
	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

**PROYECTO DE CREACION DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN LA
PRODUCCIÓN DE ROPA JUVENIL**

CRISTIAN LEONARDO CASTIBLANCO GARZON

**ESCUELA COLOMBIANA DE CARRERAS INDUSTRIALES
FACULTAD DE INGENIERIA
INGENIERIA INDUSTRIAL
BOGOTÁ, D.C.
2017**

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


PROYECTO DE CREACION DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN LA PRODUCCIÓN DE ROPA JUVENIL

CRISTIAN LEONARDO CASTIBLANCO GARZON

Anteproyecto de Investigación


ANDREA APARICIO GALLO
INGENIERA

ESCUELA COLOMBIANA DE CARRERAS INDUSTRIALES
FACULTAD DE INGENIERIA
INGENIERIA INDUSTRIAL
BOGOTÁ, D.C.
2017

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Dedicatoria

Dedico este proyecto a Dios primeramente quien gua a buenas decisiones, a mis padres por ser quienes me apoyan para continuar con mi proceso académico en la universidad enseñando el verdadero significado de la responsabilidad, al docente por brindarme sus conocimientos y corregirme con el fin de mejorar en el proceso de investigación y redacción que son fundamentales para alcanzar los objetivos del proyecto.

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Agradecimientos

Agradezco profundamente a Dios por guiarnos e iluminarnos en la toma de decisiones, dándonos siempre vida y fortaleza para asumir con valentía nuestras responsabilidades.

Agradezco a mis padres por ser mi ejemplo a seguir, por ser quienes me apoyan día a día para seguir adelante siendo responsable y comprometido.

Agradezco a mis amigos por el apoyo brindado para recolectar información e ideas para la mejora del proyecto.

Agradezco a la docente por brindarme sus conocimientos y su paciencia, así por ser guía y corregir mis ideales a alcanzar.



	GUÍA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Tabla de contenido


1	Introducción	9
2	Proyecto de Creación De Una Empresa Especializada En La Producción De Ropa Juvenil.....	10
2.1	Tema	10
2.2	Objetivos.....	10
2.2.1	Objetivo general:.....	10
2.2.2	Objetivos específicos:	10
2.3	Justificación	11
2.4	Problema	11
3	Marco histórico.....	12
3.1.1	Revolución Industrial.....	12
3.1.2	Industria Algodonera.....	12
3.2	Negocio textil en Colombia.....	13
3.2.1	Grandes Textileras.....	14
3.3	Delimitación	16
3.3.1	Por geografía	16
3.3.2	Por habitantes.....	16
4	Marco Referencial.....	17
4.1	Razón social: Empty SAS.....	17
4.2	Logotipo:.....	17
4.3	Eslogan: Viste tu libertad.....	17
4.4	Capital social:	17
5	Marco Legal	18
5.1	Cámara de comercio	18
5.1.1	Homonimia:.....	18
5.1.2	Código CIIU:	18
5.1.3	Registro mercantil:	18
5.1.4	Rues:	19
5.1.5	Registro de Libros:.....	19
5.1.6	Documento de constitución:.....	19
5.2	Dian.....	21
5.2.1	Nit:	21

	GUÍA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

5.2.2	Rut:	21
5.3	Seguridad social	21
5.4	ARL (administradora de riesgos laborales): “	23
5.5	Parafiscales	24
5.5.1	Sena:	24
5.5.2	ICBF (instituto colombiano de bienestar familiar):.....	25
5.5.3	Caja de compensación:.....	25
5.6	Tramites especiales.....	26
5.6.1	Sayco - acinpro:	26
5.6.2	Bomberos:.....	27
5.6.3	EPA (establecimiento público ambiental):.....	28
5.6.4	Invima (instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos):	28
5.6.5	Sinú – POT (sistema de norma urbana y plan de ordenamiento territorial):.....	28
6	Estudio De Mercados.....	29
6.1	Persona natural	29
6.1.1	Demografía:	29
6.1.2	Geografía:	30
6.1.3	Psicografía:	30
6.1.4	Conductual:.....	30
6.2	Persona jurídica.....	31
6.2.1	Actividad económica	31
6.2.2	Nivel de ventas	31
6.2.3	Cantidad de empleados	31
6.2.4	Antigüedad.....	31
6.3	Análisis del producto	31
6.4	Demanda y oferta	36
6.4.1	Dane:	36
6.4.2	Proyección de Ventas	36
6.4.3	Elasticidad de la demanda y los ingresos	38
6.5	Trabajo de campo.....	41
6.5.1	Recolección de datos.....	41
6.6	Estudio De Competencia.....	47

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


6.6.1	Competidores directos:	47
6.7	Proveedores	49
6.8	Publicidad.....	50
6.8.1	Promociones.....	50
7	Diagnóstico Organizacional y Empresarial.....	50
7.1	Misión	50
7.2	Visión.....	51
7.3	Objetivo general	51
7.4	Objetivos Corporativos	51
7.5	Análisis DOFA	51
7.5.1	ESTRATEGIAS.....	53
8	Análisis Organizacional.....	54
8.1	Organigrama.....	54
8.2	Departamentos Funcionales.....	54
8.2.1	Departamento de producción.....	54
8.2.2	Departamento de ventas.....	55
8.2.3	Área administrativa	55
8.3	Localización del proyecto	55
8.4	Tamaño del proyecto.....	56
8.5	Dependencias.....	56
8.6	Producción.....	56
8.6.1	Ventas.....	56
8.6.2	Administración	57
8.6.3	Características estructurales.....	57
8.7	Estudio técnico	57
8.7.1	Materiales	57
8.8	Maquinaria Y Equipo	60
8.8.1	Producción:.....	60
8.8.2	Oficina.....	62
9	Estudio Financiero	64
9.1	Márgenes de contribución	64
9.2	Costos y gastos fijos.....	64
9.3	Punto de equilibrio.....	65

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

9.4	Estado de resultados	66
9.5	Flujo de caja	66
9.6	Indicadores financieros.....	67
10	Bibliografía.....	68
11	Anexos.....	71

Tabla de ilustraciones

1	Logo.....	17
2	Proyección de ventas	38
3	Elasticidad de la demanda.....	39
4	Elasticidad de los ingresos	40
5	Grafica de la encuesta: Pregunta 1	41
6	Grafica de la encuesta: Pregunta 2	42
7	Grafica de la encuesta: Pregunta 3	42
8	Grafica de la encuesta: Pregunta 4	43
9	Grafica de la encuesta: Pregunta 5	43
10	Grafica de la encuesta: Pregunta 6	44
11	Grafica de la encuesta: Pregunta 7	45
12	Grafica de la encuesta: Pregunta 8	45
13	Grafica de la encuesta: Pregunta 9	46
14	Encuesta: Pregunta 10	46
15	Organigrama.....	54
16	Organigrama.....	56
17	Máquina de coser, 2017, tomado de http://www.falabella.com.co	60
18	Collarin, 2017, tomado de https://listado.mercadolibre.com.co	61
19	Fileteadora, 2017, tomado de http://www.falabella.com.co	62
20	Computador, 2017, tomado de: http://www.alkosto.com	62
21	Impresora,2017, tomado de: http://www.alkosto.com	63
22	Teléfono, 2017, tomado de: http://www.alkosto.com	63
23	Punto de equilibrio	65

	GUÍA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

1 Introducción


En este documento se encuentra información actual para emprender un negocio textil en la localidad de Suba en Bogotá D.C, y su análisis de viabilidad financiera.

En los capítulos siguientes se encuentra la descripción del problema en la que se expresan los motivos por los cuales surge la idea de negocio y los objetivos a cumplir a través de la investigación y estudio del mercado con el fin de dar una solución.

El siguiente capítulo es el marco histórico, donde se encuentra un breve resumen de la industria textil en el mundo y en Colombia resaltando los principales eventos además de las principales compañías textiles, luego una delimitación estimada para este proyecto en la localidad de Suba en Bogotá.

Para la puesta en marcha de forma legal de este proyecto se presenta una descripción de los documentos necesarios para crear una empresa del sector textil, también un breve resumen de algunos impuestos aplicables en el régimen colombiano y otros pagos obligatorios a tener en cuenta al momento de crear empresa.

Posteriormente se muestra un estudio de mercado, donde se recopiló la información que permitió definir algunas características del proyecto y establecer objetivos y estrategias para la puesta en marcha, además sirvió de base para realizar el análisis financiero del capítulo siguiente y establecer las características organizacionales de personal, planta y equipo para la puesta en marcha.

	GUÍA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

2 Proyecto de Creación De Una Empresa Especializada En La Producción De Ropa Juvenil.

2.1 Tema

El proyecto consiste en la creación de una empresa manufacturera de productos textiles centrándose en la ropa para la línea juvenil, camisas, camisetas, buzos y blusas para hombre y mujer, centrándose su distribución en locales especializados, venta a empresas y a través de internet, generando así empleos directos en la localidad de Suba en Bogotá.


2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo general:

Crear una empresa especializada en la producción, confección y venta de ropa juvenil en la localidad de Suba de la ciudad de Bogotá, a través de un punto de distribución local y virtual

2.2.2 Objetivos específicos:

- Recolectar información que permita establecer los mejores lugares para distribuir la ropa en la localidad de Suba.
- Recolectar la información pertinente para establecer la viabilidad de realizar la venta a través de internet.
- Identificar los documentos y trámites necesarios para la creación de una empresa de la línea textil en Bogotá.
- Realizar el estudio de costos y maquinaria necesaria para la producción.
- Desarrollar el estudio de la oferta y la demanda del tipo de producto en la localidad de Suba.
- Realizar un análisis de la competencia para establecer el precio de venta al público de los productos.
- Definir la estructura organizacional y las estrategias de venta.

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


2.3 Justificación

En esta nueva era donde las comunicaciones y el internet han avanzado y permiten a la comunidad joven adueñarse del mundo con un solo click, se observa el auge que ha tenido las compras y ventas online, tanto así que un estudio presentado por el la firma Nielsen acerca del Estudio Global sobre comercio conectado en el 2015, arrojó que los jóvenes y en general los Colombianos de cada 10 personas 7 han realizado compras online; de ahí el 78% corresponde a moda, el 84% a viajes, equipos electrónicos el 2% y elementos de belleza y cuidado personal el 79%.

De lo anterior se observa que los jóvenes desean adquirir prendas de ropa que satisfagan sus gustos o los haga sentir a la moda, originales y únicos (camisas, camisetas estampadas, blusas, buzos, entre otros), además facilitar la compra de estos productos textiles a través de internet, esto se evidencia de los datos obtenidos de la encuesta realizada, encontrando un mercado amplio para este tipo de distribución, para las personas que generalmente no disponen de tiempo para buscar y adquirir ropa en locales, de esta manera ahorran tiempo y reciben los productos puerta a puerta, además también se contempla la posibilidad de abrir locales para la distribución de productos en los lugares más concurridos para la compra de ropa en la localidad de Suba, en barrios como: Suba Centro, El rincón, aures 1, la gitana, costa azul, la campiña, entre otros; y teniendo en cuenta que esta es una de las localidades más grandes en la ciudad y con un alto número de jóvenes que serán clientes potenciales de la marca juvenil.

2.4 Problema

En la sociedad actual existe gran amplitud de gustos y preferencias, hay personas a quienes les incomoda, o no cuentan con el suficiente tiempo para salir de sus casas o trabajos a buscar tienda por tienda la ropa o accesorios que les gustaría adquirir. ¿Cómo se puede satisfacer la demanda y una mayor accesibilidad a la compra de ropa juvenil en la localidad de Suba, de la ciudad de Bogotá?

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

3 Marco histórico

Las industrias de algodón, el lino y la seda se desarrollaron en respuesta a las exigencias de un mercado cada vez más amplio que se extendía hasta los territorios del nuevo continente. De la india y del oriente llegaban grandes cantidades de seda y algodón, cuya demanda aumento con la introducción e innovación de grandes diseños.


La información sobre la historia de los textiles a partir de entonces es mucho más extensa, las pinturas retrataban la espléndida opulencia de la época y el gasto notable que se hacía en muebles y vestidos, información que se va aumentando por el gran número de tejidos, bordados y encajes que se han conservado y que aun sirven de inspiración a los diseñadores. (Ginsburg M. , La historia de los textiles, págs. 35-36)

3.1.1 Revolución Industrial

La incorporación de máquinas a la producción sustituyo el trabajo manual y los tradicionales sistemas de fabricación por otros nuevos. El trabajo se trasladó desde los talleres artesanales con un reducido número de operarios a las fábricas. En la primera revolución industrial, la industria del algodón, paso a ser la actividad principal en esta época, incorporando diversas innovaciones a los procesos de tejido e hilado, desplazo en magnitud a la de la lana. (Industrial, s.f.)

3.1.2 Industria Algodonera

En el último cuarto del siglo XVIII el algodón comenzó a sustituir a la seda, esta nueva moda subrayaba el interés y la preocupación existentes en este periodo por volver a la simplicidad y dejar a un lado la lujosa ostentación de la época anterior. La popularidad del algodón estampado no había dejado de aumentar desde que se comenzó a importar la Zaraza de la india, lo que a su vez incito a los fabricantes europeos a lanzarse a competir con ellos. (Ginsburg M. , pág. 45)


	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

3.2 Negocio textil en Colombia

La industria textil en Colombia es una de las más representativas y tradicionales. Ha tenido una historia de más de cien años, en la cual han sobresalido aspectos como: creación de diversidad de empresas representativas a nivel internacional, planes gubernamentales para el sector, penetración en diferentes ámbitos como la academia, inclusión en programas de transformación productiva y creación de un sector de clase mundial.

En 1907 fue el comienzo de la historia de la industria con la creación de las primeras empresas de tejidos: Fábrica de Hilados y Tejidos El Hato (Fabricato-Tejicondor), Compañía de Tejidos de Bello, Tejidos Medida, Fábrica de Tejidos Hernández y Compañía Colombiana de Tejidos (Coltejer). Para la mitad del siglo se da el nacimiento de marcas para producto terminado, la más representativa Leonisa, creada en 1956. A comienzos de la década de 1960 nuevas empresas de textil y confecciones aumentan el tamaño de la industria, los nombres más destacados de estos nuevos actores eran: Caribú, Everfit, Paños Vicuña y Pepalfa. (Historia del Negocio Textil en Colombia, s.f.)

Por otro lado y de manera complementaria, se describe a continuación un panorama general del sector textil con base en información de Proexport para 2007: La ciudad de Medellín concentra el 38% de la producción textil, se especializa en textiles de algodón, mezclas con poliéster, lanas técnicas para prendas, hogar y usos técnicos de telas en plano y punto. Por su parte Bogotá genera el 53% de los textiles, produce telas en plano, y punto con fibras sintéticas de poliéster y acrílicos para las confecciones, hogar y usos técnicos. Por otro lado Ibagué produce el 5% de los textiles del país, Cali es el tercer centro de producción de confecciones, y representa el 2% de la producción de textiles nacionales, mientras que Pereira concentra el 2% de la industria textil. A diferencia del eslabón de confecciones, el textilero cuenta con una alta actividad gremial dentro de la que se destaca la participación activa de entidades

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


Muchas de las necesidades que se observan en la cadena, pasan por el hecho de que en este eslabón, los desarrollos en investigación son incipientes y con poco estímulo. A nivel nacional, no existe una oferta de centros de investigación ni personal con dedicación a resolver problemas del eslabón textil.

De manera directa, la ley del plomo o Consumer product safety improvement act of 20083 puede afectar desde este eslabón el desarrollo de la cadena, debido a que sus esfuerzos en cuanto diseño y composición de la prenda, deben centrarse en producir telas con base a los requerimientos del marco normativo definido por el gobierno norteamericano y que tiene incidencia en el mercado de las confecciones.

Según registros de Oeko – Tex Estándar 100, norma internacional que certifica que los productos textiles no contengan sustancias prohibidas o reguladas por ley como productos químicos que se conocen como perjudiciales para la salud y parámetros que son incluidos como medida de seguridad, para Colombia la única empresa que se ha certificado en dicho proceso es Encajes de Colombia S.A., con un Certificado tipo II (Certificación para textiles que estén en contacto directo con la piel con una gran superficie como por ejemplo ropa interior, blusas, camisas etc.). (Historia del Negocio Textil en Colombia, s.f.)

3.2.1 Grandes Textileras


La que hoy se conoce como industria textil en Colombia tuvo su origen a comienzos del siglo XX, en Medellín, al noroccidente del país. Hacia 1907 se construyeron en esta ciudad las dos primeras grandes fábricas Coltejer y la compañía antioqueña de hilados y tejidos que hoy hace parte de Fabricato. Estas comenzaron a generar nuevas fuentes de generación de empleo así como la creación y la educación de nuevas tecnologías. Durante los últimos años, estas dos empresas han proporcionado los driles índigos popelinas y corduro y de la más alta calidad, así como géneros gabardinas en algodón al mercado interno y a los mercados latinoamericanos, norteamericanos y europeos.

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Aunque la gran industria textil cuenta con la capacidad suficiente en la producción de textiles básicos (índigos, driles) para abastecer el mercado local e inclusive lograr exportaciones de forma directa o indirecta a través de comercializadores internacionales, se puede notar que muchos de los procesos productivos se encuentran sub utilizados, y que las líneas rígidas de producción ofrecen baja flexibilidad a razón de mayores volúmenes de producción, sin embargo, mucha de la sub utilización presentada, se da debido en gran parte a las caídas de las demandas de los clientes, dadas por el hecho de que muchos confeccionistas encuentran en materias primas importadas, textiles con acabados novedosos y que se amoldan más a los requerimientos del cliente final consumidor de prendas confeccionadas, lo anterior, ha colocado a las Textileras en una posición difícil en la cual tienen claro que es necesario el desarrollo de productos con mayor valor agregado, y versatilidad, que conlleva a su vez a disminuir costos de producción a través de mayores eficiencias productivas, pero siendo consciente que dichas eficiencias no se logran por que mucha de la maquinaria cuenta con más de 25 años de uso, e iniciar un proceso de reconversión tecnológica implica altos costos en maquinaria y equipos.

Aunque en la actualidad el mercado está requiriendo prendas textiles que vayan más allá de los básicos (índigo, driles), los costos que se presentan en muchos casos para lograr telas más suaves y con mayor tacto o apariencia, son significativos debido a todos los procesos de acabados químicos y físicos, a los que se debe someter el producto para aumentar la funcionalidad de la tela y hacerlos más agradables a la hora de usarlos.

En el caso de los materiales químicos necesarios para lograr acabados antibacteriales o distintas texturas de la tela, son bastante altos, lo que implica que muchos productos de valor agregado se desarrollen para mercados específicos como el militar o institucional. (encolombia, s.f.)

	GUÍA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

3.3 Delimitacion

3.3.1 Por geografía

El proyecto se delimita a la localidad de suba, está ubicada en el norte de Bogotá; representa el 11,7% del área total de la ciudad. Es la tercera localidad en extensión territorial con (10.056 hectáreas, ha). Posee 3.338 ha. De suelo rural y 874 ha. De suelo de expansión. Limita por el norte con el municipio de Chía, al sur con las localidades de Barrios Unidos y Engativá, al oriente con la localidad de Usaquén y al occidente con el municipio de Cota. Por su posición geográfica Suba se considera una localidad de conexión entre las localidades de Bogotá y el norte de Cundinamarca. (Camara de comercio de Bogotá, 2007)


En Suba hay presencia de todas las clases socioeconómicas: el 35,5% de predios son de estrato 3 y ocupa la mayor parte del área urbana local; el 28% pertenece a predios de estrato 2; el 16,7% de los predios son estrato 5; el 15% pertenece al estrato 4; el 1,4% a estrato 6 y el 3% restante corresponde a predios sin estrato.

De acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá, el uso del suelo urbano de Suba se divide en siete (7) áreas de actividad: residencial (57,8%), urbana integral (22,4%), dotacional (15,6%), de comercio y servicios (2,1%), suelo protegido (1,3%), industrial (0,7%), área de actividad central (0,1%). (Camara de comercio de Bogotá, 2007)

Dados los datos anteriores se ubican zonas industriales hacia el nororiente y sur de la localidad donde se podría ubicar la fábrica de ropa de este proyecto a largo plazo. El primer local se podría ubicar hacia el sur de la localidad, el centro o el noroccidente de esta.

