTILIDAD OPERACIONES	\$0
				UTILIDAD NETA	\$0

\*La suma de las cuentas del Activo, NO dan necesariamente el Activo Total.

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2021 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2020. Las razones financieras son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades.



## Razones Financieras

Nacional		Top 5 Sector (2020)	Empresa (2019)	Empresa (2020)
RAZONES DE LIQUIDEZ	<b>Razón Corriente</b>			
	Activo Corriente / Pasivo Corriente Este indicador mide la disponibilidad de la compañía para responder por las obligaciones existentes. -> -> null 2019 - 2020	3,49	0	0
RAZONES DE LIQUIDEZ	<b>Capital de Trabajo</b>			
	Activo Corriente - Pasivo Corriente (cifra en millones de pesos) Este indicador muestra el exceso o el déficit de la empresa después de cancelar todos los pasivos de corto plazo. -> -> null 2019 - 2020	\$36.378	\$0	\$0
RAZONES DE ACTIVIDAD	<b>Rotación del Activo Total</b>			
	Ingresos Operacionales / Activo Total (veces en el año) Este indicador mide la eficiencia del uso de los activos disponibles para la generación de ventas	0,76	70	23,8
RAZONES DE ACTIVIDAD	<b>Rotación Activo Corriente</b>			
	Ingresos Operacionales / Activo Corriente (veces en el año) Mide la relación entre las ventas y el monto de la inversión en activos corrientes.	1,26	70	23,8
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Endeudamiento a Corto Plazo</b>			
	Total Pasivo Corriente / Pasivo Total (%) Mide el porcentaje total de la deuda, que la empresa debe pagar en el corto plazo, es decir, en menos de un año. -> -> null 2019 - 2020	348,58%	0%	0%
	<b>Nivel de Endeudamiento</b>			
	Pasivo Total / Activo Total (%) Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda. -> -> null 2019 - 2020	30,18%	0%	0%
	<b>Razón de Autonomía</b>			
	Patrimonio Total / Activo Total Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con dinero de los dueños. -> 0 % -> Variación Compañía 2019 - 2020	0,7	1	1
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Apalancamiento Externo</b>			
	Pasivo Total / Patrimonio Total Este indicador mide hasta que punto está comprometido el capital de los socios de la compañía con respecto a sus acreedores. -> -> null 2019 - 2020	0,43	0	0
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Apalancamiento Interno</b>			
	Patrimonio Total / Pasivo Total Este indicador mide la relación entre el uso de la deuda como mecanismo de financiación con respecto a los fondos de los socios. -> -> null 2019 - 2020	2,31	0	0



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - GAMEZ ORTEGA JENNIFER  
YOMAIRA

RAZONES DE RENTABILIDAD	<b>Rentabilidad del Patrimonio</b>			
	Utilidad Neta / Patrimonio (%)	5,63%	0%	0%
	Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa. -> -> null 2019 - 2020			
	<b>Rentabilidad Neta del Activo</b>			
Utilidad Neta / Activo Total (%)	3,93%	0%	0%	
Este indicador mide la rentabilidad global de la compañía. -> -> null 2019 - 2020				
<b>Margen Operacional</b>				
Utilidad Operacional / Ingresos Operacionales (%)	0%	0%	0%	
Este indicador mide el porcentaje de utilidad operacional que se genera, después de descontarle a las ventas su costo y gastos operacionales. -> -> null 2019 - 2020				

Nota: Para los cálculos de crecimiento se toman los valores con todos los decimales posibles  
 Nota: Razones financieras calculadas con los datos presentados por la empresa en el formulario de renovación mercantil del año 2022 y que corresponden al ejercicio contable del año 2021  
 Para las Top 5 se seleccionaron las empresas clasificadas como sociedades con domicilio principal y con mayor valor en sus activos que renovaron su matrícula mercantil en el año 2022  
 Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2022 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2021  
 Las razones financieras en el top 5 del sector son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades

## Anexo 11. Empresa 9


**COMPITE360**
**REPORTE EMPRESARIAL - GRUPO INALKEM SAS**

## INFORMACIÓN GENERAL

### Información de Contacto

Nombre o Razón Social	GRUPO INALKEM SAS
tipo jurídico	SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS SAS
Identificación	901113062-0
Dirección Comercial	CL 11 12 34
Ciudad Comercial	CUCUTA
Departamento Comercial	NORTE DE SANTANDER
Dirección Judicial	CL 11 12 34
Ciudad Judicial	CUCUTA
Departamento Judicial	NORTE DE SANTANDER
Teléfonos	- 5837419 - 5837419 - 5837419
Email	jvargas@suelasl.com

### Información Legal y Clasificación

Matricula Mercantil	318750
Edad empresarial	4
Nro. Empleados	97
Últimos estados financieros depositados	