3.3.2 Por habitantes

En Bogotá, Suba es la primera localidad en número de habitantes (1 millón 18 mil habitantes, 14% del total) similar a la población de Bucaramanga (1 millón 2 mil habitantes). (Ricardo Ayala Ramirez, 2009)

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Una característica de la estructura de la población de la localidad es el gran porcentaje de participación de jóvenes: el 43,6% es menor de 25 años. (Camara de comercio de Bogotá, 2007)

Dados estos datos y los resultados de las encuestas se determina que la población a la cual va dirigido el negocio son los jóvenes entre los 14 y 35 años, este dato es de relevancia pues una gran mayoría de los habitantes de la localidad son jóvenes entre estas edades.

4 Marco Referencial

4.1 **Razón social:** Empty SAS


4.2 **Logotipo:**



1 Logo

4.3 **Eslogan:** Viste tu libertad

4.4 **Capital social:**

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Como capital social para poner en marcha el negocio se invertirían \$5'000.000 como patrimonio base y se gestionarían préstamos bancarios por un total de \$8'699.478 adicionales acumulando un total de \$13'699.478.

5 Marco Legal

5.1 Cámara de comercio

5.1.1 Homonimia:

Se realizó el respectivo estudio y encontramos que existen varias empresas que en su razón social contienen la palabra "Empty" acompañada de otras, también observamos q están dedicadas a otras actividades, por lo tanto nuestra razón social si está disponible ante la cámara de comercio. (CCB, 2015)

5.1.2 Código CIIU:


En este proyecto manejaremos diferentes actividades económicas, 1410,4771, 4642, 4791, la principal es: 1410 (Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel)

C1410: este código CIIU pertenece a la sección C (industrias manufactureras) según el ordenamiento de dichos códigos, los dígitos "14" hacen referencia a la confección de prendas de vestir en general según la división, y según al grupo se denomina "141" y su clase es "0" formando el código CIIU de la actividad económica "1410" Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel.

5.1.3 Registro mercantil¹:

Hace pública la calidad de comerciante, en la medida que hace visible al empresario frente a potenciales clientes que consultan los registros y contiene información sobre los datos generales de los comerciantes y de las sociedades (CCB, 2015).

¹ Anexo1

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

5.1.4 Rues²:

La CCB informa que, según la Resolución 71029 de la Superintendencia de Industria y Comercio, desde el 28 de noviembre de 2013 se debe diligenciar el nuevo Registro Único Empresarial y Social (RUES), un formulario que integra la información de los siguientes registros:

- Registro Mercantil.
- Registro Único de Proponentes.
- Registro de Entidades sin Ánimo de Lucro.
- Régimen Común (Asociaciones, Fundaciones y Corporaciones) y Entidades Economía Solidaria (Cooperativas, Precooperativas, Fondos de Empleados y Asociaciones Mutuales).
- Registro de Actividades y juegos de azar.
- Registro de Veedurías ciudadanas (aplicará solo cuando se matricule o inscriba)
- Registro Economía Solidaria.

A través de este nuevo formulario, se unifica la información y se reducen los trámites que realizan los usuarios de los registros públicos. (CCB, 2015)

5.1.5 Registro de Libros³:

Conjunto de hojas destinadas por las personas jurídicas y naturales para almacenar la información relacionada con los negocios, la operación, la administración, o el desarrollo de las actividades que se realizan en la empresa o en la entidad (CCB, 2015).


5.1.6 Documento de constitución⁴:

Por regla general las sociedades civiles y comerciales se constituyen por escritura pública, que debe contener los requisitos del artículo 110 del código de comercio.

² Anexo2

³ Anexo3

⁴ Anexo4

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Sin embargo, la ley 1014 de 2006, permitió la creación de sociedades comerciales por documento privado, siempre que al momento de su constitución cuenten con menos de 10 trabajadores y/o con activos totales, excluida la vivienda, inferiores a 500 SMLMV. Cuando se realicen aportes de bienes inmuebles, deberán necesariamente constituirse por escritura pública.

A su vez, la ley 1258 de 2008, creo las sociedades por acciones simplificadas, que son sociedades de naturaleza comercial que se crean por acto unilateral o por contrato que conste en documento privado. Cuando los activos aportados comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución se efectuará también cumpliendo dicha formalidad. (CCC, 2015)


El proyecto se maneja como persona Jurídica, por lo tanto se constituirá como una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S.)

5.1.6.1 Sociedad por acciones simplificadas:

La Sociedad por Acciones Simplificada, creada en la legislación colombiana por la ley 1258 de 2008, es una sociedad de capitales, de naturaleza comercial que puede constituirse mediante contrato o acto unilateral y que constará en documento privado. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado.

Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

Una vez inscrita en el registro mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Para efectos tributarios, se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Las acciones y demás valores que emita la S.A.S no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa. (CCC, 2015)

5.2 Dian

5.2.1 Nit:

El NIT es el Número de Identificación Tributaria que asigna la DIAN por una sola vez cuando el obligado se inscribe en el RUT. La conformación del NIT es de competencia de la DIAN (DIAN, 2014).


5.2.2 Rut⁵:

Es el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta y no contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio; los responsables del régimen común y los pertenecientes al régimen simplificado; los agentes retenedores; los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros, y los demás sujetos de obligaciones administradas por la U.A.E. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, respecto de los cuales esta requiera su inscripción. (DIAN, 2014)


5.3 Seguridad social

Prestación	Valor (Por salario mínimo)	Definición
Salud	12.5% Mes: \$92.300 Empleador: \$62.705 Empleado: \$29.508	Con la Ley 1607 de 2012, art. 25, quedan exonerados excepcionalmente de aportes a salud:

⁵ Anexo5

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

		<p>-Las sociedades y personas jurídicas y asimiladas contribuyentes del impuesto de renta y complementarios.</p> <p>-Las personas naturales empleadoras que tengan dos o más empleados.</p> <p>Requisito: No superen los 10 Salarios mínimos</p>
Pensión	<p>16%</p> <p>Mes: \$118.100</p> <p>Empleador: \$88.600</p> <p>Empleado: \$29.508</p>	<p>Cotización: 16%.</p> <p>Empleador:12%Trabajador:4%</p> <p>Decreto 4982 de 2007</p>
Arl	<p>Riesgo I:\$ 3.900</p> <p>Riesgo II:\$ 7.700</p> <p>Riesgo III:\$ 18.000</p> <p>Riesgo IV:\$ 32.100</p> <p>Riesgo V:\$ 51.400</p>	<p>VALOR INICIAL Según Actividad Económica</p> <p>Riesgo I:0.522%</p> <p>Riesgo II:1.044%</p> <p>Riesgo III:2.436%</p> <p>Riesgo IV:4.350%</p> <p>Riesgo V:6.960%</p> <p>A cargo del Empleador</p>
ICBF	<p>3% ICBF</p> <p>\$22.200</p>	<p>Con la Ley 1607 de 2012, art. 25, quedan exonerados excepcionalmente de aportes al ICBF y SENA:</p>
SENA	<p>2% SENA</p> <p>\$14.800</p>	
Caja de compensación	<p>4% Cajas</p> <p>\$29.500</p>	

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

		o más empleados. Requisito: No superen los 10 Salarios mínimos
--	--	---

(laborales, s.f.)

5.4 ARL (administradora de riesgos laborales)⁶: “


Clase de riesgo	Valor Inicial
I	0,522 %
II	1,044 %
III	2,436 %
IV	4,350 %
V	6,960 %

Este cambio aplica para todos los cotizantes que deban realizar aportes al Sistema de Riesgos Laborales, quienes deberán liquidarlos sólo bajo los mencionados porcentajes.

Si usted es cotizante independiente que lleva a cabo el pago de sus aportes mediante miplanilla.com, el sistema sólo le permitirá utilizar los porcentajes establecidos por la mencionada normatividad de acuerdo a la clase de riesgo que tenga registrada en la opción Datos › Sucursales, Centros de trabajo. (Compensar, s.f.)

La tarifa correspondiente a la clasificación de riesgo de la actividad económica que desempeña la empresa. Este porcentaje se utiliza para el cálculo de los aportes mensuales que debe efectuar la empresa.

⁶ Anexo6

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

De acuerdo con la clase de riesgos, el Gobierno Nacional estableció la siguiente tabla de cotización:

CLASE DE RIESGO	TARIFA	ACTIVIDADES
I	0.522%	Financieras, trabajos de oficina, administrativos, centros educativos, restaurantes.
II	1.044%	Algunos procesos manufactureros como fabricación de tapetes, tejidos, confecciones y flores artificiales, almacén por departamentos, algunas labores agrícolas.
III	2.436%	Algunos procesos manufactureros como la fabricación de agujas, alcoholes y artículos de cuero.
IV	4.350%	Procesos manufactureros como fabricación de aceites, cervezas, vidrios, procesos de galvanización, transportes y servicios de vigilancia privada.
V	6.960%	Areneras, manejo de asbesto, bomberos, manejo de explosivos, construcción y explotación petrolera.

(Positiva, 2015)


Según los datos anteriores la empresa "Empty S.A.S." clasifica en la clase de riesgo II según la tabla de riesgos que estableció el gobierno nacional.

5.5 Parafiscales

5.5.1 Sena:

Creado en 1957 como resultado de la iniciativa conjunta de los trabajadores organizados, los empresarios, la iglesia católica y la organización internacional del trabajo (OIT), es un establecimiento público del orden nacional, con autonomía administrativa, adscrito al ministerio del trabajo.

El Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, es un establecimiento público del orden nacional con personería jurídica, patrimonio propio e independiente y autonomía administrativa. Adscrito al Ministerio del Trabajo de Colombia,

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

ofrece formación gratuita a millones de colombianos que se benefician con programas técnicos, tecnológicos y complementarios, que enfocados al desarrollo económico, tecnológico y social del país, entran a engrosar las actividades productivas de las empresas y de la industria, para obtener mejor competitividad y producción con los mercados globalizados.

La Entidad más querida por los colombianos funciona en permanente alianza entre Gobierno, empresarios y trabajadores, desde su creación con el firme propósito de lograr la competitividad de Colombia a través del incremento de la productividad en las empresas y regiones, sin dejar de lado la inclusión social en articulación con la política nacional: Más empleo y menos pobreza. Por tal razón, se generan continuamente programas y proyectos de responsabilidad social, empresarial, formación, innovación, internacionalización y transferencia de conocimientos y tecnologías. (Sena, 2013)

5.5.2 ICBF (instituto colombiano de bienestar familiar):


El Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, creado en 1968, es una entidad del estado colombiano, que trabaja por la prevención y protección integral de la primera infancia, la niñez, la adolescencia y el bienestar de las familias en Colombia.

ICBF con sus servicios brinda atención a niños y niñas, adolescentes y familias, especialmente a aquellos en condiciones de amenaza, insolvencia o vulneración de sus derechos.

5.5.3 Caja de compensación⁷:

1. Son entidades privadas, sin ánimo de lucro, de redistribución económica y naturaleza solidaria, creadas para mejorar la

⁷ Anexo7

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

calidad de vida de las familias de los trabajadores colombianos, mediante la gestión y entrega, en subsidios y servicios, de parte de los aportes de seguridad social que hacen los empleadores.


2. Fueron creadas para ayudar a los empleados colombianos en su desarrollo humano, familiar, laboral y social, y contribuir a mejorar la calidad de vida de la comunidad en general.
3. Las cajas financian su labor recibiendo el 4% de los aportes de seguridad social que pagan los empleadores sobre el salario de sus trabajadores permanentes a cargo. Sin embargo, las Cajas de Compensación del país, como Comfenalco Antioquia, han multiplicado esos ingresos y reinvierten sus remanentes para beneficio de todos sus afiliados.
4. Todos los empleadores deben afiliar y pagar los aportes de sus trabajadores permanentes o que realicen actividades para un patrono por más de cuatro horas diarias o más de 93 horas mensuales.
5. Son afiliados a las cajas de compensación los trabajadores y sus personas a cargo: hijos legítimos, naturales, adoptivos o hijastros menores de 18 años; hermanos huérfanos de padres; padres mayores de 60 años o con 50% de su capacidad de trabajo disminuida, que no reciban renta, pensión o salario. Las Cajas de Compensación entregan beneficios en salud, educación, recreación, cultura, turismo, deporte, vivienda, crédito y microcrédito a los colombianos. (Comfenalco, 2015)

5.6 Tramites especiales

5.6.1 Sayco - acinpro⁸:

La Organización Sayco Acinpro, es una entidad privada, creada a través de un Contrato de Mandato por las Sociedades de Gestión Colectiva SAYCO y ACINPRO, a quién le fue otorgada inicialmente su Personería Jurídica por la

⁸ Anexo8

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Alcaldía de Bogotá, D.C, mediante Resolución Especial No. 0596 del 18 de noviembre de 1987. En cumplimiento a lo ordenado por el Decreto 3942 de 2010 la Dirección Nacional de Derecho de Autor otorgó nueva Personería el 18 de octubre de 2011 mediante Resolución No. 291.


Nuestro Objeto social se encuentra encaminado al recaudo de las remuneraciones pecuniarias provenientes de la comunicación y el almacenamiento digital de obras musicales, interpretaciones artísticas musicales, fonogramas, videos musicales y de la comunicación de las obras musicales con contenido audiovisual con destino a la comunicación de la obra al público a través de equipos de radiofonía, aparatos de televisión o por cualquier proceso mecánico o eléctrico, electrónico, o dispositivo digital, sonoro o audiovisual o por cualquier otro medio conocido o por conocerse que sirva para tal fin, en establecimientos públicos en cumplimiento del artículos 158 y 159 de la ley 23 de 1982 (Derechos de Autor y Conexos) y del Literal C del Artículo 2 de la Ley 232 de 1995. Así mismo, recauda para el Centro Colombiano de Derechos Reprográficos – CDR por la reproducción de obras impresas a través del sistema de fotocopiado, conforme a la ley 98 de 1993 y Decreto 1070 de 2008.

Recuerde que el pago de derechos de autor y conexo, es un derecho que las normas legales y constitucionales han otorgado en beneficio de unos titulares denominados autores de obras musicales, ejecutantes e intérpretes y productores de fonogramas. El uso que se haga de un derecho privado como es el derecho de autor debe ser remunerado a su autor, y a su vez este debe autorizarlo. (Osa, 2015)

5.6.2 Bomberos⁹:

Los Bomberos de Colombia nacemos hace 203 años, fue durante la gran batalla de la Independencia de Cartagena cuando por primera vez se tiene

⁹ Anexo9

	GUÍA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

registro de una brigada organizada, conformada por los nobles cartageneros, esclavos y criollos, los cuales repelieron las llamas para detener el avance de tropas enemigas en la heroica.

Gracias a la lucha estos valientes Bomberos, se logró sofocar las llamas que amenazaban las murallas de nuestra emblemática ciudad con baldes cargados con agua y un rudimentario sistema de diques y canales alimentados por gravedad ubicados en el castillo de San Felipe, logrando culminar con éxito tan noble misión y el hecho más emblemático que da el origen histórico a los Bomberos de Colombia. (CFNBC, 2015)

5.6.3 EPA (establecimiento público ambiental):


Es el ente que dentro de la estructura administrativa del Distrito de Cartagena, cumple funciones de seguimiento y control ambientales, por lo tanto está obligado, conforme al Acuerdo 029 de diciembre 30 de 2002 a ejercer las funciones de máxima autoridad ambiental, vigilancia, control y prevención (Ariza.M, 2006)

5.6.4 Invima (instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos):

Ente dedicado al control y vigilancia la calidad y seguridad de los productos farmacéuticos y alimenticios (INVIMA, 2015). Dado que en este proyecto no se manejaran alimentos o medicamentos, no se necesita llenar el formulario del invima.

5.6.5 Sinú – POT (sistema de norma urbana y plan de ordenamiento territorial):

En este sistema las ciudadanas y ciudadanos, curadores, representantes de empresas privadas, servidores públicos de entidades distritales y/o organismos de control, entre otros, obtienen información de un predio o un territorio de Bogotá Distrito Capital, mediante las ayudas de búsqueda por dirección, chip, localidad, UPZ, barrio, coordenadas, planchas a escala 2000 o 5000, manzanas, sitio de interés o realizando ubicación manual del lugar.

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Permite el funcionamiento de los diferentes establecimientos comerciales en un determinado sector.

6 Estudio De Mercados

Debido a que la empresa está dada a un público abierto el estudio de mercados se puede realizar a personas naturales y jurídicas con su respectiva clasificación.

6.1 Persona natural


6.1.1 Demografía:

(ONU, s.f.)"La demografía es la ciencia que tiene por objeto el estudio de las poblaciones humanas tratando, desde un punto de vista principalmente cuantitativo, su dimensión, su estructura, su evolución y sus características generales." (ONU) (4)

El producto se orientara a un género mixto, es decir, para hombres y mujeres; en este caso la línea de ropa será juvenil por ende se tendrá en cuenta un rango entre los 14 años y 35 años de edad, además de esto las prendas según el estudio financiero tendrán un valor alrededor desde \$30.000 o \$60.000 pesos.

En Suba hay presencia de todas las clases socioeconómicas: el 35,5% de predios son de estrato 3 y ocupa la mayor parte del área urbana local; el 28% pertenece a predios de estrato 2; el 16,7% de los predios son estrato 5; el 15% pertenece al estrato 4; el 1,4% a estrato 6 y el 3% restante corresponde a predios sin estrato. Una característica de la estructura de la población de la localidad es el gran porcentaje de participación de jóvenes: el 43,6% es menor de 25 años. (Camara de comercio de Bogotá, 2007)

Por lo tanto dados los datos anteriores se estima que el estrato socio-económico de los posibles clientes se ubica entre nivel 2 y 4.

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

6.1.2 Geografía:

"Un estudio de mercado geográfico detecta áreas de oportunidad desde una perspectiva espacial. Encuentra, por ejemplo, el mejor lugar para poner un negocio o las áreas blancas o áreas de oportunidad para hacer crecer, digamos, una área de reparto."

Teniendo claro el concepto de geografía en el estudio de mercados cabe aclarar que los productos se diseñaran bajo el criterio de variedad de telas, es decir, se hará ropa para los diferentes tipos de clima que pueden encontrarse en las ciudades principales del país, lo anterior dado que los productos ofrecidos vía internet tienen alcance a las principales ciudades nacionales, sin embargo en la ciudad de Bogotá en la localidad de Suba cuyo clima es frío se venderán colecciones especiales para este.

6.1.3 Psicografía:


"Son los análisis de los estilos de vida del consumidor para crear un perfil del cliente detallado. Los investigadores de mercado conducen la investigación de psychographic pidiendo a los consumidores estar de acuerdo o discrepar con actividades, intereses y declaraciones de opiniones."

Teniendo en cuenta que el producto se hará en base a una población juvenil se tendrá muy en cuenta las tendencias actuales de moda, el comportamiento de los jóvenes, nuevas tendencias y la demanda ante la necesidad de la población.

Dados los gustos de los jóvenes se pueden plantear diferentes líneas de ropa, siguiendo patrones distintivos de los mismos como gustos, preferencias, comportamientos y deportes de interés.

6.1.4 Conductual:

"Divide a los compradores en grupos, con base a sus conocimientos sobre un producto, su actitud ante el mismo, el uso que le dan o la forma en que responden a un producto. Muchos mercadólogos piensan que las variables conductuales son el mejor punto de partida para segmentar el mercado"

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Las tendencias actualmente para las personas más jóvenes se enfocan principalmente en temáticas como el deporte, las películas y estilos europeos. Teniendo en cuenta esto, Empty producirá ropa enfocada en estos aspectos principalmente.

6.2 Persona jurídica

6.2.1 Actividad económica

Se proveerá a empresas de tipo COMERCIAL ya que estas se dedican a la compra y venta de productos, para Empty es de interés establecerse como proveedor de este tipo de empresas.

6.2.2 Nivel de ventas

Debe tener un nivel de ventas lo bastante apropiado como para ser capaz de soportar un crédito (según el caso) con EMPTY S.A.S para la compra de los productos, debido a que al vender mercancía a crédito la empresa corre un gran riesgo de pérdida si no se toman las medidas preventivas como hacer la debida investigación de los clientes.

6.2.3 Cantidad de empleados


Una de las características de las empresas es que se puede definir su tamaño por el número de empleados que posee, por ende los clientes deben tener al menos 3 empleados como mínimo para poder proveerles productos si cumplen ciertos requisitos, pues a empresas pequeñas no se les puede vender por crédito un número muy grande de prendas.

6.2.4 Antigüedad


La empresa o empresas a las que se le va a vender deben tener al menos 1 año en el mercado.