**Actividad Económica**

CIU	Descripción CIU
1523	FABRICACIÓN DE PARTES DEL CALZADO
Sector	Descripción Sector
3	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
Subsector	Descripción Subsector
6	CURTIDO Y RECURTIDO DE CUEROS; FABRICACIÓN DE CALZADO; FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE VIAJE, MALETAS, BOLSOS DE MANO Y ARTÍCULOS SIMILARES, Y FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA Y GUARNICIONERÍA; ADOBO Y TEÑIDO DE PIELS

**Establecimientos de Comercio**

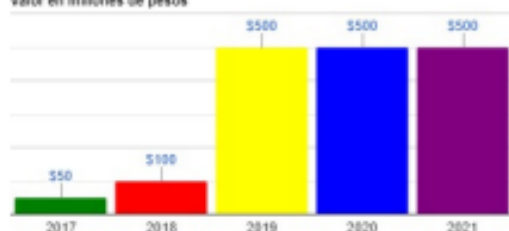
Nombre	Dirección	Ciudad	Estado	Activo
CALMYLIFE	CL 11 NO 12-38	CUCUTA	ACTIVO	\$0
INDUSTRIA DE SUELAS LC	CL 11 NRO. 12 - 34	CUCUTA	ACTIVO	\$0
INDUSTRIA DE SUELAS LC II	CL 10 NRO. 10 - 43	CUCUTA	ACTIVO	\$0
INDUSTRIA DE SUELAS LC III	AV 11 NRO. 9 - 78 LC 1	CUCUTA	ACTIVO	\$0
INDUSTRIA DE SUELAS LC LLANO	AV 10 NRO 8-80	CUCUTA	ACTIVO	\$0
INDUSTRIA DE SUELAS LC 4	CL 10 NRO 9-90	CUCUTA	ACTIVO	\$0

**Representante legal**

Nombre	Documento	Tipo
CALDERON JACOME LEIDY MILENA	37392146	GERENTE
VARGAS OVALLOS JENNY AMINTA	1090391494	SUBGERENTE


**Información Financiera**
**ACTIVO**

Valor en millones de pesos


**0,02%**  
 CRECIMIENTO EMPRESA  
 (2020-2021)

**-47,99%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
 (2020-2021)

**58,5%**  
 CRECIMIENTO PROMEDIO  
 ANUAL (2016-2021)

**-9,13%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
 (2016-2021)

Ranking Sociedades: 84809/187063

Ranking Sector: 10093/33201

Ranking Subsector: 267/1148

**VENTAS**

Valor en millones de pesos


**177%**  
 CRECIMIENTO EMPRESA  
 (2020-2021)

**-55,98%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
 (2020-2021)

**0%**  
 CRECIMIENTO PROMEDIO  
 ANUAL (2016-2021)

**-8,82%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
 (2016-2021)

Ranking Sociedades: 21757/187063

Ranking Sector: 4126/33201

Ranking Subsector: 73/1148

**PASIVO**

Valor en millones de pesos


**0%**  
 CRECIMIENTO EMPRESA  
 (2020-2021)

**-49,82%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
 (2020-2021)

**0%**  
 CRECIMIENTO PROMEDIO  
 ANUAL (2016-2021)

**-14,75%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
 (2016-2021)

Ranking Sociedades: 161947/187063

Ranking Sector: 18791/33201

Ranking Subsector: 576/1148

**UTILIDAD**

Valor en millones de pesos


**0%**  
 CRECIMIENTO EMPRESA  
 (2020-2021)

**58,59%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
 (2020-2021)

**0%**  
 CRECIMIENTO PROMEDIO  
 ANUAL (2016-2021)

**6,82%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
 (2016-2021)

Ranking Sociedades: 130733/187063

Ranking Sector: 15073/33201

Ranking Subsector: 426/1148



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

Año Inf. Financiera: 2021

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO		PÉRDIDAS Y GANANCIAS	
ACTIVO CORRIENTE	\$500	PASIVO CORRIENTE	\$0	INGRESO ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$14.934
ACTIVO NO CORRIENTE	\$0	PASIVO NO CORRIENTE	\$0	OTROS INGRESOS	\$0
TOTAL ACTIVOS	\$500	PASIVO	\$0	COSTOS VENTAS	\$0
		PATRIMONIO	\$500	GASTOS OPERACIONALES	\$0
		PASIVO + PATRIMONIO	\$500	OTROS GASTOS	\$0
				GASTOS POR IMPUESTOS	\$0
				UTILIDAD OPERACIONES	\$0
				UTILIDAD NETA	\$0

\*La suma de las cuentas del Activo, NO dan necesariamente el Activo Total.

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2022 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2021. Las razones financieras son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades.