6.3 Análisis del producto


Características	Ventajas	Beneficios
------------------------	-----------------	-------------------

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


<p>ELEMENTO</p> <p>*Tamaño: se pueden manejar varias tallas desde la S hasta la XL</p> <p>*Color: El color de las prendas dependerá de las tendencias que estén de moda.</p> <p>*Material: Se maneja diferentes telas como seda, algodón, poli algodón, algodón perchado y algodón licrado entre otros</p>	<p>Estas características dan un gran beneficio ya que se maneja amplitud de tallas, colores, texturas, dando así más opciones al cliente para comprar.</p>	<p>El cliente se lleva un gran beneficio al ver que las diferentes referencias de ropa les proporciona una facilidad de escoger más amplia dependiendo del gusto de cada uno, además de esto, pueden visualizar lo que se está utilizando en el momento y estar “al último grito de la moda”.</p>
<p>MARCA</p> <p>*Campaña: Principalmente las campañas serian visuales como, posters, redes sociales, comerciales propias de la empresa, entre otros...</p>	<p>Para dar a conocer los productos de la empresa se utilizaran principalmente las redes sociales ya que son los jóvenes quienes más las usan, además se contratara un vendedor que se encargue de presentar la empresa a otras empresas dedicadas a la comercialización de prendas de vestir.</p>	<p>El cliente tiene la posibilidad de conocer el producto de una manera más dinámica y cotidiana.</p>

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


<p>EMPAQUE</p> <p>*Material: Principalmente se harán bolsas con el logotipo y eslogan de la empresa, estas bolsas se deben acoplar a la norma 668 de 2016 sobre el uso de bolsas plásticas. También será opcional la entrega de productos en cajas de regalo elegantes con el logotipo y eslogan de la empresa</p> <p>*Color: Las bolsas serán color negro con letras doradas y las cajas también serán negras; el eslogan y logotipo serán dorados.</p> <p>*Tamaño: Las bolsas y cajas serán de diferentes tamaños según la cantidad de compra de los clientes.</p>	<p>La empresa ofrece la oportunidad al cliente de elegir la presentación en la cual decide llevar el producto, dando así una buena impresión y estándar de calidad.</p>	<p>El cliente se beneficiara ya que puede llevar sus productos en un solo empaque, a veces se vuelve tedioso para el comprador tener que cargar varias bolsas o empaques.</p>
<p>GARANTIA</p> <p>*Tiempo de uso:</p>	<p>Asegura la confianza de los clientes y el estándar de calidad de</p>	<p>El cliente obtiene la seguridad de que el producto que han</p>

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

<p>No se hará garantía por mal uso del cliente.</p> <p>*Reposición: Se hará reposición o cambio de prenda en caso que tenga defecto de fabricación o sea cambio de talla en la misma referencia siempre y cuando la prenda no se haya usado.</p> <p>*Costo de reparación: El costo máximo de reparación en una prenda de \$8.000, también teniendo en cuenta el daño de esta.</p>	<p>la empresa</p>	<p>comprado es bueno y que están tratando con una empresa seria que se encargara de cada error en la prenda si la hay.</p>
<p>TERMINOS DE NEGOCIACION</p> <p>*Costo: Estos costos están basados en el estudio financiero donde se evidencian los productos para un solo tipo de tela por cada producto</p> <p>Fijando costos: - Camisas: (\$39.000 en adelante)</p>	<p>Teniendo estas facilidades de pago será más fácil para la empresa despachar la mercancía utilizando las diferentes compañías de envío como intermediarias para hacer llegar el producto al cliente ganando una buena reputación, además de</p>	<p>El cliente tendrá mayores posibilidades de obtención del producto.</p>

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

<ul style="list-style-type: none"> - blusas (\$ 35.000 en adelante) - Camisetas (\$ 30.000 en adelante) - Buzos (\$ 50.000 en adelante) <p>Precio de competencia: Como se relaciona en el numeral 6.6 los precios de la competencia se encuentran entre \$15.900 - \$129.900</p> <p>*Condición de entrega: Un gran número de ventas se espera sean vía internet, por ende se manejara entregas con compañías de envío (pago contra entrega). Aunque se crearan puntos de venta en la localidad de Suba donde los clientes podrán observar y comprar las prendas personalmente.</p> <p>*Forma de pago: En los puntos de venta se aceptan pagos en efectivo y tarjetas de crédito. Si la compra es vía internet</p>	<p>esto también se venderá a otras empresas comerciales.</p>	
--	--	--

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

el pago será a la cuenta bancaria directa de la empresa.		
--	--	--

6.4 Demanda y oferta

6.4.1 Dane:

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE- es la entidad responsable de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales de Colombia. Perteneciente a la Rama Ejecutiva del Estado Colombiano, con más de 50 años de experiencia. Cumple con los más altos estándares de calidad. El DANE ofrece al país y al mundo más de 30 investigaciones de todos los sectores de la economía, industria, población, sector agropecuario y calidad de vida, entre otras. Toda esta labor, sumada a la aplicación de modernas tecnologías de captura, procesamiento y difusión, así como la calidad humana de todos los que participan en el proceso de la organización, permiten al DANE fortalecer el conocimiento, la confianza y la cultura estadística de los colombianos, reafirmando su condición de líder como rector de las estadísticas en Colombia. (Dane, 2015)


En esta entidad se encuentran datos detallados del sector manufacturero para el negocio, con base en dichos datos se pueden hacer proyecciones de ventas para verificar la viabilidad del proyecto, además analizar la elasticidad de la demanda y de los ingresos en este sector.

6.4.2 Proyección de Ventas


Para realizar esta proyección se necesitan datos exactos con respecto a la cantidad de ventas anuales Nacionales del sector económico del proyecto, se han recopilado estos datos en la siguiente tabla desde el año 2005 hasta el año 2014, son los últimos 10 años disponibles en el Dane con información del sector manufacturero.

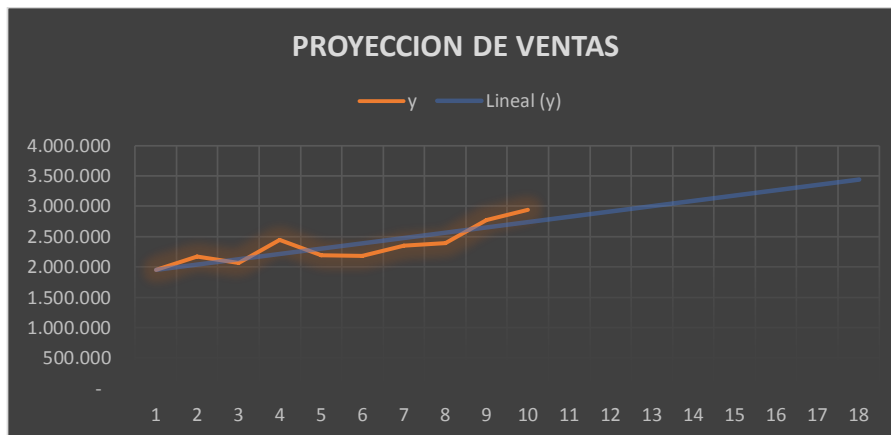
Con base en los datos de ventas se obtuvo:

x	Año	y	xy	x ²	y=mx+b
		Ventas	mínimos		

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

			cuadrados		
1	2005	1.951.355	1.951.355	1	666180,7
2	2006	2.168.257	4.336.514	4	770483,1
3	2007	2.064.461	6.193.382	9	874785,6
4	2008	2.441.559	9.766.236	16	979088
5	2009	2.194.504	10.972.519	25	1083390
6	2010	2.181.393	13.088.358	36	1187693
7	2011	2.347.551	16.432.857	49	1291995
8	2012	2.389.987	19.119.896	64	1396298
9	2013	2.777.820	25.000.383	81	1500600
10	2014	2.937.612	29.376.123	100	1604903
11	2015				1709205
12	2016				1813507
13	2017				1917810
14	2018				2022112
15	2019				2126415
16	2020				2230717
17	2021				2335020
18	2022				2439322
171	36243	23454498,91	136237621,6	385	
m=	104302,43				
b=	561878,27				

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009



2 Proyección de ventas


Como podemos observar en la gráfica anterior las ventas han crecido significativamente en los últimos años lo que genera una tendencia de las ventas ascendente, de esta manera podemos concluir que es viable la puesta en marcha de este proyecto pues tiende a ser rentable hacia el futuro.

6.4.3 Elasticidad de la demanda y los ingresos

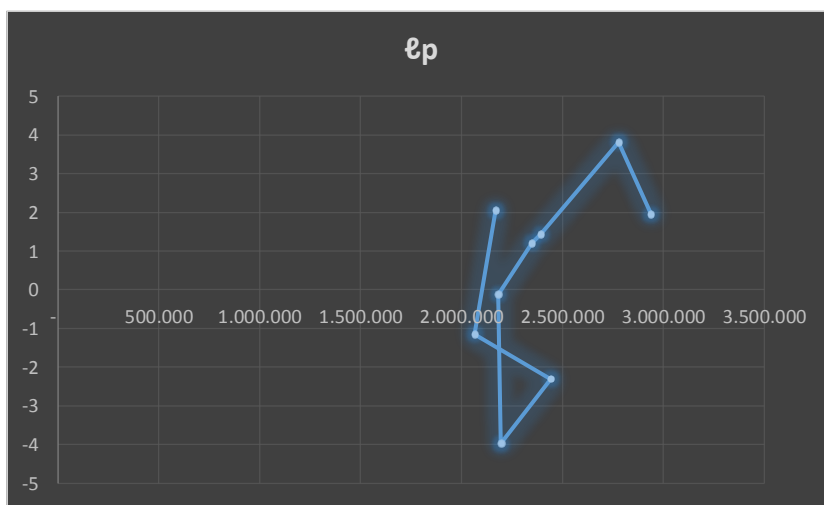
6.4.3.1 Demanda

Para este estudio recopilamos no solo la cantidad de ventas Nacionales anuales sino también el costo de estas ventas a lo largo de los últimos 10 años (2005-2014) disponibles en la base de datos del Dane para calcular en promedio el precio unitario en cada año, para este estudio se realizó una estimación aplicada a la población de la localidad de Suba.

	año	Ventas	precio unitario	εp	ingreso
1	2005	1.951.355	20,18		\$ 39.369.849
2	2006	2.168.257	21,33	2,053634	\$ 46.249.257
3	2007	2.064.461	22,26	-1,14192	\$ 45.962.054

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

4	2008	2.441.559	20,63	-2,30658	\$	50.368.792
5	2009	2.194.504	21,17	-3,97083	\$	46.455.924
6	2010	2.181.393	22,33	-0,11488	\$	48.711.601
7	2011	2.347.551	23,82	1,217697	\$	55.919.951
8	2012	2.389.987	24,12	1,437798	\$	57.655.676
9	2013	2.777.820	25,19	3,820215	\$	69.984.492
10	2014	2.937.612	25,96	1,959637	\$	76.248.539



3 Elasticidad de la demanda


Conclusiones:

- La elasticidad de la demanda es Favorable dado que el consumo de los productos textiles ha aumentado año tras año dando así más oportunidad para que las nuevas empresas puedan entrar en el mercado con buenos resultados
- A pesar de que en algunos años hubo recesión económica en el país, este se recuperó favorablemente de las pérdidas durante dichos años.

6.4.3.2 Ingresos

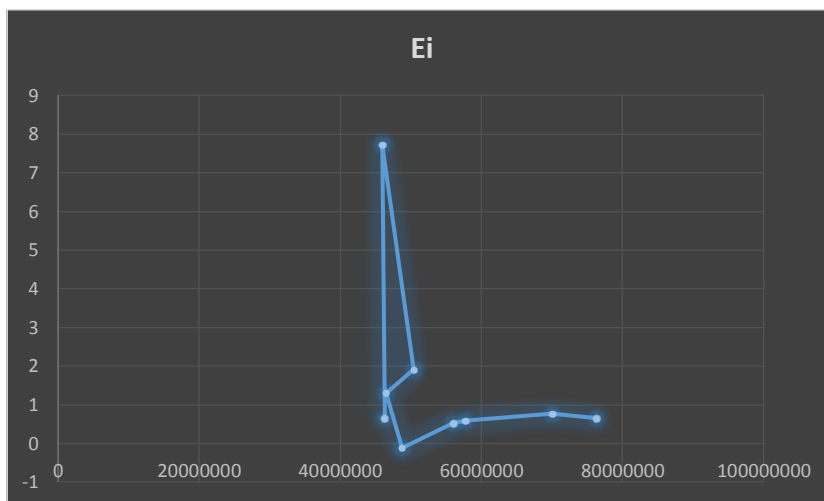
Este estudio se realizó recopilando la cantidad de ventas Nacionales anuales el costo de estas ventas a lo largo de los últimos 10 años (2005-2014) disponibles en la

Comentario [E1]: Hacer una pequeña introducción de dónde sale el valor de los ingresos así como se lo hiciste en la demanda.


	GUÍA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

base de datos del Dane para calcular en promedio el precio unitario en cada año, de igual manera se realizó la estimación aplicable a la localidad de Suba.

	año	Ventas	ingreso	Ei
1	2005	1.951.355	39369849	
2	2006	2.168.257	46249257	0,636121
3	2007	2.064.461	45962054	7,708821
4	2008	2.441.559	50368792	1,905155
5	2009	2.194.504	46455924	1,302546
6	2010	2.181.393	48711601	-0,12304
7	2011	2.347.551	55919951	0,514735
8	2012	2.389.987	57655676	0,582379
9	2013	2.777.820	69984492	0,758875
10	2014	2.937.612	76248539	0,642684



4 Elasticidad de los ingresos

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

6.5 Trabajo de campo

6.5.1 Recolección de datos

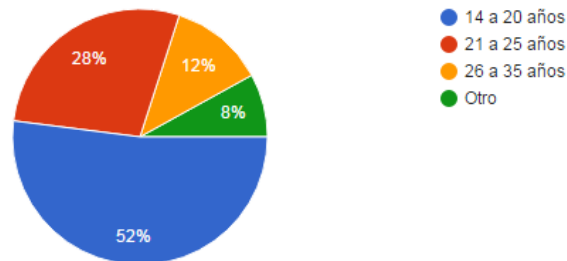
6.5.1.1 ENCUESTAS

Estas se realizaron en su mayoría a población estudiantil universitaria de la Universidad ECCEI, en Bogotá D.C, 102 personas respondieron nuestra encuesta de estudio de mercados en la semana número 8 del semestre 2-2015. Fue de 13 preguntas breves.

Preguntas:

Edad

100 respuestas




1

5 Gráfica de la encuesta Pregunta 1

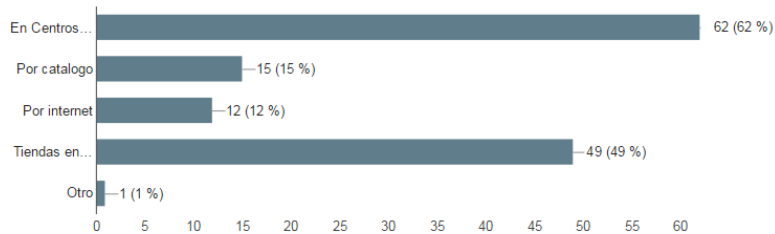
Como se puede observar, el 52% de encuestados son personas entre los 14 y 20 años, con el resultado de nuestra encuesta podemos definir que los clientes potenciales para la empresa son los jóvenes entre los 14 y 25 años que en total representan el 80% de la muestra.

Comentario [E2]: Evitar iniciar con la misma frase siempre

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

¿De que forma acostumbra comprar ropa?

100 respuestas



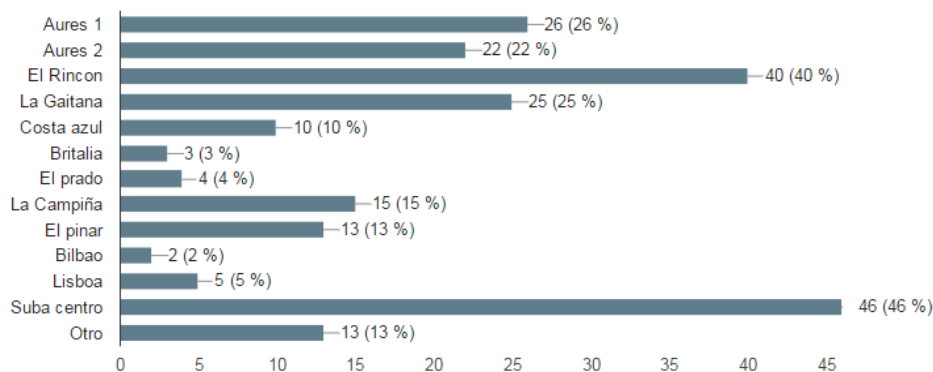
2

6 Grafica de la encuesta: Pregunta 2

Se observa en las respuestas anteriores que la mayoría de personas compran productos textiles en centros comerciales y tiendas situadas en las zonas comerciales de algunos barrios, estas respuestas indican los mejores lugares para abrir tiendas en la localidad sin descartar otras opciones como la venta por catálogo o internet.

¿En que barrios de la localidad de suba compra ropa?

100 respuestas



3

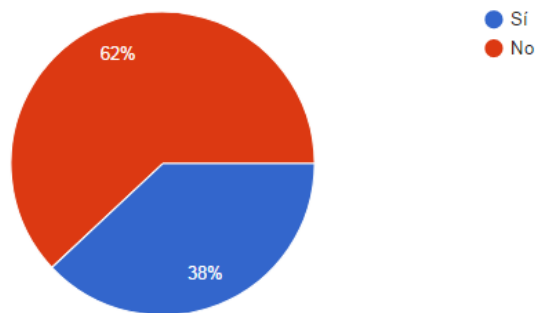
7 Grafica de la encuesta: Pregunta 3

Dada la lista anterior de barrios y lugares de la localidad donde los encuestados compran ropa, se puede tener una idea de los mejores lugares para ubicar tiendas que sin duda pueden tener éxito y otros lugares donde se puede tener un impacto medio pero que puede crecer.

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

¿Alguna vez a comprado ropa o algún otro articulo por Internet?

100 respuestas



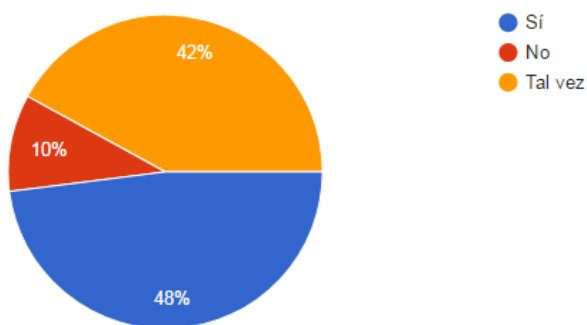
4

8 Grafica de la encuesta: Pregunta 4

Se observa que en gran mayoría las personas no compran artículos por internet, sin embargo encontramos un mercado moderado que puede ser creciente de personas que si han comprado por internet, esto es buen motivo para incursionar de manera prudente en las ventas por internet.


¿Compraría ropa por Internet?

100 respuestas



5

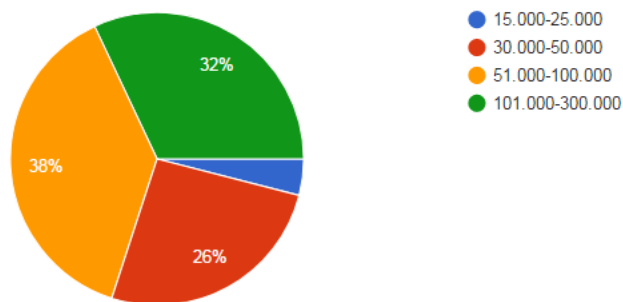
9 Grafica de la encuesta: Pregunta 5

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Como resultado de la respuesta de la pregunta anterior se planteó esta, muestra de forma positiva que se pueden obtener buenos resultados con la venta de ropa por internet, a pesar de que un 10% lo rechace, se tiene un resultado más favorable de las personas dispuestas a comprar.

En promedio ¿Cuanto gasta normalmente al comprar ropa?