## Razones Financieras

Nacional		Top 5 Sector (2021)	Empresa (2020)	Empresa (2021)
RAZONES DE LIQUIDEZ	<b>Razón Corriente</b> Activo Corriente / Pasivo Corriente Este indicador mide la disponibilidad de la compañía para responder por las obligaciones existentes. -> -> nul 2020 - 2021	0,8	0	0
	<b>Capital de Trabajo</b> Activo Corriente - Pasivo Corriente (cifra en millones de pesos) Este indicador muestra el exceso o el déficit de la empresa después de cancelar todos los pasivos de corto plazo. -> -> nul 2020 - 2021	\$-677.299	\$0	\$0
RAZONES DE ACTIVIDAD	<b>Rotación del Activo Total</b> Ingresos Operacionales / Activo Total (veces en el año) Este indicador mide la eficiencia del uso de los activos disponibles para la generación de ventas	0,32	10,78	29,86
	<b>Rotación Activo Corriente</b> Ingresos Operacionales / Activo Corriente (veces en el año) Mide la relación entre las ventas y el monto de la inversión en activos corrientes.	2,85	10,78	29,86
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Endeudamiento a Corto Plazo</b> Total Pasivo Corriente / Pasivo Total (%) Mide el porcentaje total de la deuda, que la empresa debe pagar en el corto plazo, es decir, en menos de un año. -> -> nul 2020 - 2021	80,23%	0%	0%
	<b>Nivel de Endeudamiento</b> Pasivo Total / Activo Total (%) Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda. -> -> nul 2020 - 2021	42,02%	0%	0%
	<b>Razón de Autonomía</b> Patrimonio Total / Activo Total Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con dinero de los dueños. -> 0 % -> Variación Compañía 2020 - 2021	0,58	1	1
	<b>Apalancamiento Externo</b> Pasivo Total / Patrimonio Total Este indicador mide hasta que punto está comprometido el capital de los socios de la compañía con respecto a sus acreedores. -> -> nul 2020 - 2021	0,72	0	0
	<b>Apalancamiento Interno</b> Patrimonio Total / Pasivo Total Este indicador mide la relación entre el uso de la deuda como mecanismo de financiación con respecto a los fondos de los socios. -> -> nul 2020 - 2021	1,38	0	0





CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

<b>RAZONES DE RENTABILIDAD</b>	<b>Rentabilidad del Patrimonio</b>			
	Utilidad Neta / Patrimonio (%)	5,65%	0%	0%
	Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa. -> -> null 2020 - 2021			
	<b>Rentabilidad Neta del Activo</b>			
	Utilidad Neta / Activo Total (%)	3,27%	0%	0%
	Este indicador mide la rentabilidad global de la compañía. -> -> null 2020 - 2021			
	<b>Margen Operacional</b>			
	Utilidad Operacional / Ingresos Operacionales (%)	0%	0%	0%
	Este indicador mide el porcentaje de utilidad operacional que se genera, después de descontarle a las ventas su costo y gastos operacionales. -> -> null 2020 - 2021			

Nota: Para los cálculos de crecimiento se toman los valores con todos los decimales posibles

Nota: Razones financieras calculadas con los datos presentados por la empresa en el formulario de renovación mercantil del año 2022 y que corresponden al ejercicio contable del año 2021

Para las Top 5 se seleccionaron las empresas clasificadas como sociedades con domicilio principal y con mayor valor en sus activos que renovaron su matrícula mercantil en el año 2022

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2022 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2021  
 Las razones financieras en el top 5 del sector son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades



## Anexo 12. Empresa 10



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - CALZADO KADOSH S.A.S

## INFORMACIÓN GENERAL

### Información de Contacto

Nombre o Razón Social	CALZADO KADOSH S.A.S
tipo jurídico	SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS SAS
Identificación	901375646-5
Dirección Comercial	AV 11 NR 7-71 ENTRE CL 7 Y 8
Ciudad Comercial	CUCUTA
Departamento Comercial	NORTE DE SANTANDER
Dirección Judicial	AV 11 NR 7-71 ENTRE CL 7 Y 8
Ciudad Judicial	CUCUTA
Departamento Judicial	NORTE DE SANTANDER
Teléfonos	- 5898203 - 5898203 - 5898203
Email	kadoshindustry@gmail.com

### Información Legal y Clasificación

Matricula Mercantil	368418
Edad empresarial	2
Nro. Empleados	3
Últimos estados financieros depositados	



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - CALZADO KADOSH S.A.S

### Actividad Económica

CIU	Descripción CIU
4643	COMERCIO AL POR MAYOR DE CALZADO
Sector	Descripción Sector
7	COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS
Subsector	Descripción Subsector
2	COMERCIO AL POR MAYOR Y EN COMISIÓN O POR CONTRATA, EXCEPTO EL COMERCIO DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS

### Establecimientos de Comercio

Nombre	Dirección	Ciudad	Estado	Activo
KADOSH - INDUSTRY DENIM DIVISION	AV 11 NR 7-71 ENTRE CL 7 Y 8	CUCUTA	ACTIVO	\$0

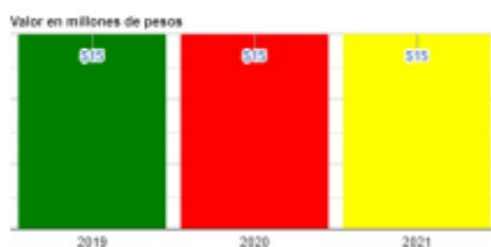
### Representante legal

Nombre	Documento	Tipo
AMAYA CARRASCAL MARIA SALOME	1090458202	PRIMER SUPLENTE DEL REPRESENTANTE LEGAL
GOMEZ RAMIREZ FABIAN ANDRES	1093747015	GERENTE



### Información Financiera

#### ACTIVO



<b>0,13%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2020-2021)	<b>-65,11%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2020-2021)
<b>0,13%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2019-2021)	<b>-12,94%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2016-2021)

Ranking Sociedades: 200801/187063

Ranking Sector: 49158/70818

Ranking Subsector: 23141/33031

#### VENTAS



<b>455,06%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2020-2021)	<b>-28,24%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2020-2021)
<b>55.506.070.200%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2019-2021)	<b>-2,5%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2016-2021)

Ranking Sociedades: 122724/187063

Ranking Sector: 32675/70818

Ranking Subsector: 15349/33031

#### PASIVO



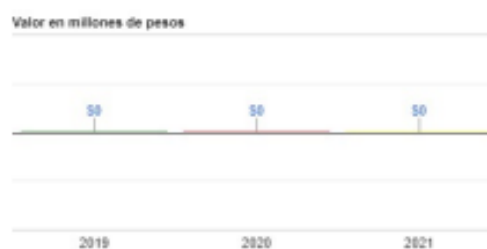
<b>0%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2020-2021)	<b>-37,16%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2020-2021)
<b>-74,87%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2019-2021)	<b>0,61%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2016-2021)

Ranking Sociedades: 161947/187063

Ranking Sector: 37100/70818

Ranking Subsector: 17613/33031

#### UTILIDAD



<b>0%</b> CRECIMIENTO EMPRESA (2020-2021)	<b>-75,14%</b> CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR (2020-2021)
<b>0%</b> CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2019-2021)	<b>-3,33%</b> CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL (2016-2021)

Ranking Sociedades: 130733/187063

Ranking Sector: 31178/70818

Ranking Subsector: 14788/33031



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - CALZADO KADOSH S.A.S

Año Inf. Financiera: 2021

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO		PÉRDIDAS Y GANANCIAS	
ACTIVO CORRIENTE	\$4	PASIVO CORRIENTE	\$3	INGRESO ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$555
ACTIVO NO CORRIENTE	\$0	PASIVO NO CORRIENTE	\$1	OTROS INGRESOS	\$0
TOTAL ACTIVOS	\$15	PASIVO	\$4	COSTOS VENTAS	\$0
		PATRIMONIO	\$11	GASTOS OPERACIONALES	\$0
		PASIVO + PATRIMONIO	\$15	OTROS GASTOS	\$0
				GASTOS POR IMPUESTOS	\$0
				UTILIDAD OPERACIONES	\$0
				UTILIDAD NETA	\$0

\*La suma de las cuentas del Activo, NO dan necesariamente el Activo Total.

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2022 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2021. Las razones financieras son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades.

**Razones Financieras**

Nacional		Top 5 Sector (2021)	Empresa (2020)	Empresa (2021)
<b>RAZONES DE LIQUIDEZ</b>	<b>Razón Corriente</b>			
	Activo Corriente / Pasivo Corriente	1,25	0	1,51
	Este indicador mide la disponibilidad de la compañía para responder por las obligaciones existentes. -> -> null 2020 - 2021			
<b>RAZONES DE LIQUIDEZ</b>	<b>Capital de Trabajo</b>			
	Activo Corriente - Pasivo Corriente (cifra en millones de pesos)	\$1.402.322	\$0	\$1
	Este indicador muestra el exceso o el déficit de la empresa después de cancelar todos los pasivos de corto plazo. -> -> null 2020 - 2021			
<b>RAZONES DE ACTIVIDAD</b>	<b>Rotación del Activo Total</b>			
	Ingresos Operacionales / Activo Total (veces en el año)	1,13	6,67	36,95
	Este indicador mide la eficiencia del uso de los activos disponibles para la generación de ventas			
<b>RAZONES DE ACTIVIDAD</b>	<b>Rotación Activo Corriente</b>			
	Ingresos Operacionales / Activo Corriente (veces en el año)	2,1	6,67	127,89
	Mide la relación entre las ventas y el monto de la inversión en activos corrientes.			
<b>RAZONES DE ENDEUDAMIENTO</b>	<b>Endeudamiento a Corto Plazo</b>			
	Total Pasivo Corriente / Pasivo Total (%)	124,71%	0%	76,13%
	Mide el porcentaje total de la deuda, que la empresa debe pagar en el corto plazo, es decir, en menos de un año. -> -> null 2020 - 2021			
	<b>Nivel de Endeudamiento</b>			
	Pasivo Total / Activo Total (%)	65,34%	0%	25,1%
	Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda. -> -> null 2020 - 2021			
<b>RAZONES DE ENDEUDAMIENTO</b>	<b>Razón de Autonomía</b>			
	Patrimonio Total / Activo Total	0,35	1	0,75
	Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con dinero de los dueños. -> -25,10 % -> Variación Compañía 2020 - 2021			
<b>RAZONES DE ENDEUDAMIENTO</b>	<b>Apalancamiento Externo</b>			
	Pasivo Total / Patrimonio Total	1,89	0	0,34
	Este indicador mide hasta que punto está comprometido el capital de los socios de la compañía con respecto a sus acreedores. -> -> null 2020 - 2021			
<b>RAZONES DE ENDEUDAMIENTO</b>	<b>Apalancamiento Interno</b>			
	Patrimonio Total / Pasivo Total	0,53	0	2,98
	Este indicador mide la relación entre el uso de la deuda como mecanismo de financiación con respecto a los fondos de los socios. -> -> null 2020 - 2021			