100 respuestas



6

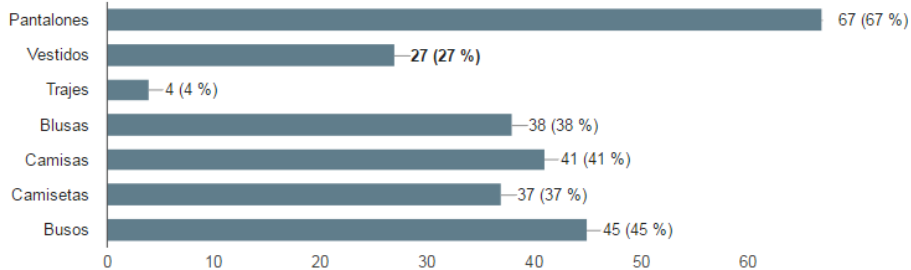
10 Grafica de la encuesta: Pregunta 6

Se puede observar que las personas tienen un presupuesto de compra entre \$30.000 y \$300.000 lo que puede dar una idea de los precios que la empresa debe manejar para tener éxito en el mercado, ajustando los precios y adecuando ofertas a los clientes potenciales sin ignorar los precios de la competencia, la empresa puede ganar reconocimiento y fidelidad de los clientes.

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

¿Que productos compra con mas frecuencia?

100 respuestas



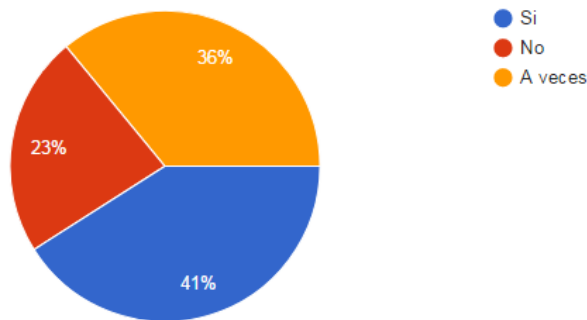
7

11 Grafica de la encuesta: Pregunta 7

Aunque la encuesta muestra que la gran mayoría compra pantalones con mayor frecuencia, se observa que las blusas, camisas, camisetas y buzos son también de preferencia por las personas y con innovación pueden tener un gran impacto en el mercado pues las personas compran continuamente este tipo de prendas.

¿Usa camisetas estampadas frecuentemente?


100 respuestas



8

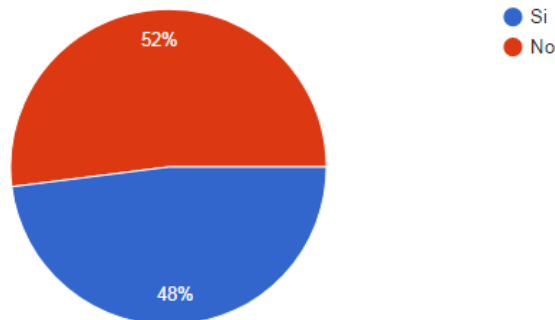
12 Grafica de la encuesta: Pregunta 8

Se observa que el 77% de los encuestados usan camisetas estampadas con frecuencia, este resultado permite ver el éxito que pueden tener la venta de camisetas estampadas en la localidad.

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

¿Usa ropa de marcas reconocidas?

100 respuestas



9

13 Grafica de la encuesta: Pregunta 9

Con este resultado se puede observar que la mitad de los encuestados usan ropa de marcas reconocidas, generalmente son marcas a las cuales los clientes son fieles por su experiencia de compra frecuente y la calidad de estas, sin embargo el otro 50% no usa ropa de marca o les es indiferente, de esta manera podemos deducir que una marca nueva en el mercado puede tener buena aceptación y brindando buena calidad y precios razonables ganarse la fidelidad de compra de una buena parte del mercado.


¿Que marca de ropa acostumbra comprar?

10 100 respuestas

14 Encuesta: Pregunta 10

De esta pregunta abierta se obtuvo una lista de marcas frecuentadas por los encuestados, de estas se definieron las más frecuentes o comunes que son la principal competencia para Empty SAS. Estas son:

MARCA	Cantidad	MARCA	Cantidad
Koaj	7	Falabella	5
Forever			
21	6	Bershka	6
Adidas	5	Ela	8

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Nike	6	Arturo calle	4
Studio f	4	Kenzo	8
Abril	5		

6.6 Estudio De Competencia

Teniendo en cuenta los resultados de las encuestas, para este espacio se seleccionaran los 5 competidores más relevantes para la empresa.

6.6.1 Competidores directos:

Forever 21:

Es una firma estadounidense de moda. Su sede está ubicada en Los Ángeles, California y posee ventas por US\$3700 millones en 2013. Según la revista *Forbes* es la 122 empresa privada más grande de Estados Unidos.


Ela:

Somos una marca Colombiana de moda femenina, nuestra propuesta de diseño innovadora nos caracteriza ya que se inspira en las tendencias propuestas por las grandes casas de moda en las principales pasarelas del mundo para adaptarla e integrarla a la cultura y el Street Style de América Latina.

Con el fin de brindar un Total Look manejamos 6 colecciones anuales compuestas por un amplio portafolio de productos, prendas, accesorios, calzado y una línea exclusiva de JNS. (Ela, 2017).

Koaj:

Somos Permoda, una empresa internacional que se ha especializado en crear prendas únicas inspiradas en la personalidad y estilo de vida de un amplio grupo de personas de las ciudades más activas y dinámicas del mundo, como New York, París, Londres y por supuesto la capital de la moda, Milán. En esa intensa búsqueda por hacer de la moda una cultura, hemos creado cuatro poderosas marcas, con más de 200 tiendas, que hoy visten a personas de varios países del mundo: Armi, Pronto, BKul y Koaj, son esas creaciones. Cuatro marcas deseadas por miles de personas que han entendido que vestirse bien es una verdadera actitud de vida. (Koaj, 2006).

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Hombre

Articulo	Precios
Camisas	\$ 49.900-\$ 99.900
Camisetas	\$ 15.000-\$ 59.900
Sweaters y Cardigans	\$ 39.900-\$ 109.900

Mujer

Articulo	Precios
Blusas	\$ 25.900-\$ 84.900
Camisetas	\$ 15.000-\$ 42.900
Sweaters y Cardigans	\$ 29.900-\$ 99.900

Kenzo:

Desde 1989, el compromiso de Kenzo Jeans con sus clientes está presente en todo el modelo de negocio, siendo una marca colombiana posicionada en el mercado jeanswear, con alto reconocimiento por su excelente combinación de alta calidad con precios atractivos. (Kenzo, 2017)

Hombre


Articulo	Precios
Camisas	\$ 69.000-\$ 99.000
Camisetas	\$ 49.000-\$ 69.000
Sweaters y Cardigans	\$ 59.900-\$ 119.900

Mujer

Articulo	Precios
Blusas	\$ 49.900-\$ 119.900
Sweaters y Cardigans	\$ 59.900- \$ 129.000

Bershka:

Bershka se presenta como un punto de referencia para la moda dirigida a este público cada vez más exigente y, en tan sólo 2 años, alcanza los 100

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

establecimientos consolidando así su imagen de marca. Actualmente, tras 18 años, la cadena cuenta con más de 1000 tiendas en más de 70 países, con ventas que representan el 9% del total de ingresos de todo el grupo. Bershka posee un área de venta de más de 455.000 metros cuadrados. El negocio de la empresa abarca el diseño, fabricación, distribución y venta de moda en las tiendas.

Hombre

Articulo	Precios
Camisas	\$ 59.900-\$ 99.900
Camisetas	\$ 29.000-\$ 79.900

7

Mujer

Articulo	Precios
Blusas	\$ 39.900-\$ 99.900
Camisetas	\$ 15.900-\$ 79.900


Conclusiones:

- A pesar de que estos competidores son muy reconocidos a nivel local y nacional, muy pocos ofrecen sus productos a un mercado mixto (hombres y mujeres) sino que estos se dedican o especializan en un solo género.
- Estas empresas por marca y cantidad de empleados elevan el costo de sus productos de tal manera que no todas las personas pueden tener acceso a estos.

6.7 Proveedores

Las posibles empresas que suministraran las materias primas para la producción de productos textiles en nuestro proyecto son:

Nombre	Ubicación	Precios					
		Algodón licrado	Algodón	Tela fusión	Poli algodón	RipStop	Algodón perchado
Facol	Calle 140 # 89-35	\$7.800	\$6.400	\$3.800	\$6.400	\$12.500	\$13.450
Lafayette	Calle 145 # 90-52	\$9.200	\$6.900	\$2.800	\$7.600	\$9.900	\$10.700

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)			Código: IN-IN-001 Versión:01			
	Proceso: Investigación		Fecha de emisión: 22-Nov-2009		Fecha de versión: 22-Nov-2009		

Tinoco	Carrera 91 # 145ª-16	\$8.900	\$8.900	\$10.900	\$6.400	\$9.900	\$8.900
--------	----------------------	---------	---------	----------	---------	---------	---------

6.8 Publicidad

Se ofrecerán los productos a través de internet, principalmente a través de redes sociales ya que en estas se encuentran los clientes potenciales que son los jóvenes entre 14-35 años, además se repartirían tarjetas de presentación en lugares concurridos por los jóvenes.

Para la publicidad de la empresa se debe invertir alrededor de \$225.050 mensuales que se usaran para publicidad a través de internet

6.8.1 Promociones


Las promociones se aplicaran principalmente en la plataforma de internet dado que los productos vendidos a través de este medio no generan gastos de arrendamiento, entre otros. Para cada promoción se debe hacer un estudio previo que permita verificar la viabilidad de aplicarla a los productos, estas promociones no deben superar los 5 días.

Para los productos vendidos en locales las promociones deben aplicarse teniendo en cuenta el historial de ventas de los últimos tres meses y la temporada para no afectar las ganancias necesarias para cada mes, estas promociones no deben superar los 3 días, excepto en temporada de fin de año.

7 Diagnóstico Organizacional y Empresarial

7.1 Misión

Empty S.A.S es una empresa manufacturera textil que ofrece productos de calidad como camisas, camisetas, blusas y buzos, brinda su servicio principalmente a jóvenes con edad entre catorce y treinta y cinco años y empresas; supliendo necesidades textiles para posicionarse en el sector textil de la localidad de suba, distribuyendo medianas cantidades a través de internet, locales especializados y empresas, de tal manera que pueda sobrepasar el punto de equilibrio y satisfacer a los clientes.

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

7.2 Visión

Empty S.A.S desea ser una empresa líder, exitosa y responsable en el mercado con reconocimiento en la localidad de Suba hacia 2019 gracias a la calidad, variedad, precio de los productos, deseamos tener una planta física propia y al menos 10 locales hacia el año 2022, obteniendo como ventaja competitiva la venta de prendas a través de internet, fortaleciéndose por medio de la planeación, innovación y trabajo en equipo.

7.3 Objetivo general


Obtener reconocimiento a través de las ventas por internet y en la localidad de Suba como una empresa confiable y de calidad contando con varios puntos de venta en la localidad de Suba y una planta física para la fabricación de las prendas de vestir generando empleos directos en la localidad.

7.4 Objetivos Corporativos


- Crear una plataforma virtual sencilla y completa que permita a los clientes vivir una verdadera experiencia de compra en línea.
- Abrir un punto de venta en uno de los lugares más concurridos en la localidad de Suba
- Diseñar productos de calidad con las mejores telas y estilos llamativos para los jóvenes
- Crear estrategias que permitan a la empresa crecer y abrir nuevos locales en la localidad de suba y sus alrededores
- Abrir una planta física para fabricar los productos de manera independiente garantizando calidad y confiabilidad.

7.5 Análisis DOFA

FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none"> • Ropa con algunos estilos urbanos que atraen a los jóvenes. Ropa formal y casual para todo tipo de ocasiones 	DEBILIDADES: <ul style="list-style-type: none"> • Al ser una empresa nueva, los distribuidores preferirán las marcas más conocidas y con una vida más amplia en el
---	--

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

<ul style="list-style-type: none"> • Venta de productos a través de internet lo que permite ganar un mayor reconocimiento y fidelización de los clientes • Conocimiento de la empresa a través de las redes sociales, lo que permite tener un alcance más amplio con los jóvenes. • Venta de productos al por mayor a empresas comercializadoras de ropa en la localidad 	<p>mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia en el sector textil dado que es una empresa nueva. • En algunas ocasiones los clientes crean un vínculo de fidelidad con otras marcas. • Al ser una empresa nueva los costos de puesta en marcha pueden ser altos y crear deudas bancarias que disminuyan las utilidades alcanzadas durante los primeros meses
<p>OPORTUNIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La sociedad busca cada vez adquirir los productos más fácilmente ya sea por internet o dirigiéndose a locales cercanos a su entorno. • Promover la cooperación entre empresarios para llevar a cabo de manera eficiente procesos de comercio (compra y venta) • Avances tecnológicos en maquinaria, la tecnología hace que la producción y la distribución sean más rápidas. 	<p>AMENAZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es posible que las personas no confíen en productos distribuidos a través de internet, ya que puede salir de mala calidad, no puede ser la talla adecuada o su precio puede ser alto. • Competencia de tiendas de ropa ya que el alcance sería reducido por aquellas personas que no utilizan el internet con simplicidad. • Posicionamiento de otras marcas más reconocidas en internet. • Falta de confiabilidad en la empresa pues los clientes potenciales que son más jóvenes realizan sus compras bajo la

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

	supervisión de los padres.
--	----------------------------

7.5.1 ESTRATEGIAS

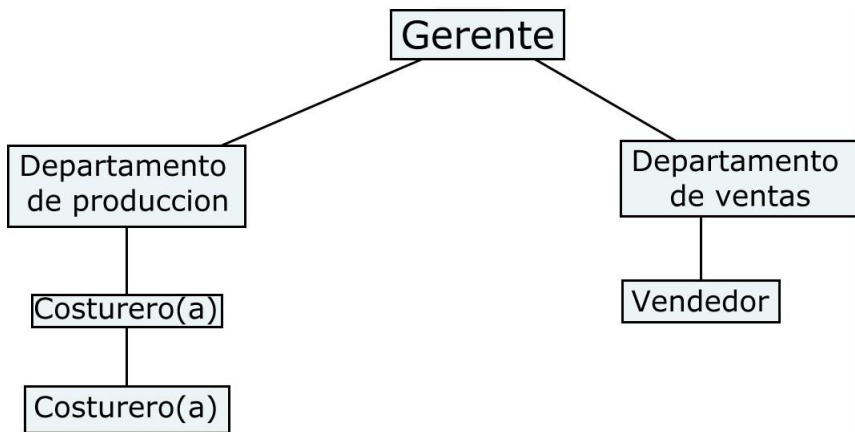
Debilidades a oportunidades	Amenazas a fortalezas
<ul style="list-style-type: none"> • Dado que la marca en un principio es poco conocida se podrán impulsar tendencias nuevas, diferentes a lo que se ve comúnmente en otras marcas, de esta forma se llamará la atención de los clientes más jóvenes. • La falta de experiencia se podría combatir con calidad y precios competitivos de tal forma que la abundancia de clientes permitirá crecer más rápido a la empresa y posicionarse en la Localidad de suba y el portal de internet. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnificar la fabricación de prendas con el fin de que las máquinas funcionen de forma correcta y con un pequeño margen de error, de esta forma la calidad será garantizada • Fortalecer la relación entre la marca y los primeros clientes de la tienda virtual de tal forma que genere confianza a otros posibles compradores. • Crear un manual sencillo para la compra de prendas por internet y distribuirlo de forma virtual y física. • Utilizar todas las redes sociales

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

<ul style="list-style-type: none"> Planteando ofertas y promociones es fácil llamar la atención de los clientes, principalmente de los más jóvenes quienes una vez hayan adquirido los productos y se sientan a gusto, crearan un vínculo de fidelidad con la marca, permitiendo posicionar la marca de forma competitiva en el mercado 	<p>que se tengan al alcance para promocionar la marca, compartir contenido diario y periódico para llamar la atención de los clientes virtuales.</p> <ul style="list-style-type: none"> Para la fabricación de ropa utilizar el modelo de satélites, reduciendo costos de arrendamiento para una planta física y demás gastos de producción.
--	---

8 Análisis Organizacional

8.1 Organigrama




15 Organigrama

8.2 Departamentos Funcionales

8.2.1 Departamento de producción

Responsable: Gerente

Funciones: Supervisar que los operarios cumplan con la cuota de productos semanales, minimizar gastos y aumentar ganancias, programar capacitaciones para

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

los trabajadores y medir el rendimiento de cada uno de ellos, Guiar a los trabajadores para que el área cumpla con las proyecciones de producción.

Cargos en el área: En esta área se encontraran personas con los siguientes cargos para su funcionamiento.

- Costurero

8.2.2 Departamento de ventas

Responsable: Gerente

Funciones: Maximizar las ventas en cada uno de los locales y el portal de internet, supervisar el servicio al cliente, verificar el flujo de inventarios, buscar clientes como personas jurídicas para ampliar el número de ventas mensuales.

Cargos en el área: En esta área se encontraran personas con los siguientes cargos para su funcionamiento.

- Vendedor.

8.2.3 Área administrativa

Responsable: Gerente general

Funciones: es el encargado de manejar la administración de la empresa, tal como la seguridad de la misma, estados financieros, toma de decisiones, contrato de nuevos empleados, aprobación de proyectos y ejecución de estrategias y supervisar el funcionamiento en regla de la empresa.

8.3 Localización del proyecto

En el análisis de variables determinamos el mejor lugar para lograr la máxima utilidad, un costo moderado, disponibilidad de recursos públicos, comunicaciones, manejo de desechos, fácil manejo del transporte, el análisis de una estructura impositiva y legal, concluyendo se definió el siguiente lugar:

Bogotá – Suba


Área Const.: 24,00 m²

Estrato: 3

Sector: Suba Centro (Centro comercial centro suba)

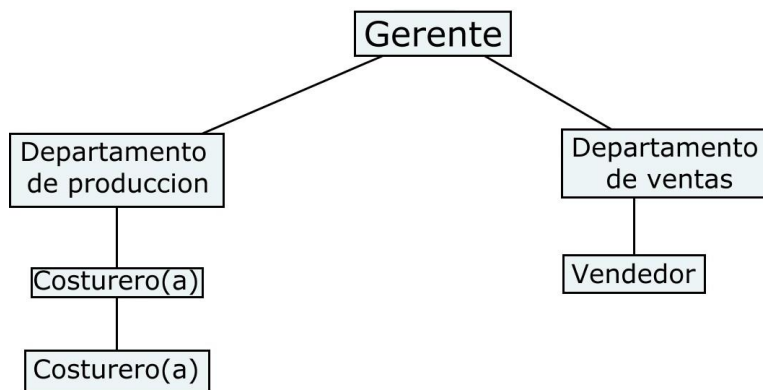
Costo del arriendo: \$1'650.000 incluido administración y parqueadero

(Fincaraiz.com.co, 2017)

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

8.4 Tamaño del proyecto

Empty es una empresa pequeña que contara con 4 trabajadores divididos en la parte de producción, ventas y administración; a continuación se presenta el organigrama de la empresa



16 Organigrama


8.5 Dependencias

8.6 Producción

El área de producción estará formada por dos operarios, la empresa no tendrá en principio una planta física, usara el modelo de satélites para la producción y confección de las prendas de vestir, estos operarios deben contar con las maquinas necesarias para la producción y deben estar en buen estado, además de tener un espacio de trabajo adecuado con las condiciones ergonómicas necesarias para trabajar y un espacio adecuado para almacenar las materias primas en óptimas condiciones.

8.6.1 Ventas

La empresa contara con un local en el centro comercial Centro Suba, se contratara un vendedor encargado de hacer inventario al principio y fin del día, realizar las ventas y registrarlas, y realizar una verificación de caja cada día.

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

8.6.2 Administración

Esta dependencia no tendrá una oficina establecida en un comienzo, sin embargo el gerente general adecuara un espacio donde pueda desarrollar sus tareas administrativas de forma óptima, además dará apoyo en el local en algunos días de la semana.

8.6.3 Características estructurales

El local debe cumplir con ciertos requerimientos, tales como el acceso a baños, Pisos, luz y Techos.

A continuación encontraremos las características de cada uno de los ítems mencionados anteriormente.

- Acceso a baños: Los baños deben quedar retirados del área de ventas
- Pisos: el piso debe ser en baldosa preferiblemente blanca para tener buena visibilidad y así a diario tener una apariencia limpia y reluciente.
- Luz: la luz debe ser Blanca preferiblemente bombillos ahorradores o lámparas Luminarias ubicadas estratégicamente de tal modo que al oscurecerse el día, la luz no deje de llegar a ningún rincón.
- Techos: El techo debe ser preferiblemente en cemento o draibol pintado de blanco para mejor refracción de la luz o en dado caso que sea en teja debe ser en tejas termo-acústicas para evitar el ruido durante la lluvia y disminuir el frio para comodidad de los empleados y clientes, además de que sea fácil su limpieza.