<b>RAZONES DE RENTABILIDAD</b>	<b>Rentabilidad del Patrimonio</b>			
	Utilidad Neta / Patrimonio (%)	11,15%	0%	0%
	Evaluá la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa. -> -> null 2020 - 2021			
	<b>Rentabilidad Neta del Activo</b>			
	Utilidad Neta / Activo Total (%)	3,86%	0%	0%
	Este indicador mide la rentabilidad global de la compañía. -> -> null 2020 - 2021			
	<b>Margen Operacional</b>			
	Utilidad Operacional / Ingresos Operacionales (%)	0%	0%	0%
	Este indicador mide el porcentaje de utilidad operacional que se genera, después de descontarle a las ventas su costo y gastos operacionales. -> -> null 2020 - 2021			

Nota: Para los cálculos de crecimiento se toman los valores con todos los decimales posibles

Nota: Razones financieras calculadas con los datos presentados por la empresa en el formulario de renovación mercantil del año 2021 y que corresponden al ejercicio contable del año 2021

Para las Top 5 se seleccionaron las empresas clasificadas como sociedades con domicilio principal y con mayor valor en sus activos que renovaron su matrícula mercantil en el año 2022

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2022 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2021

Las razones financieras en el top 5 del sector son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades

## Anexo 13. Empresa 11



## INFORMACIÓN GENERAL

### Información de Contacto

Nombre o Razón Social	PAREJA ALEXANDER
tipo jurídico	PERSONA NATURAL
Identificación	88217264
Dirección Comercial	MZ 12D LOTE 13
Ciudad Comercial	CUCUTA
Departamento Comercial	NORTE DE SANTANDER
Dirección Judicial	MZ 12D LOTE 13
Ciudad Judicial	CUCUTA
Departamento Judicial	NORTE DE SANTANDER
Teléfonos	- 5504729 - 5504729 - 5810974
Email	alexanderpareja@hotmail.com

### Información Legal y Clasificación

Matricula Mercantil	114444
Edad empresarial	19
Nro. Empleados	3
Últimos estados financieros depositados	





CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

### Actividad Económica

CIU	Descripción CIU
1522	FABRICACIÓN DE OTROS TIPOS DE CALZADO, EXCEPTO CALZADO DE CUERO Y PIEL
Sector	Descripción Sector
3	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
Subsector	Descripción Subsector
6	CURTIDO Y RECURTIDO DE CUEROS; FABRICACIÓN DE CALZADO; FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE VIAJE, MALETAS, BOLSOS DE MANO Y ARTÍCULOS SIMILARES, Y FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA Y GUARNICIONERÍA; ADOBO Y TEÑIDO DE PIELS

### Establecimientos de Comercio

Nombre	Dirección	Ciudad	Estado	Activo
CREACIONES GÓTICAS	MZ 12D LOTE 13	CUCUTA	ACTIVO	\$0



**Información Financiera**
**ACTIVO**

Valor en millones de pesos


**13,99%**  
 CRECIMIENTO EMPRESA  
 (2019-2020)

**4,88%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
 (2019-2020)

**2,65%**  
 CRECIMIENTO PROMEDIO  
 ANUAL (2015-2020)

**2,54%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
 (2015-2020)

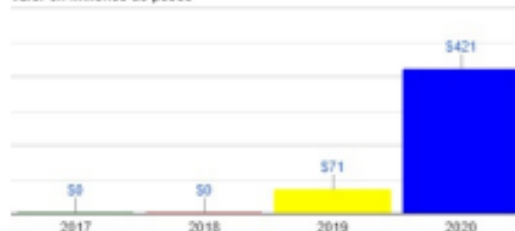
Ranking Sociedades: 14550/418898

Ranking Sector: 1433/84159

Ranking Subsector: 93/5713

**VENTAS**

Valor en millones de pesos


**492,46%**  
 CRECIMIENTO EMPRESA  
 (2019-2020)

**2,23%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
 (2019-2020)

**0%**  
 CRECIMIENTO PROMEDIO  
 ANUAL (2015-2020)

**8%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
 (2015-2020)

Ranking Sociedades: 12208/418898

Ranking Sector: 1100/84159

Ranking Subsector: 95/5713

**PASIVO**

Valor en millones de pesos


**-100%**  
 CRECIMIENTO EMPRESA  
 (2019-2020)

**14,64%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
 (2019-2020)

**0%**  
 CRECIMIENTO PROMEDIO  
 ANUAL (2015-2020)

**-6,91%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
 (2015-2020)

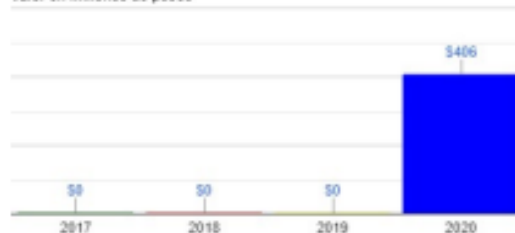
Ranking Sociedades: 111843/418898

Ranking Sector: 11542/84159

Ranking Subsector: 760/5713

**UTILIDAD**

Valor en millones de pesos


**0%**  
 CRECIMIENTO EMPRESA  
 (2019-2020)

**-5,87%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
 (2019-2020)

**0%**  
 CRECIMIENTO PROMEDIO  
 ANUAL (2015-2020)

**11,16%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
 (2015-2020)

Ranking Sociedades: 553/418898

Ranking Sector: 41/84159

Ranking Subsector: 2/5713



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - PAREJA ALEXANDER

Año Inf. Financiera: 2020

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO		PÉRDIDAS Y GANANCIAS	
ACTIVO CORRIENTE	\$82	PASIVO CORRIENTE	\$0	INGRESO ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$421
ACTIVO NO CORRIENTE	\$0	PASIVO NO CORRIENTE	\$0	OTROS INGRESOS	\$0
TOTAL ACTIVOS	\$82	PASIVO	\$0	COSTOS VENTAS	\$370
		PATRIMONIO	\$82	GASTOS OPERACIONALES	\$10
		PASIVO + PATRIMONIO	\$82	OTROS GASTOS	\$0
				GASTOS POR IMPUESTOS	\$0
				UTILIDAD OPERACIONES	\$0
				UTILIDAD NETA	\$406

\*La suma de las cuentas del Activo, NO dan necesariamente el Activo Total.

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2021 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2020. Las razones financieras son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades.

### Razones Financieras

Nacional		Top 5 Sector (2020)	Empresa (2019)	Empresa (2020)
RAZONES DE LIQUIDEZ	<b>Razón Corriente</b>			
	Activo Corriente / Pasivo Corriente Este indicador mide la disponibilidad de la compañía para responder por las obligaciones existentes. -> -100 % -> Variación Compañía 2019 - 2020	3,49	1	0
RAZONES DE ACTIVIDAD	<b>Capital de Trabajo</b>			
	Activo Corriente - Pasivo Corriente (cifra en millones de pesos) Este indicador muestra el exceso o el déficit de la empresa después de cancelar todos los pasivos de corto plazo. -> -> null 2019 - 2020	\$36.378	\$0	\$0
RAZONES DE ACTIVIDAD	<b>Rotación del Activo Total</b>			
	Ingresos Operacionales / Activo Total (veces en el año) Este indicador mide la eficiencia del uso de los activos disponibles para la generación de ventas	0,76	0,99	5,16
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Rotación Activo Corriente</b>			
	Ingresos Operacionales / Activo Corriente (veces en el año) Mide la relación entre las ventas y el monto de la inversión en activos corrientes.	1,26	0,99	5,16
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	<b>Endeudamiento a Corto Plazo</b>			
	Total Pasivo Corriente / Pasivo Total (%) Mide el porcentaje total de la deuda, que la empresa debe pagar en el corto plazo, es decir, en menos de un año. -> -100 p.p. -> Variación % Compañía 2019 - 2020	348,58%	100%	0%
	<b>Nivel de Endeudamiento</b>			
	Pasivo Total / Activo Total (%) Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda. -> -100 p.p. -> Variación % Compañía 2019 - 2020	30,18%	100%	0%
	<b>Razón de Autonomía</b>			
	Patrimonio Total / Activo Total Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con dinero de los dueños. -> -> null 2019 - 2020	0,7	0	1
<b>Apalancamiento Externo</b>				
Pasivo Total / Patrimonio Total Este indicador mide hasta que punto está comprometido el capital de los socios de la compañía con respecto a sus acreedores. -> -> null 2019 - 2020	0,43	0	0	
<b>Apalancamiento Interno</b>				
Patrimonio Total / Pasivo Total Este indicador mide la relación entre el uso de la deuda como mecanismo de financiación con respecto a los fondos de los socios. -> -> null 2019 - 2020	2,31	0	0	



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

<b>RAZONES DE RENTABILIDAD</b>	<b>Rentabilidad del Patrimonio</b>			
	Utilidad Neta / Patrimonio (%)	5,63%	0%	498,72%
	Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa. -> -> null 2019 - 2020			
	<b>Rentabilidad Neta del Activo</b>			
	Utilidad Neta / Activo Total (%)	3,93%	0%	498,72%
	Este indicador mide la rentabilidad global de la compañía. -> -> null 2019 - 2020			
<b>Margen Operacional</b>				
Utilidad Operacional / Ingresos Operacionales (%)	0%	0%	0%	
Este indicador mide el porcentaje de utilidad operacional que se genera, después de descontarle a las ventas su costo y gastos operacionales. -> -> null 2019 - 2020				