8.7 Estudio técnico

8.7.1 Materiales

8.7.1.1 Materias primas:

- 1) Camisas
 - a) Tela algodón

El algodón es utilizado en muchas prendas de vestir por su gran poder absorbente, resistencia al calor, al lavado y no acumula electricidad estática (Celestecielo, 2012). Su producción en masa comenzó en la década de 1700 con la invención de la

	GUÍA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

desmotadora de algodón. El algodón sigue siendo la fibra más utilizada en el mundo y la tela más popular para la ropa en los Estados Unidos. Es conocida por su suavidad, encogimiento, versatilidad y ligereza. (Goff, s.f.)

b) Hilo

Es una hebra larga y delgada de un material textil, que se obtiene a partir de fibras textiles de origen vegetal o animal y se usa para coser o fabricar tejidos. La mayoría de las fibras textiles, salvo la seda, no exceden de algunos centímetros de longitud, por lo que es necesario el proceso de hilado. Los hilos son ampliamente empleados en la industria textil para coser, tejer, entre otras labores. (EcuRed, 2017)

c) Tela fusión

Las entretelas forman parte de la costura y se utilizan tanto para el hogar como para la confección de ropa. Las entretelas sirven para dar más firmeza a alguna parte de las piezas de ropa como cuellos de camisas, bolsillos, corsés, cinturones de faldas, ojales, etc. Asimismo, dan cuerpo a los tejidos ligeros y evitan que los más pesados se doblen sobre sí mismos. A la hora de elegir la entretela, hay que fijarse en el tipo de tejido, el tamaño del bordado, la densidad, la longitud de las puntadas, y el uso que vaya a darse a la prenda. (El blog de Ribes y Casals, 2015)


2) Camisetas

a) Tela Poli algodón

Las telas hechas de una mezcla de algodón y poliéster son exactamente eso: telas hechas tanto con fibras de algodón natural como con poliéster sintético. Aunque ambas fibras tienen sus ventajas y desventajas, la mezcla se usa con frecuencia en la confección de prendas de ropa para ofrecer a los consumidores las ventajas de ambas.

Una mezcla de algodón y poliéster puede ser versátil, puesto que probablemente preserve la frescura y ligereza de la fibra de algodón, y además tiene la fuerza, durabilidad y resistencia a las arrugas del poliéster. Se encoge muy poco en comparación con una prenda o tela que sea 100% de algodón. (Heidelberger, s.f.)

b) Rip

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Es una tela anti desgarro, esta tela está reforzada con hilos de alta resistencia, esto da un aspecto de cuadrados en la tela pero evita que se corra el desgarro y se expanda. Al Rip se le agregan unos hilos más gruesos formando una cuadrícula, con lo que se pretende que no se deshilache, ni desgarre. Mientras que muchas personas creen que el Rip está hecho de nylon, esto es sólo es parcialmente cierto, el Nylon se cose sobre otros tejidos, incluyendo algodón, seda, poliéster o polipropileno, el nylon hace el material resistente al desgarro. Puede ser resistente al agua. (Como casual, 2013)

- c) Hilo
- d) Hilazas

Las hilazas son un producto derivado del algodón que proviene de una larga adhesión de fibras largas entre sí, para el uso textil, tejido de punto, cordelería, bordados, costura y ganchillo. (Precisport, 2017)

3) Blusas

- a) Tela algodón licrado
- b) Hilazas
- c) Hilo
- d)

4) Buzos

- a) Tela algodón perchado


Composición: 65% poliéster y 35% algodón.

Se usa en la elaboración de buzos, sudaderas y chaquetas. El algodón perchado no se "motosea" ni se encoge.

- b) Hilo
- c) Hilazas

8.7.1.2 Insumos:

- Botones
- Cuerda cola de ratón

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

8.8 Maquinaria Y Equipo

8.8.1 Producción:

La maquinaria de producción se divide en:

- Máquinas de coser
- Collarín
- Fileteadora
-

8.8.1.1 Máquina de coser:




Brother
Máquina de Coser BM3700

Internet: \$ 769.990

17 Máquina de coser, 2017, tomado de <http://www.falabella.com.co>

Características de la Máquina de Coser BM3700 Brother

- Máquina de coser.
- 35 puntadas incorporadas y 72 funciones de puntadas.
- Enhebrado de aguja automático.
- Control de velocidad con pedal electrónico.
- Área de costura convertible con brazo libre / cama plana.
- Luz incorporada que ilumina el área de costura.

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

8.8.1.2 Collarín




18 Collarin, 2017, tomado de <https://listado.mercadolibre.com.co>

Descripción

Marca: Gemy (Made in China)

- Sistema de lubricación completamente automático con nuevo diseño de filtro de aceite para aumentar la eficiencia del filtrado.
- Ajuste sencillo de la alimentación diferencial por medio de una palanca externa.
- Costura de alta calidad para hilos sintéticos con enfriador de aguja y dispositivo de lubricado para el hilo de aguja.
- Máquina collarera para una amplia gama de materiales, para tejidos ligeros, medianos y gruesos, Enfriador de hilo y aguja para su uso en alta velocidad.
- 5 Hilos
- Recubridor
- 3 Agujas
- Doble Volante

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

8.8.1.3 Fileteadora



Brother
Fileteadora 3034D

Internet: \$ 1.169.990

19 Fileteadora, 2017, tomado de <http://www.falabella.com.co>

Características Del Producto

- Tipo: Fileteadora
- Ojal automático de 1 solo pasó con balance y control de puntada
- Máquina de Overlock de 3 o 4 hilos
- Control de tensión para fácil enhebrado
- Cuchilla incorporada retractable
- 6 meses de Garantía
-


8.8.2 Oficina

8.8.2.1 Computador:

PC All in One HP 24-G003 23.8" Core i5 Blanco



20 Computador, 2017, tomado de: <http://www.alkosto.com>

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Características

- Procesador: Intel® Core™ i5 6200U
- Sistema Operativo: Windows 10 Home
- Memoria: 4GB
- Disco Duro: 1TB Pantalla: 23"

8.8.2.2 Impresora:

Multifuncional CANON E481



21 Impresora, 2017, tomado de: <http://www.alkosto.com>

Características


- Función: Imprime - Copia - Escanea – Fax
- Velocidad Impresión - copia: 8.8 ipm
- Resolución impresión: 4800 x 600 ipm
- Resolución escáner: 1200 x 2400 ppp
- Conectividad: Wireless - USB

8.8.2.3 Teléfono

Teléfono PANASONIC Alámbrico TS500 Negro



22 Teléfono, 2017, tomado de: <http://www.alkosto.com>

	GUÍA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Características

- Teléfono Panasonic KX-TS500LX1B
- Tecnología: Alámbrico
- Control de Volumen Electrónico
- Remarcación del Último Número
- Volumen de timbre en 3 niveles (desconectado, bajo y alto)

9 Estudio Financiero

9.1 Márgenes de contribución


INGRESOS POR LÍNEA DE PRODUCTO/SERVICIO E INGRESOS VS COSTOS TOTALES CONSOLIDADO						
PRODUCTO		2017	2018	2019	2020	2021
Blusas	UNIDADES VENDIDAS	35.000,00	36.949,50	38.368,00	39.780,00	41.184,00
	ING. TOTALES	\$ 37.800.000,00	\$ 40.982.907,42	\$ 43.705.269,65	\$ 46.537.158,80	\$ 49.480.497,22
Camisas	UNIDADES VENDIDAS	39.000,00	41.172,00	42.753,00	44.326,00	45.891,00
	ING. TOTALES	\$ 42.120.000,00	\$ 44.910.417,60	\$ 47.567.671,85	\$ 50.797.351,32	\$ 54.694.465,99
Camisetas	UNIDADES VENDIDAS	30.000,00	31.671,00	32.887,00	34.097,00	35.301,00
	ING. TOTALES	\$ 32.400.000,00	\$ 34.546.726,80	\$ 36.590.602,39	\$ 39.074.973,78	\$ 42.072.941,18
Buzos	UNIDADES VENDIDAS	60.000,00	63.342,00	65.774,00	68.194,00	70.601,00
	ING. TOTALES	\$ 50.400.000,00	\$ 53.739.352,80	\$ 56.918.714,83	\$ 60.783.292,55	\$ 65.445.870,42
0	UNIDADES VENDIDAS	-	-	-	-	-
0	ING. TOTALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL VENTAS ANUALES	ING. TOTALES	\$ 162.720.000	\$ 174.179.405	\$ 184.782.259	\$ 197.192.776	\$ 211.693.775
TOTAL COSTOS ANUALES		\$ 71.078.138	\$ 74.983.998	\$ 79.685.444	\$ 85.294.206	\$ 91.953.231
MARGEN DE CONTRIB TOTAL		\$ 91.641.862	\$ 99.195.407	\$ 105.096.815	\$ 111.898.570	\$ 119.740.543

Página 1

PRECIOS DE VENTA UNITARIOS VS COSTOS DE PRODUCCIÓN UNITARIO POR LÍNEA DE PRODUCCIÓN						
AÑOS		2017	2018	2019	2020	2021
Blusas	PRECIO DE VENTA UNITARIO	\$ 35.000,0	\$ 36.949,5	\$ 38.368,0	\$ 39.780,0	\$ 41.184,0
	(-) COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO	\$ 16.932,0	\$ 17.609,3	\$ 18.313,7	\$ 19.046,3	\$ 19.808,2
	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNIT.	\$ 18.068,05	\$ 19.340,22	\$ 20.054,29	\$ 20.733,69	\$ 21.375,78
Camisas	PRECIO DE VENTA UNITARIO	\$ 39.000,0	\$ 41.172,0	\$ 42.753,0	\$ 44.326,0	\$ 45.891,0
	(-) COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO	\$ 16.259,5	\$ 16.909,9	\$ 17.586,3	\$ 18.289,8	\$ 19.021,5
	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNIT.	\$ 22.740,55	\$ 24.262,12	\$ 25.166,67	\$ 26.036,17	\$ 26.869,52
Camisetas	PRECIO DE VENTA UNITARIO	\$ 30.000,0	\$ 31.671,0	\$ 32.887,0	\$ 34.097,0	\$ 35.301,0
	(-) COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO	\$ 16.082,0	\$ 16.725,3	\$ 17.394,3	\$ 18.090,2	\$ 18.813,8
	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNIT.	\$ 13.918,05	\$ 14.945,72	\$ 15.492,66	\$ 16.006,83	\$ 16.487,17
Buzos	PRECIO DE VENTA UNITARIO	\$ 60.000,0	\$ 63.342,0	\$ 65.774,0	\$ 68.194,0	\$ 70.601,0
	(-) COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO	\$ 21.265,4	\$ 22.116,0	\$ 23.000,8	\$ 23.920,9	\$ 24.877,8
	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNIT.	\$ 38.734,63	\$ 41.225,95	\$ 42.773,24	\$ 44.273,15	\$ 45.723,24

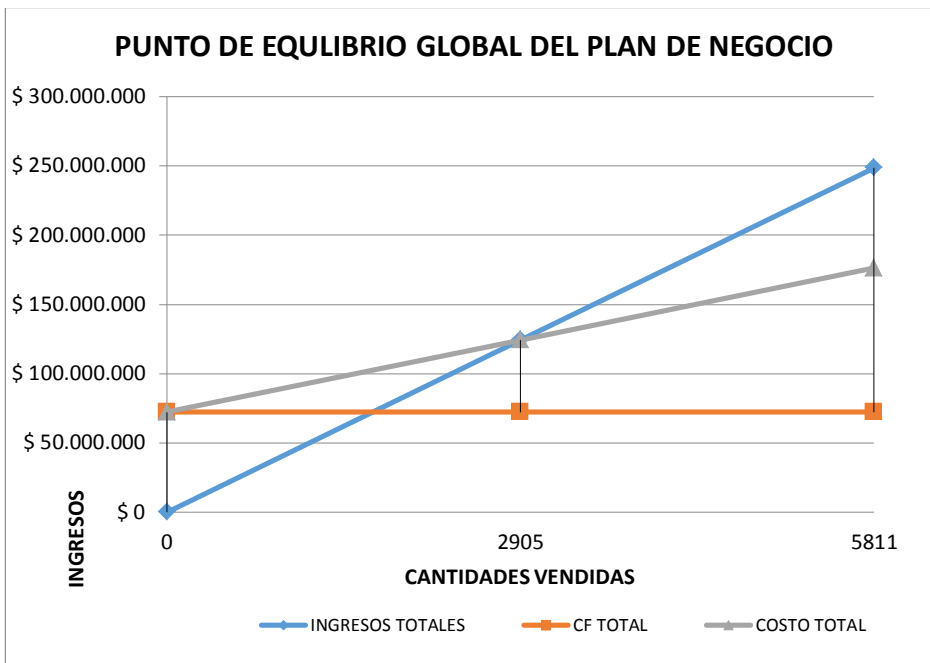
9.2 Costos y gastos fijos

PERIODO	2017	2018	2019	2020	2021
MARGEN DE CONTRIB TOTAL	\$ 91.641.862	\$ 99.195.407	\$ 105.096.815	\$ 111.898.570	\$ 119.740.543
(-) Total nómina del administrativa	\$ 12.000.000,0	\$ 12.668.400,0	\$ 13.154.866,6	\$ 13.638.965,6	\$ 14.120.421,1
(-) Total nómina del área de ventas	\$ 10.200.000,0	\$ 10.768.140,0	\$ 11.181.636,6	\$ 11.593.120,8	\$ 12.002.358,0
(-) Total nómina del área de Producción	\$ 20.400.000,0	\$ 21.536.280,0	\$ 22.363.273,2	\$ 23.186.241,6	\$ 24.004.715,9
(-) Presupuesto de la Mezcla de mercadeo	\$ 2.847.600,0	\$ 3.048.139,6	\$ 3.233.689,5	\$ 3.450.873,6	\$ 3.704.641,1
(-) Costos Fijos	\$ 22.800.000,0	\$ 24.069.960,0	\$ 24.994.246,5	\$ 25.914.034,7	\$ 26.828.800,2
(-) Servicio de la Deuda	\$ 3.457.752,9	\$ 3.457.752,9	\$ 3.457.752,9	\$ 3.457.752,9	\$ 3.457.752,9
(-) Depreciaciones	\$ 498.000,0	\$ 498.000,0	\$ 498.000,0	\$ 35.000,0	\$ 35.000,0
(-) Amortizaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
GASTOS TOTALES	\$ 72.203.352,9	\$ 76.046.672,5	\$ 78.883.465,2	\$ 81.275.989,3	\$ 84.153.689,2
UAI	\$ 19.438.508,7	\$ 23.148.734,0	\$ 26.213.349,4	\$ 30.622.580,9	\$ 35.586.854,2


	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

9.3 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		2905
CANTIDAD A VENDER POR PRODUCTO PARA PUNTO DE EQUILIBRIO		UNIDADES CALCULADAS PARA EL GRÁFICO.
Blusas	674,90	1.349,80
Camisas	752,03	1.504,07
Camisetas	578,49	1.156,98
Buzos	899,87	1.799,74
0	-	-
TOTAL UNIDADES	2.905,29	5.810,59



23 Punto de equilibrio


	GUÍA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

9.4 Estado de resultados

SIMULADOR FINANCIERO PARA PLANES DE NEGOCIO. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
ESTADO DE RESULTADOS	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	162.720.000	174.179.405	184.782.259	197.192.776	211.693.775
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	71.078.138	74.983.998	79.685.444	85.294.206	91.953.231
Depreciación	498.000	498.000	498.000	35.000	35.000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Utilidad Bruta	91.143.862	98.697.407	104.598.815	111.863.570	119.705.543
Gasto de Ventas	13.047.600	13.816.280	14.415.326	15.043.994	15.706.999
Gastos de Administracion	34.800.000	36.738.360	38.149.113	39.553.000	40.949.221
Gastos de Proucción	20.400.000	21.536.280	22.363.273	23.186.242	24.004.716
Industria y comercio	976.320	1.045.076	1.108.694	1.183.157	1.270.163
Provisiones	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	21.919.942	25.561.411	28.562.409	32.897.177	37.774.445
Intereses	2.464.066	2.182.612	1.821.437	1.357.962	763.210
Servicio de la deuda	-993.687	-1.275.141	-1.636.316	-2.099.791	-2.694.543
Otros ingresos y egresos	1.470.380	907.470	185.120	-741.830	-1.931.332
Utilidad antes de impuestos	23.390.321	26.468.881	28.747.529	32.155.347	35.843.112
Impuesto de renta	8.186.612	9.264.108	10.061.635	11.254.372	12.545.089
Reserva legal	818.661	926.411	1.006.164	1.125.437	1.254.509
Reserva voluntaria	0	0	0	0	0
Utilidad Distribuible	\$ 14.385.048	\$ 16.278.362	\$ 17.679.730	\$ 19.775.539	\$ 22.043.514


9.5 Flujo de caja

SIMULADOR FINANCIERO PARA PLANES DE NEGOCIO. FLUJO DE CAJA PRESUPUESTADO						
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO:						
CAPITAL INVERTIDO						
	AÑO 0	2017	2018	2019	2020	2021
Activos Corrientes	\$ 43.950.478	\$ 40.390.791	\$ 53.804.593	\$ 56.754.303	\$ 58.223.778	\$ 60.375.123
Pasivos Corrientes	\$ 32.340.000	\$ 14.072.291	\$ 15.473.385	\$ 16.660.304	\$ 18.317.462	\$ 20.159.446
KTNO	\$ 11.610.478	\$ 26.318.500	\$ 38.331.208	\$ 40.093.999	\$ 39.906.316	\$ 40.215.677
Activo Fijo Neto	\$ 2.089.000	\$ 1.591.000	\$ 1.093.000	\$ 595.000	\$ 1.949.000	\$ 2.914.000
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ -498.000	\$ -996.000	\$ -1.494.000	\$ -140.000	\$ -175.000
Activo Fijo Bruto	\$ 2.089.000	\$ 1.093.000	\$ 97.000	\$ -899.000	\$ 1.809.000	\$ 2.739.000
Total Capital Operativo Neto	\$ 13.699.478	\$ 27.909.500	\$ 39.424.208	\$ 40.688.999	\$ 41.855.316	\$ 43.129.677
CALCULO DEL FLUJO DE CAJA LIBRE						
EBIT	\$ 21.919.941,6	\$ 25.561.410,6	\$ 28.562.408,8	\$ 32.897.177,2	\$ 37.774.444,5	
Impuestos	\$ 7.233.580,7	\$ 8.435.265,5	\$ 9.425.594,9	\$ 10.856.068,5	\$ 12.465.566,7	
NOPLAT	\$ 14.686.360,9	\$ 17.126.145,1	\$ 19.136.813,9	\$ 22.041.108,7	\$ 25.308.877,8	
Inversión Neta	\$ 14.210.022,3	\$ 11.514.707,9	\$ 1.264.790,8	\$ 1.166.317,0	\$ 1.274.360,7	
Flujo de Caja Libre	\$ 28.896.383	\$ 28.640.853	\$ 20.401.605	\$ 23.207.426	\$ 26.583.239	
APORTES DE CAPITA ADICIONALES SOCIOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Flujo de Caja Libre TOTAL DEL PERIODO:	\$ 28.896.383	\$ 28.640.853	\$ 20.401.605	\$ 23.207.426	\$ 26.583.239	