Nota: Para los cálculos de crecimiento se toman los valores con todos los decimales posibles

Nota: Razones financieras calculadas con los datos presentados por la empresa en el formulario de renovación mercantil del año 2022 y que corresponden al ejercicio contable del año 2021

Para las Top 5 se seleccionaron las empresas clasificadas como sociedades con domicilio principal y con mayor valor en sus activos que renovaron su matrícula mercantil en el año 2022

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2022 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2021  
 Las razones financieras en el top 5 del sector son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades

## Anexo 14. Empresa 12

CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

COMPITE360

**REPORTES EMPRESARIAL - SUAREZ SANCHEZ WLADIMIR**

## INFORMACIÓN GENERAL

### Información de Contacto

Nombre o Razón Social	SUAREZ SANCHEZ WLADIMIR
tipo jurídico	PERSONA NATURAL
Identificación	1004966391
Dirección Comercial	AV 34 NRO 32-77
Ciudad Comercial	CUCUTA
Departamento Comercial	NORTE DE SANTANDER
Dirección Judicial	AV 34 NRO 32-77
Ciudad Judicial	CUCUTA
Departamento Judicial	NORTE DE SANTANDER
Teléfonos	- 5487035 - 5487035 - 5487035
Email	karicame_2006@hotmail.com

### Información Legal y Clasificación

Matrícula Mercantil	348299
Edad empresarial	3
Nro. Empleados	0
Últimos estados financieros depositados	



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - SUAREZ SANCHEZ WLADIMIR

### Actividad Económica

CIU	Descripción CIU
1522	FABRICACIÓN DE OTROS TIPOS DE CALZADO, EXCEPTO CALZADO DE CUERO Y PIEL
Sector	Descripción Sector
3	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
Subsector	Descripción Subsector
6	CURTIDO Y RECURTIDO DE CUEROS; FABRICACIÓN DE CALZADO; FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE VIAJE, MALETAS, BOLSOS DE MANO Y ARTÍCULOS SIMILARES, Y FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA Y GUARNICIONERÍA; ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES

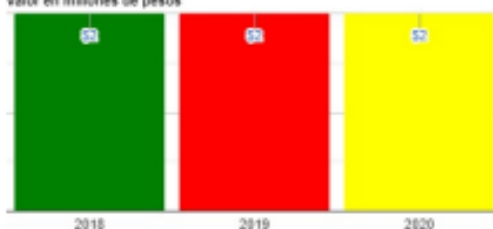
### Establecimientos de Comercio

Nombre	Dirección	Ciudad	Estado	Activo
MEISARA FASHION	AV 34 NR 32-77	CUCUTA	ACTIVO	\$0