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


9.6 Indicadores financieros

SIMULADOR FINANCIERO PARA PLANES DE NEGOCIO. ANÁLISIS FINANCIERO: VPN - TIR e INDICADORES FINANCIEROS						
TASA MINIMA DE RENDIMIENTO ESPERA POR LOS EMPRENDEDORES						28,00%
VALOR DE LA INVERSIÓN INICIAL DEL PLAN DE NEGOCIO						\$ 13.699.478
FLUJO DE CAJA PARA LA EVALUACION DEL PLAN DE NEGOCIO:						
PERIODO	AÑO 0	2017	2018	2019	2020	2021
FLUJO DE CAJA NETO	\$ -13.699.478	\$ 28.896.383	\$ 28.640.853	\$ 20.401.605	\$ 23.207.426	\$ 26.583.239
VALOR PRESENTE NETO =		\$ 52.467.234				
TASA INTERNA DE RETORNO =		204,08%				
SI TIR	204,08%	MAYOR QUE >	28,00%	TASA DE RENDIMIENTO ESPERA POR LOS EMPRENDEDORES	[+] VALOR PRESENTE NETO POSITIVO	
SI TIR	204,08%	MENOR QUE <	28,00%	TASA DE RENDIMIENTO ESPERA POR LOS EMPRENDEDORES	[-] VALOR PRESENTE NETO NEGATIVO	
SI TIR	204,08%	IGUAL QUE =	28,00%	TASA DE RENDIMIENTO ESPERA POR LOS EMPRENDEDORES	[=] VALOR PRESENTE NETO IGUAL A CERO	
PERIODO	2017	2018	2019	2020	2021	
Liquidez - Razón Corriente	287,02%	347,72%	340,66%	317,86%	299,49%	
Nivel de Endeudamiento Total	89,14%	51,88%	39,90%	37,41%	34,92%	
Rentabilidad Operacional	13,47%	14,68%	15,46%	16,68%	17,84%	
Rentabilidad Neta	8,840%	9,346%	9,568%	10,029%	10,413%	
Rentabilidad Patrimonio	287,70%	80,57%	53,59%	55,09%	56,29%	
Rentabilidad del Activo	31,245%	38,775%	32,205%	34,483%	36,634%	
Periodo de recuperación de la Inversión	0,536		AÑOS			
CALCULO DEL WACC	TOTAL INVERSIÓN	\$ 13.699.478,20	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN	COSTO DE CAPITAL	IMPUESTOS	
COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL.	APORTE DE LOS SOCIOS	\$ 5.000.000,00	36,50%	28,00%	35%	
	FINANCIADO POR DEUDA	\$ 8.699.478,20	63,50%	28,32%		
WACC	21,91%					


	GUÍA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

10 Bibliografía

- Actualicese.com. (23 de Febrero de 2015). Modelo de estatutos. Colombia.
- Ariza.M. (2006). *Accion de reparacion directa*. Cartagena.
- Brito.J. (24 de Agosto de 2012). *Salud Ocupacional*. Obtenido de <http://josebritolozano.blogspot.com.co/2012/08/eps-arp-ips-afp.html>
- Camara de comercio de Bogotá. (2007). *Perfil economico y empresarial localidad de Suba*. Bogotá: Camara de comercio de Bogotá. Recuperado el 19 de Mayo de 2017
- CCB. (2015). *Camara de comercio de Bogota*. Obtenido de <http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Matricula-Mercantil>
- CCC. (2015). *Camara de comercio de cali*. Obtenido de <http://www.ccc.org.co/como-crear-su-empresa/registrarla-minuta-en-una-notaria>
- Celestecielo, G. C. (2012). *El rincon de celestecielo*. Obtenido de Tipos de telas de algodón: <https://elrincondcelestecielo.blogspot.com.co/2016/04/el-algodon-y-los-tipos-de-telas-de.html>
- CFNBC. (28 de Julio de 2015). *Confederacion Nacional de Cuerpos de Bomberos de Colombia*. Obtenido de <http://www.cfnbcolombia.com/>
- Comfenalco. (2015). *Comfenalco Antioquia*. Obtenido de <http://www.comfenalcoantioquia.com/Default.aspx?tabid=238&id=161>
- Como casual. (2013). *Tipos de tejido*. Obtenido de RipStop: <https://www.camocasual.com/Preguntas/Tipos-de-tejido/RipStop>
- Compensar. (s.f.). *Compensar miniplanilla.com*. Obtenido de <https://www.miplanilla.com/contenido/empresas/1014-establecidas-tarifas-unicas-aportes-administradoras-riesgos-laborales.aspx>
- Dane. (Marzo de 2012). Clasificacion industrial internacional uniforme de todas las actividades economicas. Bogota, Colombia.
- Dane. (2015). *Departamento Administrativo Nacional de Estadística*. Bogota.
- DIAN. (20 de Marzo de 2014). *Direccion de impuestos y aduanas nacionales*. Obtenido de http://www.dian.gov.co/contenidos/servicios/rut_preguntasfrecuentes.html
- Diaz, L. A. (s.f.).
- EcuRed. (2017). *Hilo*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/Hilo>
- El blog de Ribes y Casals. (2015). *Las entretelas y sus diferentes usos*. Obtenido de <http://www.ribescasals.com/blog/las-entretelas-y-sus-diferentes-usos/>

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

- Ela. (2017). *Nuestra marca*. Obtenido de Ela: <http://ela.com.co/nuestra-empresa/encolombia>. (s.f.). Obtenido de <http://encolombia.com/economia/info-economica/algodon/industriatextil/>
- Fasecolda. (2015). *Seguro de riesgos laborales*. Bogota D.C. - Colombia: Camara Tecnica de Riesgos Profecionales.
- Fincaraiz.com.co. (2017). *Fincaraiz.com.co*. Obtenido de Local en arriendo: https://www.fincaraiz.com.co/local-en-arriendo/bogota/suba_centro-det-2719881.aspx
- Ginsburg, M. (s.f.). Historia de los textiles.
- Ginsburg, M. (s.f.). La historia de los textiles.
- Ginsburg, M. (s.f.). *La historia de los textiles*.
- Ginsburg, M. (s.f.). La historia de los textiles.
- Goff, L. (s.f.). *eHow en español*. Obtenido de Las propiedades de la tela de algodon: http://www.ehowenespanol.com/propiedades-tela-algodon-lista_90180/
- Heidelberger, M. (s.f.). *eHow en español*. Obtenido de Sobre la mezcla de algodon y poliester: http://www.ehowenespanol.com/mezcla-algodon-poliester-sobre_10657/
- Historia del Negocio Textil en Colombia*. (s.f.). Obtenido de https://www.sectorial.co/index.php?option=com_content&view=article&id=186:historia-del-negocio-textil-en-colombia&catid=40:informes-especiales&Itemid=208
- Industrial, R. (s.f.). *Blogspot*. Obtenido de <http://industrial-revol.blogspot.com.co/2007/12/industria-textil.html>
- INVIMA. (2015). *instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos*. Obtenido de <https://www.invima.gov.co/>
- Kenzo. (2017). *Kenzo jeans*. Obtenido de La empresa: <http://www.kenzojeans.com.co/paginas/2-la-empresa>
- Koaj. (2006). *Koaj*. Obtenido de Sobre Permoda: <http://www.koaj.co/sobre-permoda-620.html>
- laborales, C. (s.f.). Obtenido de <https://www.miplanilla.com/contenido/empresas/1014-establecidas-tarifas-unicas-aportes-administradoras-riesgos-laborales.aspx>
- ONU. (s.f.). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/que-es-demografia/>
- Osa. (25 de Junio de 2015). *Organizacion sayco - acinpro*. Obtenido de <http://www.saycoacinpro.org.co/osa-web/>

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


Pacífico eps. (s.f.). *Pacífico eps.* Obtenido de https://www.pacifico365.com/que_es_eps

Positiva. (20 de Junio de 2015). *Positiva.* Obtenido de <https://www.positiva.gov.co/ARL/Paginas/default.aspx>

Precisport. (2017). *Hilazas.* Obtenido de <http://www.precisport.com/es-es/sourcing/materiasprimas/hilazas>

Ricardo Ayala Ramirez. (2009). *Perfil economico y empresarial de las localidades.* Bogotá: Camara de comercio de Bogotá.

Sena. (2013). *Sena.* Obtenido de <http://www.sena.edu.co/acerca-del-sena/quienes-somos/Paginas/Quienes-Somos.aspx>

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

11 Anexos

Anexo1



VERSIÓN: 3	CÓDIGO: REG-IA-F-082	FECHA: 01/04/2015
---------------	-------------------------	----------------------

Solicitud de reliquidación para renovación o matrícula mercantil

Bogotá, D.C.,

Señores
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ
Registro Mercantil y ESAL
Cuidad

Referencia: Reliquidación de Matrícula Mercantil Renovación de la matrícula

Atentamente, solicito la reliquidación del año (AAAA) de la matrícula mercantil No. _____

* Diligencie la siguiente información y anexe el balance de apertura o balance general con fecha de cierre a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior.

El cambio solicitado está soportado con el balance de <<apertura/balance general>> (AAAA/MM/DD).

Nombre completo de la persona natural o persona jurídica que solicita la reliquidación:

Conforme a lo solicitado, indico a continuación la información financiera de acuerdo al balance que anexo:

INFORMACIÓN FINANCIERA		
ACTIVO	PASIVO Y PATRIMONIO	ESTADO DE RESULTADOS
Corriente \$ _____	Pasivo Corriente \$ _____	Ingresos Operacionales \$ _____
Fijo Neto \$ _____	Largo Plazo \$ _____	Ingresos No. Operacionales \$ _____
Otros \$ _____	Pasivo Total \$ _____	Gtos. Operacionales \$ _____
Valorizaciones \$ _____	Patrimonio Neto \$ _____	Gtos. No. Operacionales \$ _____
	Pasivo + Patrimonio \$ _____	Costo de Ventas \$ _____
		Utilidad / Perdida Operacional \$ _____
Activo Total \$ _____		Utilidad / Perdida Neta \$ _____


Cordialmente,

Nombre y Firma: _____
(de la persona natural o representante Legal de la persona jurídica)

Tipo y Número de identificación: _____

IMPORTANTE: Diligenciar la presente solicitud SIN TACHONES, BORRONES, NI ENMENDADURAS, TOTALMENTE A MÁQUINA Y/O EN LETRA DE IMPRENTA. Únicamente se cambiará la información indicada en el presente formato.

24 Tomado de: <http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Matricula-Mercantil>

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Anexo2




FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES

HOJA 1 DE 2

- Diligencie a máquina o letra impresa los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras.
 - En los términos del artículo 38 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada.
 - En los términos del artículo 38 del Código de Comercio podrá solicitar información adicional.
 - Autorizo el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos.

CÓDIGO CÁMARA DE COMERCIO <input type="text"/> <input type="text"/>		FECHA DE DILIGENCIAMIENTO DÍA <input type="text"/> <input type="text"/> MES <input type="text"/> <input type="text"/> AÑO <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	
INFORMACIÓN DEL REGISTRO			
REGISTRO MERCANTIL / VENDEDORES DE JUEGOS DE SUERTE Y AZAR		REGISTRO ENTIDADES SIN ANÍMUS DE LUCRO / ECONOMÍA SOLIDARIA / VEEBURÍAS CIUDADANAS / ONG'S EXTRANJERAS	
MATRICULA <input type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="checkbox"/> TRASLADO DE DOMICILIO <input type="checkbox"/>		INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="checkbox"/> TRASLADO DE DOMICILIO <input type="checkbox"/>	
No. DE MATRICULA MERCANTIL <input type="text"/>		No. DE INSCRIPCIÓN <input type="text"/>	
AÑO QUE RENUEVA <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>		AÑO QUE RENUEVA <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	
INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/> ACTUALIZACIÓN <input type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="checkbox"/> ACTUALIZACIÓN POR TRASLADO DE DOMICILIO, INDIQUE LA CÁMARA DE COMERCIO ANTERIOR <input type="checkbox"/> CANCELACIÓN <input type="checkbox"/> No. DE INSCRIPCIÓN <input type="text"/>			
IDENTIFICACIÓN			
RAZÓN SOCIAL (SOLO SI ES PERSONA JURÍDICA) <input type="text"/>			
SIGLA <input type="text"/>			
Personas naturales PRIMER APELLIDO <input type="text"/>		SEGUNDO APELLIDO <input type="text"/>	
NOMBRES <input type="text"/>			
IDENTIFICACIÓN No. <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>		TIPO C.G. <input type="checkbox"/> C.J. <input type="checkbox"/> L.L. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> País <input type="text"/>	
NIT, No. <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>		C.V. <input type="checkbox"/>	
UBICACIÓN Y DATOS GENERALES			
DIRECCIÓN DEL DOMICILIO PRINCIPAL			
MUNICIPIO <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>		DEPARTAMENTO <input type="text"/> <input type="text"/>	
PAÍS <input type="text"/>		BARRIO <input type="text"/>	
TELÉFONO 1 (Si es el reportado en el Formulario de Registro Único Tributario DONDE NO) <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>		TELÉFONO 2 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	
TELÉFONO 3 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>		FAX <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	
CORREO ELECTRÓNICO <input type="text"/>			
DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL			
MUNICIPIO PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>		DEPARTAMENTO PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/> <input type="text"/>	
PAÍS PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/>		BARRIO PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/>	
TELÉFONO 1 PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>		TELÉFONO 2 PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	
TELÉFONO 3 PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>		FAX PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	
CORREO ELECTRÓNICO DE NOTIFICACIÓN <input type="text"/>			
De conformidad con lo establecido en el artículo 67 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, autorizo a la Cámara de Comercio para que envíe notificaciones o comunicaciones relacionadas con los registros públicos a nuestro cargo, a los correos electrónicos aquí informados. SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Autorizo a la Cámara de Comercio para que envíe alertas relacionadas con los registros públicos a nuestro cargo, a los números celulares, según informados. SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
ÉSTA EMPRESA ESTÁ UBICADA EN: LOCAL <input type="checkbox"/> OFICINA <input type="checkbox"/> LOCAL Y OFICINA <input type="checkbox"/> FÁBRICA <input type="checkbox"/> VIVIENDA <input type="checkbox"/> FINCA <input type="checkbox"/>			
ACTIVIDADES ECONÓMICAS			
Indique una clasificación principal y máximo tres clasificaciones secundarias, tomadas del sistema de clasificación Industrial Internacional uniforme (CIIU)			
ACTIVIDAD PRINCIPAL CIIU 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> SHD <input type="checkbox"/>		ACTIVIDAD SECUNDARIA CIIU 2 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> SHD <input type="checkbox"/>	
CIIU 3 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> SHD <input type="checkbox"/>		OTRAS ACTIVIDADES CIIU 4 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> SHD <input type="checkbox"/>	
INDIQUE EL CÓDIGO SHD SOLO SI SU ACTIVIDAD ECONOMICA LA DESARROLLA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ, D.C.			
INFORMACIÓN FINANCIERA			
En los términos de la Ley debe tomarse del balance de apertura o con corte a 31 de diciembre del año anterior.			
ACTIVO Corriente \$ <input type="text"/> Fijo Neto \$ <input type="text"/> Otros \$ <input type="text"/> Valorizaciones \$ <input type="text"/> Activo Total \$ <input type="text"/>		PASIVO Y PATRIMONIO Pasivo Corriente \$ <input type="text"/> Largo Plazo \$ <input type="text"/> Pasivo Total \$ <input type="text"/> Patrimonio Neto \$ <input type="text"/> Pasivo + Patrimonio \$ <input type="text"/>	
ESTADO DE RESULTADOS Ingresos Operacionales \$ <input type="text"/> Ingresos No Operacionales \$ <input type="text"/> Gtos. Operacionales \$ <input type="text"/> Gtos. No Operacionales \$ <input type="text"/> Costo de Ventas \$ <input type="text"/> Utilidad / Pérdida Operacional \$ <input type="text"/> Utilidad / Pérdida Neta \$ <input type="text"/>			
MARQUE CON UNA X SI ES: IMPORTADOR <input type="checkbox"/> EXPORTADOR <input type="checkbox"/> % TRABAJADORES A NIVEL NACIONAL, En virtud de lo establecido en el artículo segundo de la Ley 5429 de 2010: % DE TRABAJADORES TEMPORALES <input type="text"/>			
SI ES EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO			
APORTES LABORALES \$ <input type="text"/> %		APORTES ACTIVOS \$ <input type="text"/> %	
APORTES LABORALES ADICIONALES \$ <input type="text"/> %		APORTES EN DINERO \$ <input type="text"/> %	
TOTAL APORTES \$ <input type="text"/> %			
SOLO PARA PERSONAS JURÍDICAS - COMPOSICIÓN DEL CAPITAL			
FECHA DE CONSTITUCIÓN <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>		HASTA <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	
CAPITAL SOCIAL <input type="text"/>		1. NACIONAL <input type="checkbox"/> 1.1. PÚBLICO <input type="checkbox"/> 1.2. PRIVADO <input type="checkbox"/>	
CAPITAL SOCIAL <input type="text"/>		2. EXTRANJERO <input type="checkbox"/> 2.1. PÚBLICO <input type="checkbox"/> 2.2. PRIVADO <input type="checkbox"/>	
ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA			
ACTIVA <input type="checkbox"/> EN LIQUIDACIÓN <input type="checkbox"/>		ETAPA PROFERETARIA <input type="checkbox"/> ACUERDOS DE REESTRUCTURACIÓN <input type="checkbox"/>	
EN CONCORDATO <input type="checkbox"/> OTRO <input type="checkbox"/>		INTERVENIDA <input type="checkbox"/> CUAL? <input type="text"/>	
La empresa es creada por jóvenes menores de 28 años tecnólogos, técnicos o profesionales: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			
Si la respuesta anterior es afirmativa, indique el porcentaje (%) de su participación en el capital social de la empresa: % <input type="text"/>			

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009




FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES

HOJA 2 DE 2

* Diligencia a máquina o letra impresa los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras.
 * En los términos del artículo 30 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada.
 * En los términos del artículo 30 del Código de Comercio podrá solicitar información adicional.
 * Autorizo al uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos.

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	TIPO DE ORGANIZACIÓN	MATRÍCULA/INSCRIPCIÓN N°					
8	SOCIEDAD COLECTIVA <input type="checkbox"/> 01 SOCIEDAD ANÓNIMA <input type="checkbox"/> 05 EMPRESA UNIPERSONAL <input type="checkbox"/> 09 ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA SOLIDARIA ESPECÍFICAS <input type="checkbox"/> 12 ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO <input type="checkbox"/> 13 ccaaf: _____	SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE <input type="checkbox"/> 02 SOCIEDAD DE ECONOMÍA MIXTA <input type="checkbox"/> 06 SOCIEDAD DE HECHO <input type="checkbox"/> 10 COOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.1 EMPRESA DE SERVICIOS EN FORMA DE AERON. PÚBLICA COOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.4 ASOCIACIÓN MUTUAL <input type="checkbox"/> 12.7 FEDERACIÓN Y CONFEDERACIÓN <input type="checkbox"/> 12.10 SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA <input type="checkbox"/> 14	SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES <input type="checkbox"/> 03 SOCIEDAD DE ECONOMÍA MIXTA <input type="checkbox"/> 07 PERSONA NATURAL <input type="checkbox"/> 11 EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO <input type="checkbox"/> 12.2 FONDO DE EMPLEADOS <input type="checkbox"/> 12.5 EMPRESA SOLIDARIA DE SALUD <input type="checkbox"/> 12.8 VEREDURA CIUDADANA <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/> 99				
	MATRÍCULA/INSCRIPCIÓN N°						
	SOCIEDAD LIMITADA <input type="checkbox"/> 04 EMPRESA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL ESTADO <input type="checkbox"/> 08 INSTITUCIONES AUXILIARES DE ECONOMÍA SOLIDARIA <input type="checkbox"/> 12.3 COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO <input type="checkbox"/> 12.6 EMPRESA COMUNITARIA <input type="checkbox"/> 12.9 ENTIDADES EXTRANJERAS DE DERECHO PRIVADO SIN ÁNIMO DE LUCRO <input type="checkbox"/> SOCIAL? _____						
	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA, DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN						
	9 1. AGROPECUARIOS _____ 2. MINEROS _____ 3. MANUFACTUREROS _____ 4. SERVICIOS PÚBLICOS _____ 5. CONSTRUCCIÓN Y OBRAS CIVILES _____ 6. COMERCIALES _____ 7. RESTAURANTES Y HOTELES _____ 8. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO _____ 9. COMUNICACIONES _____ 10. FINANCIEROS, SEGUROS E INMOBILIARIOS _____ 11. SERVICIOS COMUNALES Y PERSONALES _____						
	ENTIDADES DE CRÉDITO CON LAS CUALES HA CELEBRADO OPERACIONES DE CRÉDITO						
	10 NOMBRE DE LA ENTIDAD _____ OFICINA _____ NOMBRE DE LA ENTIDAD _____ OFICINA _____ REFERENCIAS DE DOS COMERCIANTES INSCRITOS NOMBRE _____ DIRECCIÓN _____ TELÉFONO _____ NOMBRE _____ DIRECCIÓN _____ TELÉFONO _____						
	DETALLE DE LOS BIENES RAICES QUE POSEA (En cumplimiento del artículo 32 del Código de Comercio)						
	11 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> Matrícula Inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____ </td> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> Matrícula Inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____ </td> </tr> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> Matrícula Inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____ </td> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> Matrícula Inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____ </td> </tr> </table> <p style="text-align: center; font-size: small;">NOTA: SI EL ESPACIO NO ES SUFICIENTE ADJUNTE LA INFORMACIÓN DE LOS OTROS BIENES EN HOJAS ANEXAS A ESTE FORMULARIO</p>			Matrícula Inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____	Matrícula Inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____	Matrícula Inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____	Matrícula Inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____
	Matrícula Inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____	Matrícula Inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____					
	Matrícula Inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____	Matrícula Inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____					
	SOLO PARA ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO						
12 Nombre de la Entidad que ejerce inspección, vigilancia y control: _____							
Suscrito declara bajo la gravedad del juramento que la información reportada en este formulario es confiable, veraz, completa y exacta. Nombre del Matriculado, Representante Legal de la Persona Jurídica o Inscrito: _____ Documento de Identificación No. _____ CC <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> FIRMA _____ <small>Cualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley (Artículo 36 del Código de Comercio y normas concordantes y complementarias)</small>		PARA USO EXCLUSIVO DE LA CÁMARA DE COMERCIO					

25 Tomado de <http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Matricula-Mercantil/Registro-Unico-Empresarial-y-Social-RUES>

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Anexo3



VERSIÓN: 1	CÓDIGO: REG-IA-F-096	FECHA: 14/10/2014
---------------	-------------------------	----------------------

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LIBROS ELECTRÓNICOS

Bogotá D.C.,

Señores
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ
Dirección Registro Mercantil y ESAL
Ciudad

Atentamente se solicita el registro de los libros electrónicos que más adelante se escriben y que pertenecen a la persona jurídica denominada:

Indico para el efecto el número de matrícula mercantil / inscripción: _____

Se deja constancia que a partir de la fecha, la citada persona jurídica llevará sus libros de comercio de forma electrónica.

Identificación del libro

Nombre del libro	Fecha inicio conformación	Fecha final conformación	Código libro	Uso al que se destina

Campo exclusivo CCB


Vigencia del libro hasta*: _____

*Aplica para el libro de registro de socios o registro de accionistas.

Firma Representante Legal

Nombre

Tipo y número de identificación

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


Anexo4

MODELO DE ESTATUTOS

Advertencia: El siguiente modelo de estatutos, elaborado por Francisco Reyes Villamizar, se suministra a título de ejemplo, con finalidad estrictamente didáctica. La utilización de este modelo requiere: (i) La verificación de no haberse presentado cambios legislativos o jurisprudenciales que puedan implicar una modificación en la estructura de la SAS y (ii) Que el usuario, luego de analizar detenidamente las características del emprendimiento que los accionistas se propongan acometer, redacte las cláusulas concernientes que mejor se adecuen al negocio. Cualquier sociedad por acciones simplificada puede constituirse con la presencia de un solo individuo (persona natural o jurídica), quien podrá, con posterioridad al acto de constitución, proceder a la transferencia de acciones a otros accionistas. Así mismo, podrá emitir acciones con posterioridad al acto constitutivo para permitir el ingreso de nuevas personas.

Acme sas Acto constitutivo

(_____), de nacionalidad (_____), identificado con (_____), domiciliado en la ciudad de (_____), declara -previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos-, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada (INCLUIR NOMBRE), para realizar cualquier actividad civil o comercial lícita, por término indefinido de duración, con un capital suscrito de (\$_____), dividido en (_____) acciones ordinarias de valor nominal de (\$_____) cada una, que han sido liberadas en su (*totalidad o en el porcentaje correspondiente*), previa entrega del monto correspondiente a la suscripción al representante legal designado y que cuenta con un único órgano de administración y

	GUÍA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

representación, que será el representante legal designado mediante este documento.

Una vez formulada la declaración que antecede, el suscrito ha establecido, así mismo, los estatutos de la sociedad por acciones simplificada que por el presente acto se crea.

Estatutos

Capítulo I

Disposiciones generales


Artículo 1º. Forma.- La compañía que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará (INCLUIR NOMBRE) SAS, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “sociedad por acciones simplificada” o de las iniciales “SAS”.

Artículo 2º. Objeto social.- La sociedad tendrá como objeto principal (*DESCRIBIR ACTIVIDAD PRINCIPAL*). Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Artículo 3º. Domicilio.- El domicilio principal de la sociedad será la ciudad de

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

(_____) Bogotá D.C. y su dirección para notificaciones judiciales será la (_____). La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la asamblea general de accionistas.

Artículo 4º. Término de duración.- El término de duración será indefinido.

Capítulo II

Reglas sobre capital y acciones


Artículo 5º. Capital Autorizado.- El capital autorizado de la sociedad es de (INCLUIR VALOR), dividido en cien acciones de valor nominal de (INCLUIR VALOR) cada una.

Artículo 6º. Capital Suscrito.- El capital suscrito inicial de la sociedad es de (INCLUIR VALOR), dividido en (INCLUIR NÚMERO) acciones ordinarias de valor nominal de (INCLUIR VALOR) cada una.

Artículo 7º. Capital Pagado.- El capital pagado de la sociedad es de (INCLUIR VALOR), dividido en (INCLUIR NÚMERO) acciones ordinarias de valor nominal de (INCLUIR VALOR) cada una.

Parágrafo. Forma y Términos en que se pagará el capital.- El monto de capital suscrito se pagará, en dinero efectivo, dentro de los 24 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento.

Artículo 8º. Derechos que confieren las acciones.- En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias. A cada acción le corresponde un voto en las decisiones de la asamblea general de accionistas.

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiriere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.


La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

Artículo 9º. Naturaleza de las acciones.- Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley. Mientras que subsista el derecho de preferencia y las demás restricciones para su enajenación, las acciones no podrán negociarse sino con arreglo a lo previsto sobre el particular en los presentes estatutos.

Artículo 10º. Aumento del capital suscrito.- El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean reglamento.

Artículo 11º. Derecho de preferencia.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

Parágrafo Primero.- El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

Parágrafo Segundo.- No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

Artículo 12º. Clases y Series de Acciones.- Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por la asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en el que se establezcan los derechos que confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

Parágrafo.- Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

Artículo 13º. Voto múltiple.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre *quórum* y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Artículo 14º. Acciones de pago.- En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.


Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

Artículo 15º. Transferencia de acciones a una fiducia mercantil.- Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

Artículo 16º. Restricciones a la negociación de acciones.- Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

Artículo 17º. Cambio de control.- Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Capítulo III Órganos sociales

Artículo 18º. Órganos de la sociedad.- La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado asamblea general de accionistas y un representante legal. La revisoría fiscal solo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes.


Artículo 19º. Sociedad devenida unipersonal.- La sociedad podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se le confieren a los diversos órganos sociales, incluidas las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único, deberán constar en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

Artículo 20º. Asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas la integran el o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayorías y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año, dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, el 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocará a la reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

La asamblea general de accionistas tendrá, además de las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente.

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

La asamblea será presidida por el representante legal y en caso de ausencia de éste, por la persona designada por el o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones de la asamblea, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el representante legal o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.


Los accionistas deliberarán con arreglo al orden del día previsto en la convocatoria. Con todo, los accionistas podrán proponer modificaciones a las resoluciones sometidas a su aprobación y, en cualquier momento, proponer la revocatoria del representante legal.

Artículo 21º. Convocatoria a la asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a cualquier reunión por ella misma o por el representante legal de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles.

En la primera convocatoria podrá incluirse igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria, en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum.

Uno o varios accionistas que representen por lo menos el 20% de las acciones suscritas podrán solicitarle al representante legal que convoque a una reunión de la asamblea general de accionistas, cuando lo estimen conveniente.

Artículo 22º. Renuncia a la convocatoria.- Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes, durante o después de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección por medio del mismo procedimiento indicado.

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes que la reunión se lleve a cabo.


Artículo 23º. Derecho de inspección.- El derecho de inspección podrá ser ejercido por los accionistas durante todo el año. En particular, los accionistas tendrán acceso a la totalidad de la información de naturaleza financiera, contable, legal y comercial relacionada con el funcionamiento de la sociedad, así como a las cifras correspondientes a la remuneración de los administradores sociales. En desarrollo de esta prerrogativa, los accionistas podrán solicitar toda la información que consideren relevante para pronunciarse, con conocimiento de causa, acerca de las determinaciones sometidas a consideración del máximo órgano social, así como para el adecuado ejercicio de los derechos inherentes a las acciones de que son titulares.

Los administradores deberán suministrarles a los accionistas, en forma inmediata, la totalidad de la información solicitada para el ejercicio de su derecho de inspección.

La asamblea podrá reglamentar los términos, condiciones y horarios en que dicho derecho podrá ser ejercido.

Artículo 24º. Reuniones no presenciales.- Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito, en los términos previstos en la ley. En ningún caso se requerirá de delegado de la Superintendencia de Sociedades para este efecto.

Artículo 25º. Régimen de quórum y mayorías decisorias: La asamblea deliberará con un número singular o plural de accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones suscritas con derecho a voto. Las decisiones se adoptarán con los votos favorables de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones con derecho a voto presentes en la

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

respectiva reunión.


Cualquier reforma de los estatutos sociales requerirá el voto favorable del 100% de las acciones suscritas, incluidas las siguientes modificaciones estatutarias:

- i. La modificación de lo previsto en el artículo 16 de los estatutos sociales, respecto de las restricciones en la enajenación de acciones.
- ii. La realización de procesos de transformación, fusión o escisión.
- iii. La inserción en los estatutos sociales de causales de exclusión de los accionistas o la modificación de lo previsto en ellos sobre el particular;
- iv. La modificación de la cláusula compromisoria;
- v. La inclusión o exclusión de la posibilidad de emitir acciones con voto múltiple; y
- vi. La inclusión o exclusión de nuevas restricciones a la negociación de acciones.

Parágrafo.- Así mismo, requerirá determinación unánime del 100% de las acciones suscritas, la determinación relativa a la cesión global de activos en los términos del artículo 32 de la Ley 1258 de 2008

Artículo 26º. Fraccionamiento del voto: Cuando se trate de la elección de comités u otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto. En caso de crearse junta directiva, la totalidad de sus miembros serán designados por mayoría simple de los votos emitidos en la correspondiente elección. Para el efecto, quienes tengan intención de postularse confeccionarán planchas completas que contengan el número total de miembros de la junta directiva. Aquella plancha que obtenga el mayor número de votos será elegida en su totalidad.

Artículo 27º. Actas.- Las decisiones de la asamblea general de accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En caso de delegarse la aprobación de las actas en una comisión, los

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.


Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas actas, autorizada por el secretario o por algún representante de la sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

Artículo 28º. Representación Legal.- La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien no tendrá suplentes, designado para un término de un año por la asamblea general de accionistas.

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

En aquellos casos en que el representante legal sea una persona jurídica, las funciones quedarán a cargo del representante legal de ésta.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad, deberá ser aprobada por la asamblea general de accionistas.

Artículo 29º. Facultades del representante legal.- La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.


El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. En las relaciones frente a terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por sí o por interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica préstamos por parte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier otro tipo de garantía de sus obligaciones personales.

Capítulo IV

Disposiciones Varias

Artículo 30º. Enajenación global de activos.- Se entenderá que existe enajenación global de activos cuando la sociedad se proponga enajenar activos y pasivos que representen el cincuenta por ciento o más del patrimonio líquido de la compañía en

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

la fecha de enajenación. La enajenación global requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. Esta operación dará lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en caso de desmejora patrimonial.


Artículo 31º. Ejercicio social.- Cada ejercicio social tiene una duración de un año, que comienza el 1º de enero y termina el 31 de diciembre. En todo caso, el primer ejercicio social se contará a partir de la fecha en la cual se produzca el registro mercantil de la escritura de constitución de la sociedad.

Artículo 32º. Cuentas anuales.- Luego del corte de cuentas del fin de año calendario, el representante legal de la sociedad someterá a consideración de la asamblea general de accionistas los estados financieros de fin de ejercicio, debidamente dictaminados por un contador independiente, en los términos del artículo 28 de la Ley 1258 de 2008. En caso de proveerse el cargo de revisor fiscal, el dictamen será realizado por quien ocupe el cargo.

Artículo 33º. Reserva Legal.- la sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, formado con el diez por ciento de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Cuando esta reserva llegue al cincuenta por ciento mencionado, la sociedad no tendrá obligación de continuar llevando a esta cuenta el diez por ciento de las utilidades líquidas. Pero si disminuyere, volverá a apropiarse el mismo diez por ciento de tales utilidades, hasta cuando la reserva llegue nuevamente al límite fijado.

Artículo 34º. Utilidades.- Las utilidades se repartirán con base en los estados financieros de fin de ejercicio, previa determinación adoptada por la asamblea general de accionistas. Las utilidades se repartirán en proporción al número de acciones suscritas de que cada uno de los accionistas sea titular.

Artículo 35º. Resolución de conflictos.- Todos los conflictos que surjan entre los

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

accionistas por razón del contrato social, salvo las excepciones legales, serán dirimidos por la Superintendencia de Sociedades, con excepción de las acciones de impugnación de decisiones de la asamblea general de accionistas, cuya resolución será sometida a arbitraje, en los términos previstos en la Cláusula 35 de estos estatutos.

Artículo 36º. Cláusula Compromisoria.- La impugnación de las determinaciones adoptadas por la asamblea general de accionistas deberá adelantarse ante un Tribunal de Arbitramento conformado por un árbitro, el cual será designado por acuerdo de las partes, o en su defecto, por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de (). El árbitro designado será abogado inscrito, fallará en derecho y se sujetará a las tarifas previstas por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de (). El Tribunal de Arbitramento tendrá como sede el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de (), se regirá por las leyes colombianas y de acuerdo con el reglamento del aludido Centro de Conciliación y Arbitraje.


Artículo 37º. Ley aplicable.- La interpretación y aplicación de estos estatutos está sujeta a las disposiciones contenidas en la Ley 1258 de 2008 y a las demás normas que resulten aplicables.

Capítulo IV

Disolución y Liquidación

Artículo 38º. Disolución.- La sociedad se disolverá:

- 1º Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración;
- 2º Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social;
- 3º Por la iniciación del trámite de liquidación judicial;
- 4º Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

5° Por orden de autoridad competente, y

6° Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

Parágrafo primero.- En el caso previsto en el ordinal primero anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado concerniente o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.


Artículo 39°. Enervamiento de las causales de disolución.- Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 6° del artículo anterior.

Artículo 40°. Liquidación.- La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

Durante el período de liquidación, los accionistas serán convocados a la asamblea general de accionistas en los términos y condiciones previstos en los estatutos y en la ley. Los accionistas tomarán todas las decisiones que le corresponden a la asamblea general de accionistas, en las condiciones de quórum y mayorías decisorias vigentes antes de producirse la disolución.

Determinaciones relativas a la constitución de la sociedad

1. **Representación legal.-** Los accionistas constituyentes de la sociedad han

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


designado en este acto constitutivo, a (INCLUIR NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL), identificado con el documento de identidad No. (_____), como representante legal de (INSERTAR NOMBRE) SAS, por el término de 1 año.


(INCLUIR NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL) participa en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de (INSERTAR NOMBRE) SAS.

2. **Actos realizados por cuenta de la sociedad en formación.-** A partir de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, Acme SAS asume la totalidad de los derechos y obligaciones derivados de los siguientes actos y negocios jurídicos, realizados por cuenta de la sociedad durante su proceso de formación



(INCLUIR LISTA DE ACTOS Y CONTRATOS RELEVANTES)

3. **Personificación jurídica de la sociedad.-** Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, Acme SAS formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2º de la Ley 1258 de 2008. (Actualicese.com, 2015)


	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)	Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009

Anexo5

		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal		001	
Espacio reservado para la DIAN		4. Número de formulario		2. Concepto <input type="checkbox"/>	
5. Número de Identificación Tributaria (NIT):		6. DV:	12. Administración:	14. Buzón electrónico:	
IDENTIFICACION					
24. Tipo de contribuyente:	25. Tipo de documento:	26. Número de identificación:	27. Fecha expedición:		
Lugar de expedición: 28. País:		29. Departamento:	30. Ciudad/Municipio:		
31. Primer apellido:	32. Segundo apellido:	33. Primer nombre:	34. Otros nombres:		
35. Razón social:					
36. Nombre comercial:			37. Sigla:		
UBICACION					
38. País:		39. Departamento:		40. Ciudad/Municipio:	
41. Dirección:					
42. Correo electrónico:		43. Apartado aéreo:	44. Teléfono 1:	45. Teléfono 2:	
CLASIFICACION					
Actividad económica Actividad principal Actividades secundaria Otras actividades				Ocupación	52. Número establecimiento:
46. Código:	47. Fecha inicio actividad:	48. Código:	49. Fecha inicio actividad:	50. Código: 1 2	51. Código:
Responsabilidades					
53. Código: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18					
Usuarios aduaneros 54. Código: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10			Exportadores 55. Forma: 56. Tipo: Servicio: 1 2 3 57. Modo: 58. CPC:		
Para uso exclusivo de la DIAN					
59. Anexos: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		80. No. de Folios:		81. Fecha:	
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponden exactamente a la realidad; por lo anterior, cualquier falsedad en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 15 Decreto 2786 del 31 de Agosto de 2004. Firma del solicitante:			Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma del funcionario autorizado: 984. Nombre: _____ 985. Cargo: _____		

27 Tomado de <http://es.slideshare.net/jorgearangoteran/formulario-rut-14977268>

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Anexo6

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SISTEMA GENERAL DE SEGURIDAD SOCIAL EN SALUD
 FORMULARIO ÚNICO DE AFILIACIÓN Y NOVEDADES A LA EPS
 RÉGIMEN CONTRIBUTIVO
(Lea las instrucciones que se encuentran al respaldo antes de diligenciar este formato)
 Distribución gratuita. Prohibida su venta



I. Tipo de Trámite											
A. Afiliación <input type="checkbox"/>			1. Clase de afiliación			2. Tipo de cotizante			B. Novedad <input type="checkbox"/>		Código de novedad
Nuevo <input type="checkbox"/>			Reingreso <input type="checkbox"/>			Reintegro <input type="checkbox"/>			Traslado <input type="checkbox"/>		
II. Datos cotizante											
3. Apellidos y nombre completos											
Apellido 1			Apellido 2			Nombre 1			Nombre 2		
4. TD	5. No. de identificación		6. Fecha de nacimiento			7. Género	8. Estado civil	9. Tipo de discapacidad	10. Nombre IPS		11. Código IPS
12. Nivel educativo		13. Etnia	14. Grupo poblacional		15. Cód. ocupación		16. Cargo		17. Dirección de residencia (según factura de servicios públicos)		
18. Barrio		19. Zona		20. Localidad/comuna		21. Ciudad/Municipio		22. Departamento		23. Celular	
24. Teléfono		25. Correo electrónico				26. EPS anterior (sólo si es traslado)		27. Código EPS anterior		28. Mes de aporte	
29. AFP		30. ARL		31. Salario mensual o Ingreso				32. Cotización			

Importante: si usted es trabajador independiente, tenga en cuenta que en el momento que decida no continuar con los servicios de salud debe reportar la novedad de retiro en la última planilla de pago, el no hacerlo le genera mora de cotizaciones.