## Información Financiera

## ACTIVO

Valor en millones de pesos


**0%**  
 CRECIMIENTO EMPRESA  
 (2019-2020)

**4,88%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
 (2019-2020)

**0%**  
 CRECIMIENTO PROMEDIO  
 ANUAL (2018-2020)

**2,54%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
 (2015-2020)

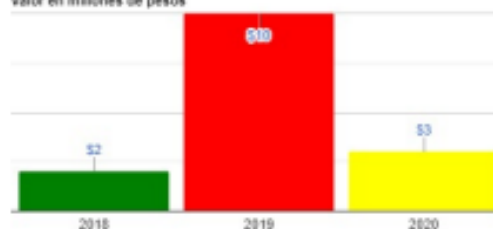
Ranking Sociedades: 565270/418898

Ranking Sector: 56690/84159

Ranking Subsector: 3969/5713

## VENTAS

Valor en millones de pesos


**-70%**  
 CRECIMIENTO EMPRESA  
 (2019-2020)

**2,23%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
 (2019-2020)

**50%**  
 CRECIMIENTO PROMEDIO  
 ANUAL (2018-2020)

**8%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
 (2015-2020)

Ranking Sociedades: 332605/418898

Ranking Sector: 33585/84159

Ranking Subsector: 2465/5713

## PASIVO

Valor en millones de pesos


**0%**  
 CRECIMIENTO EMPRESA  
 (2019-2020)

**14,64%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
 (2019-2020)

**0%**  
 CRECIMIENTO PROMEDIO  
 ANUAL (2018-2020)

**-6,91%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
 (2015-2020)

Ranking Sociedades: 111843/418898

Ranking Sector: 11542/84159

Ranking Subsector: 760/5713

## UTILIDAD

Valor en millones de pesos


**0%**  
 CRECIMIENTO EMPRESA  
 (2019-2020)

**-5,87%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 SECTOR  
 (2019-2020)

**0%**  
 CRECIMIENTO PROMEDIO  
 ANUAL (2018-2020)

**11,16%**  
 CRECIMIENTO TOP 5 ANUAL  
 (2015-2020)

Ranking Sociedades: 106932/418898

Ranking Sector: 11387/84159

Ranking Subsector: 750/5713



CÁMARA DE  
COMERCIO  
DE CÚCUTA

**COMPITE360**

REPORTE EMPRESARIAL - SUAREZ SANCHEZ WLADIMIR

Año Inf. Financiera: 2020

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO		PÉRDIDAS Y GANANCIAS	
ACTIVO CORRIENTE	\$2	PASIVO CORRIENTE	\$0	INGRESO ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$3
ACTIVO NO CORRIENTE	\$0	PASIVO NO CORRIENTE	\$0	OTROS INGRESOS	\$0
TOTAL ACTIVOS	\$2	PASIVO	\$0	COSTOS VENTAS	\$0
		PATRIMONIO	\$2	GASTOS OPERACIONALES	\$0
		PASIVO + PATRIMONIO	\$2	OTROS GASTOS	\$0
				GASTOS POR IMPUESTOS	\$0
				UTILIDAD OPERACIONES	\$0
				UTILIDAD NETA	\$0

\*La suma de las cuentas del Activo, NO dan necesariamente el Activo Total.

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2021 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2020. Las razones financieras son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades.



**Razones Financieras**

Nacional		Top 5 Sector (2020)	Empresa (2019)	Empresa (2020)
<b>RAZONES DE LIQUIDEZ</b>	<b>Razón Corriente</b> Activo Corriente / Pasivo Corriente Este indicador mide la disponibilidad de la compañía para responder por las obligaciones existentes. -> -> null 2019 - 2020	3,49	0	0
	<b>Capital de Trabajo</b> Activo Corriente - Pasivo Corriente (cifra en millones de pesos) Este indicador muestra el exceso o el déficit de la empresa después de cancelar todos los pasivos de corto plazo. -> -> null 2019 - 2020	\$36.378	\$0	\$0
<b>RAZONES DE ACTIVIDAD</b>	<b>Rotación del Activo Total</b> Ingresos Operacionales / Activo Total (veces en el año) Este indicador mide la eficiencia del uso de los activos disponibles para la generación de ventas	0,76	6,67	2
	<b>Rotación Activo Corriente</b> Ingresos Operacionales / Activo Corriente (veces en el año) Mide la relación entre las ventas y el monto de la inversión en activos corrientes.	1,26	6,67	2
<b>RAZONES DE ENDEUDAMIENTO</b>	<b>Endeudamiento a Corto Plazo</b> Total Pasivo Corriente / Pasivo Total (%) Mide el porcentaje total de la deuda, que la empresa debe pagar en el corto plazo, es decir, en menos de un año. -> -> null 2019 - 2020	348,58%	0%	0%
	<b>Nivel de Endeudamiento</b> Pasivo Total / Activo Total (%) Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda. -> -> null 2019 - 2020	30,18%	0%	0%
	<b>Razón de Autonomía</b> Patrimonio Total / Activo Total Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con dinero de los dueños. -> 0 % -> Variación Compañía 2019 - 2020	0,7	1	1
	<b>Apalancamiento Externo</b> Pasivo Total / Patrimonio Total Este indicador mide hasta que punto está comprometido el capital de los socios de la compañía con respecto a sus acreedores. -> -> null 2019 - 2020	0,43	0	0
	<b>Apalancamiento Interno</b> Patrimonio Total / Pasivo Total Este indicador mide la relación entre el uso de la deuda como mecanismo de financiación con respecto a los fondos de los socios. -> -> null 2019 - 2020	2,31	0	0



<b>RAZONES DE RENTABILIDAD</b>	<b>Rentabilidad del Patrimonio</b>			
	Utilidad Neta / Patrimonio (%)	5,63%	0%	0%
	Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa. -> -> null 2019 - 2020			
	<b>Rentabilidad Neta del Activo</b>			
	Utilidad Neta / Activo Total (%)	3,93%	0%	0%
	Este indicador mide la rentabilidad global de la compañía. -> -> null 2019 - 2020			
	<b>Margen Operacional</b>			
	Utilidad Operacional / Ingresos Operacionales (%)	0%	0%	0%
	Este indicador mide el porcentaje de utilidad operacional que se genera, después de descontarle a las ventas su costo y gastos operacionales. -> -> null 2019 - 2020			

Nota: Para los cálculos de crecimiento se toman los valores con todos los decimales posibles

Nota: Razones financieras calculadas con los datos presentados por la empresa en el formulario de renovación mercantil del año 2022 y que corresponden al ejercicio contable del año 2021

Para las Top 5 se seleccionaron las empresas clasificadas como sociedades con domicilio principal y con mayor valor en sus activos que renovaron su matrícula mercantil en el año 2022

Nota: Valores presentados por la empresa en su último formulario de renovación en el año 2022 los cuales corresponden al ejercicio contable del 2021

Las razones financieras en el top 5 del sector son calculadas con los datos suministrados por la superintendencia de sociedades