III. Información de beneficiarios														
Beneficiario	33. TD	34. No. de identificación	35. Apellidos y nombres completos				37. Fecha de nacimiento			38. EPS anterior	39. Cód EPS anterior	C. Cód novedad beneficiario		
			Apellido 1	Apellido 2	Nombre 1	Nombre 2	Año	Mes	Día					
B1														
B2														
B3														
B4														
Beneficiario	40. Parametro	41. Ocupación	42. Etnia	43. Grupo poblacional	44. Nivel educativo	45. Tipo de discapacidad	46. Dirección de residencia	47. Barrio	48. Zona	49. Localidad/Comuna	50. Teléfono	51. Ciudad	52. Departamento	53. Nombre IPS


IV. Información para beneficiarios UPC adicional														
Beneficiario	54. UPC adicional				Beneficiario	54. UPC adicional				Beneficiario	54. UPC adicional			
	B1	B2	Fecha de inicio UPC			Valor mensual de la UPC		B3	B4		Fecha de inicio UPC		Valor mensual de la UPC	
B3	B4	A A A A M M D D				B3	B4	A A A A M M D D						

V. Información del empleador y/o entidad pensionadora												
55. TD		56. No. de identificación			57. DV		58. Nombre o razón social				59. Dependencia	
60. Centro de costos				61. Dirección (entrega de correspondencia a talento humano)				62. Barrio				
63. Ciudad		64. Teléfono		65. Correo electrónico empresa				66. Fecha ingreso a la empresa				
										A A A A M M D D		

VIII. Indicaciones (Antes de firmar lea con atención y marque en el cuadro S (sí) o N (no), estos campos son de diligenciamiento obligatorio)											
S/N - Declaro que he sido informado (a) clara y concisamente a través de los medios informativos de esta EPS en todos los aspectos referentes al diligenciamiento de este formato, proceso de adición de beneficiarios y tarifas de UPC.				S/N - ¿Leí el contenido de la carta de derechos y deberes del afiliado y del paciente?				S/N - ¿Leí el contenido de la Carta de Desempeño de la EPS?			
S/N - Declaro que la EPS me entregó la Carta de Derechos del Afiliado y el Paciente y me informó que cualquier actualización la puedo consultar en la página web de la EPS o en la central telefónica.				S/N - ¿Si tuvo alguna duda sobre el contenido de la información fue asesorado adecuadamente por la EPS?				S/N - Declaro que en caso que se incumplan los pagos de UPC adicional, esta EPS podrá declarar inasubistentes los plazos y cuotas que constituyen la mora y así mismo exigir el pago inmediato judicial o extrajudicialmente.			
S/N - ¿Previo al diligenciamiento del formulario de afiliación, la EPS le hizo entrega de la Carta de Derechos y Deberes del Afiliado y del Paciente?				S/N - ¿Autorizo a esta EPS el envío de información por correo electrónico y al celular por mensaje de texto.							
S/N - ¿Previo al diligenciamiento del formulario de afiliación, la EPS le hizo entrega de la Carta de Desempeño donde se presenta de manera clara su puesto en el ranking?											
<small> Fue informado de las causas de suspensión o desafiliación por equitativa información según el artículo 10 del Decreto 2400 de 2000, Art 2º y/o mora en los aportes (Decreto 1700 de 2000). Decreto 1462 de 1994, Art. 14, numeral 1.4. "Las personas con menor cotización de trabajo o cotización cero al momento de ser contratadas por un empleador que no es afiliado a la EPS, se afiliarán automáticamente a la EPS que el empleador tiene afiliada en el momento de ser contratadas, en el momento de ser contratadas por un empleador que no es afiliado a la EPS, se afiliarán automáticamente a la EPS que el empleador tiene afiliada en el momento de ser contratadas." En consecuencia, cuando el empleador no afilia la EPS al momento de ser contratada, el empleador firmará en el campo correspondiente suscritos a este decreto. </small>											
68. Firma del cotizante y documento de identidad			69. Firma Autorizado por el empleador			70. Firma y sello del empleador			71. Espacio para sello de radicado Uso exclusivo de la EPS		

Todo niño que nazca quedará automáticamente como beneficiario de la Entidad Promotora de Salud a la cual esté afiliada su madre de acuerdo a lo establecido en la Circular 000024 de mayo 29 de 2012.

Original:EPS Copia 1: empleador - entidad pensionadora Copia 2 y carta de desempeño: afiliado
"RECUERDE DILIGENCIAR EL ESTADO DE SALUD AL RESPALDO DE ESTA PÁGINA"

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009



Declaración del Actual Estado de Salud POS

Señor(a) afiliado(a), este cuestionario nos permitirá conocer su estado de salud y el de su grupo familiar. El objetivo es poder brindarle un servicio oportuno y vincularlo a los programas de salud preventiva que ofrece la EPS. Agradecemos su sinceridad al responder todas las preguntas. La EPS garantiza absoluta confidencialidad sobre la información que suministre en esta declaratoria.

Diligencie la información en el mismo orden registrado en el formulario de afiliación. TD: tipo de identificación, registre según tabla del numeral 4 contenido en las instrucciones de diligenciamiento de este formulario.

Tipo de afiliado	TD	Número de documento	Apellido 1	Apellido 2	Nombre 1	Nombre 2
Cotizante						
B1		Cónyuge y/o compañero(a)				
B2						
B3						
B4						

Rellene el cuadro totalmente cuando la respuesta sea afirmativa.

Deje el cuadro en blanco cuando la respuesta sea negativa.

Questionario	Cot.	B1	B2	B3	B4
Variables de exposición					
1. ¿Realiza alguna actividad física o deporte semanalmente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ¿Presenta sobrepeso u obesidad?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ¿Ha perdido más de 10 kilos de peso en los últimos seis (6) meses?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ¿Actualmente fuma?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ¿Consume bebidas alcohólicas más de una vez en el mes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ¿Ha presentado tos por más de 15 días en los últimos tres (3) meses?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ¿Usa algún método de planificación familiar? (solo para mayores de 12 años)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. ¿Presenta alguna limitación o discapacidad física o mental?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. ¿Ha tenido alguna enfermedad relacionada con su trabajo u ocupación?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sufre o sufrió alguna de las siguientes enfermedades o problemas de salud					
10. ¿Tuberculosis?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. ¿Presión o tensión alta (hipertensión arterial)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. ¿Azúcar en la sangre o diabetes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. ¿Artrosis, dolor frecuente en rodillas, caderas o limitación para caminar?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. ¿Enfermedades respiratorias como: asma, bronquitis, efisema o enfermedad pulmonar obstructiva crónica, que requieran o hayan requerido oxígeno o tratamiento con inhaladores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. ¿Alergias o infecciones respiratorias que hayan terminado en hospitalización en los últimos 12 meses?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. ¿Problemas mentales o psiquiátricos que requieran o hayan requerido tratamiento?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sufre o ha tenido alguna de las siguientes enfermedades por las cuales haya requerido tratamiento médico o cirugía					
17. ¿Infarto de corazón, angina cardiaca o pre infarto?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. ¿Derrames cerebrales o trombosis (accidentes cerebro vascular)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. ¿Insuficiencia o falla renal, que requiera o haya requerido diálisis?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. ¿Epilepsia, convulsiones?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. ¿Enfermedades y/o cirugía vasculares o del corazón como arritmias, problemas de válvulas cardiacas (soplos), falla o insuficiencia cardiaca, aneurismas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. ¿Lupus, artritis reumatoide, esclerosis u otras enfermedades autoinmunes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. ¿Sangrados, hemofilia o anemia frecuente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. ¿Malformaciones congénitas del corazón, cerebro, columna, médula espinal, riñon?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. ¿Cáncer de cualquier órgano, tumores, cáncer en la sangre (leucemia, linfoma o mieloma)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ha requerido o sabe si necesita alguno de los siguientes tratamientos					
27. ¿Reemplazo articular o prótesis de la cadera, rodilla u hombro?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. ¿Marpasos, prótesis valvulares o del corazón?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. ¿Quimioterapia, radioterapia o cirugía para el cáncer?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. ¿Ha recibido o sabe que requiere trasplante algún órgano?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preguntas solo para mujeres mayores de 12 años					
31. ¿Está embarazada o cree estarlo en este momento?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32. ¿Se ha practicado la citología dentro de los dos (2) últimos años?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33. ¿Algún familiar cercano como: madre, hermanas, abuelas o tías, ha sufrido o ha muerto por cáncer de mama o seno?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bajo la gravedad de juramento declaro que la información suministrada y consignada en este formato corresponde rigurosamente a la verdad y no hay omisión de la misma. Autorizo a la EPS para solicitar a cualquier médico, profesional de la salud, centro hospitalario y otros, las historias clínicas y demás información de mi estado de salud y el de mis beneficiarios. Firmo para constancia a los ____ días del mes de ____ de ____.


Si considera que debe ampliar alguna de las preguntas realizadas, escriba en observaciones.

Observaciones: Si No


Espacio para sello de radicado
Uso exclusivo de la EPS

Firma y cédula del cotizante



	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Anexo7




SOLICITUD DE VINCULACIÓN O TRASLADO A LOS FONDOS DE PENSIONES OBLIGATORIAS Y FONDO DE CESANTÍAS

Fecha de Suscripción (DDMMAAAA)		Ciudad	SECTOR PRIVADO <input type="checkbox"/>	SECTOR PÚBLICO <input type="checkbox"/>	No.
Pensiones Obligatorias Vinc. Inicial <input type="checkbox"/> Tr. Regimen <input type="checkbox"/> AFP. <input type="checkbox"/> AFP. Anterior <input type="checkbox"/> Cesantías Vinc. Inicial <input type="checkbox"/> Tratado AFP. <input type="checkbox"/> AFC. Ant. <input type="checkbox"/>					
DATOS DEL AFILIADO Número de Identificación y Tipo <input type="checkbox"/> CC <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> NI <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> PAS Primer Nombre Segundo Nombre Primer Apellido Segundo Apellido					
Fecha de Nacimiento (DDMMAAAA)	Lugar de Nacimiento	Ciudad	Departamento	Si es Extranjero escriba Nacionalidad	
Fecha de Expedición (DDMMAAAA)	Lugar de Expedición	Ciudad	Departamento	Sexo <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M	Declara Renta <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
Dirección Residencia		Ciudad	Departamento	Teléfono	E-mail
Dirección Laboral		Ciudad	Departamento	Teléfono	Celular
¿Usted maneja Recursos Públicos? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO		¿Es Usted reconocido políticamente? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO		¿Tiene Usted vínculo familiar con persona reconocida políticamente? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
¿Es Usted reconocido públicamente? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO		Tipo de Afiliado <input type="checkbox"/> Dependiente <input type="checkbox"/> Independiente <input type="checkbox"/> Voluntario <input type="checkbox"/> Cooperado <input type="checkbox"/> Independiente afiliado por agremiación o asociación			
Información Financiera					
Ingresos		Ocupación Cargo Actual		Fecha de Ingreso (DDMMAAAA)	
Otros Ingresos		Nombre o Razón Social del Empleador		Salario o Ingreso Mensual	
Egresos		Número de Documento y Tipo <input type="checkbox"/> CC <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> NI <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> PAS		Salario Integral <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
Activos		Dirección donde se genera Nómina de la Empresa		Ciudad	
Pasivos		Departamento			
Otros ¿Cuál?					
Datos adicionales para Afiliados					
Actividad Económica Código CIU					
Información de beneficiario					
Primer Apellido		Primer Nombre		Sexo <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M	Número de Documento y Tipo <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> CC <input type="checkbox"/> CE
Cód. Parentesco: 01 Cónyuge 02 Compañero(A) Permanente 03 Padres 04 Hijos 05 Hijos Inválidos 06 Hermanos Inválidos. Los beneficiarios anteriormente relacionados serán verificados de acuerdo con las normas legales vigentes					
Voluntad de Selección y Vinculación					
Independientes Constancia de Entrevista		Lugar: <input type="checkbox"/> Oficina <input type="checkbox"/> Casa		Contrato MIFT He leído y entendido el contrato MIFT y como señal de aceptación firmo la presente afiliación a Pensiones Obligatorias y/o Cesantías	
Fecha: _____ Hora: _____		Residencia _____ Lugar de Trabajo _____ Correo electrónico _____			
Declaro bajo juramento que los antecedentes del afiliado incluidos en la presente solicitud son los que corresponden a la información que me ha sido suministrada.		Pensiones Obligatorias: Juro que la selección del Régimen de Ahorro Individual con Solidaridad y de Colfondos S.A. como administradora, la he efectuado en forma libre, informada, espontánea y sin presiones. Manifiesto que los datos aquí reportados son verdaderos por lo que autorizo la verificación de la información suministrada. Certifico que he sido visitado por un representante de Colfondos S.A. y he recibido una adecuada capacitación e información respecto del sistema general de pensiones, los servicios y productos ofrecidos, la naturaleza de los mercados en los que actúa Colfondos S.A., beneficios y riesgos según mi edad y perfil de riesgo, sobre el esquema de Multifondos, los derechos y obligaciones que me asisten como afiliado, así como los diferentes mecanismos para la protección de mis derechos. En consecuencia entiendo y acepto los efectos legales y potenciales que se deriven de mi decisión. Así mismo declaro conocer y aceptar el reglamento de los Fondos de Pensiones Obligatorias <input type="checkbox"/>		Cesantías: Comunico que he elegido a Colfondos S.A. como la sociedad que administrará mis cesantías, motivo por el cual solicito que el depósito de las mismas se realice en la administradora seleccionada. Certifico que he sido visitado por un representante de Colfondos S.A. y he recibido una adecuada capacitación e información respecto de los servicios y productos ofrecidos, en especial sobre el esquema de portafolios, los derechos y obligaciones que me asisten como afiliado, así como los diferentes mecanismos para la protección de mis derechos. En consecuencia entiendo y acepto los efectos legales y potenciales que se deriven de mi decisión. Así mismo declaro conocer y aceptar el reglamento del Fondo de Cesantías. <input type="checkbox"/>	
Declaro no haber querido recibir la capacitación e información antes enunciada. <input type="checkbox"/>		Declaro no haber querido recibir la capacitación e información antes enunciada. <input type="checkbox"/>		Firma: _____ Documento de identidad Firma: _____ Documento de identidad Índice Derecho	
Para uso Exclusivo de Colfondos S.A. Pensiones y Cesantías					
Nombre del Aesor		Identificación	No. Carpeta	Código Consulta	Fecha

COLF-POCE-001

Colfondos S.A. Pensiones y Cesantías • Sociedad administradora de fondos de pensiones y de cesantía

29 Tomado de <https://www.colfondos.com.co/>

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Anexo8

SISTEMA GENERAL DE RIESGOS LABORALES
 Novedades - Ingreso y retiro de trabajadores
 SEGUROS DE RIESGOS LABORALES SURAMERICANA S.A



DATOS GLOBALES DEL EMPLEADOR

1 CIUDAD	2 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DEL EMPLEADOR	3 DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN NIT CC Nro.	4 TELÉFONO	5 FAX	6 HOJA N° DE
----------	---------------------------------------	--	------------	-------	--------------

DATOS DE TRABAJADORES

7 DOC. DE IDENTIDAD		1		3 NOVEDAD (I/R)	10 CARGO U OFICIO	11 CÓDIGO DE CENTRO DE TRABAJO	12 SALARIO BÁSICO DE INGRESO	13 FECHA NACIMIENTO (DD/MM/AAAA)	14 GÉNERO F: Femenina M: Masculina	15 E.P.S	16 AFP
TIPO	NÚMERO	1er. APELLIDO	2o. APELLIDO								
1											
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											

ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

TOTAL DE AFILIADOS (Todos los páginas)

NOMBRE, FIRMA Y SELLO DEL RESPONSABLE DE LA EMPRESA

DATOS DE RECEPCIÓN

18 FECHA	DD/MM/AAAA	17 HORA	HH/HH	19 PERSONA QUE RECIBE	FIRMA Y SELLO DE RECEPCIÓN
----------	------------	---------	-------	-----------------------	----------------------------

PARA ENVIAR ESTE FORMULARIO POR FAX, COMUNÍQUESE A LOS SIGUIENTES TELÉFONOS Y SIGA LAS INDICACIONES: DESDE MEDELLÍN AL 444 45 78 - BOGOTÁ 405 59 11 - CALI 621 99 11 - BARRANQUILLA 340 05 65 - MANIZALES 221 12 20 - PEREIRA 313 24 00 - BUCARAMANGA 457 17 64 - CARTAGENA 654 19 46 Y EN EL NIVEL NACIONAL GRATUITAMENTE AL 01 8000 51 14 14.

ESTE FORMULARIO SERÁ PROCESADO EN LOS SIGUIENTES 3 DÍAS HÁBILES A PARTIR DE LA FECHA DE RECEPCIÓN.

CONSERVE SU COMPROBANTE DE FAX CON RESPUESTA OK JUNTO CON LA NOVEDAD COMO SOPORTE.

F0006/09-0202/0

30 Tomado de <http://www.arlsura.com/formularios/>

Anexo9

Formato de Inscripción, Adición y Modificación del Trabajador y Grupo Familiar.

Marque con una X y verifique instrucciones de diligenciamiento y causales de no aceptación al reverso.

Servicios Subsidio
 1. Inscripción del trabajador y familia 4. Traslado Si No
 2. Adición de personas a cargo del trabajador ya inscrito 5. Reingreso Si No
 3. Modificación de información Indique última fecha de retiro: _____



1. Datos del trabajador

Tipo y número de identificación	C.C. T.I. C.E. P.A.	Sexo	M F	Estado civil	Casado(a) Soltero(a) Unión libre Separado(a) Viudo(a) Divorciado(a)	Uso exclusivo de Compensar	R N L O E S M S T S	Causal no aceptación
Primer apellido	Segundo apellido		Nombres		Fecha de nacimiento (AAAA/MM/DD)	Teléfono residencia		
Dirección residencia	Teléfono 2 o de oficina		Extensión		E-mail	Celular		
Ciudad	Fecha ingreso a la empresa (AAAA/MM/DD)	Horas labor mes	Cargo	Sueldo básico mensual				

En caso de cambio en el N° de identificación, escriba el anterior _____

2. Datos del empleador

Tipo de afiliación empresa:	Normal	Convenio	Facultativa	Ley primer empleo	Mypime	Otro ¿Cuál?	Nombre o razón social	Teléfono
NIL C.C. ó C.E.							Dependencia	Centro de costo
Empresa con que trabaja simultáneamente							Sueldo básico mensual	

3. Datos del cónyuge o compañero(a) permanente


Tipo y número de identificación	C.C. T.I. C.E. P.A.	Primer apellido	Segundo apellido		Nombres	Fecha de nacimiento (AAAA/MM/DD)	Empresa donde trabaja o actividad económica	Caja de Compensación a la cual está afiliado(a)	Sueldo básico mensual	Recibe subsidio	Si No
---------------------------------	---------------------------	-----------------	------------------	--	---------	----------------------------------	---	---	-----------------------	-----------------	---------

En caso de corrección de Cédula de Ciudadanía, ó cambio de Tarjeta de Identidad escriba el número anterior o errado _____

4. Datos de los beneficiarios (padres, hijos o hermanos)

4.1 Fecha de nacimiento (AAAA/MM/DD)	Tipo y número de identificación	C.C. T.I. C.E. P.A. NUJP	Primer apellido	Parentesco	Edad	Hijo Padre Hermano	Sexo	M F	Uso exclusivo de Compensar	R N L O E S M S T S	Causal no aceptación
4.2 Fecha de nacimiento (AAAA/MM/DD)	Tipo y número de identificación	C.C. T.I. C.E. P.A. NUJP	Primer apellido	Parentesco	Edad	Hijo Padre Hermano	Sexo	M F	Uso exclusivo de Compensar	R N L O E S M S T S	Causal no aceptación
4.3 Fecha de nacimiento (AAAA/MM/DD)	Tipo y número de identificación	C.C. T.I. C.E. P.A. NUJP	Primer apellido	Parentesco	Edad	Hijo Padre Hermano	Sexo	M F	Uso exclusivo de Compensar	R N L O E S M S T S	Causal no aceptación
4.4 Fecha de nacimiento (AAAA/MM/DD)	Tipo y número de identificación	C.C. T.I. C.E. P.A. NUJP	Primer apellido	Parentesco	Edad	Hijo Padre Hermano	Sexo	M F	Uso exclusivo de Compensar	R N L O E S M S T S	Causal no aceptación

En caso de ser padre pensionado, afiliado a otra Caja o estar laborando escriba la entidad pensionadora, nombre de la Caja o empresa donde labora.
 Autorizo a Compensar el envío de información a través de: Celular mensajes de texto Correo electrónico
Bajo la gravedad de juramento declaro que este informe ha sido examinado por mí y que todos los datos son exactos.

Firma del trabajador (a) C.C., T.I., P.A. ó C.E. N°	Firma y sello del empleador	Sello Digitación
Observaciones		 La información de este formato está sujeta a verificación


Para uso exclusivo de Compensar - Número de documentos aceptados							
Registro Civil	Cédulas Juramentadas	Certificado TR Conyuge	Certificado Efectividad	Fotografía Cédula	Fotografía Tarjeta Identidad	Seremias Separación	Certificado Discapacidad
Registro Defunción							

Original - Compensar Copia - Empleador

Caja de Compensación Fomento Compensar Compensadora APS-38-12001

VIGILADO

FOM-PS-005

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACION (SEMINARIO DE INVESTIGACION)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Recomendaciones para el diligenciamiento

- Se deberá escribir en cada campo una letra por casilla.
- Diligencie completamente el formato.
- Escriba correctamente la identificación del trabajador y el Nit de la empresa.
- Escriba el número de dependencia y el centro de costo cuando Compensar lo haya asignado a la empresa.
- Utilice números arábigos, no use números romanos.
- Utilice cuatro dígitos para el año y dos para mes y día.
- Escriba siempre el número de identificación de sus beneficiarios (cónyuge, hijo, padre, hermano).
- En caso de quedar documentos pendientes, debe diligenciarse nuevo formato.

Instructivo

1. Datos del trabajador

- Tipo y número de identificación:** Seleccione el tipo de identificación y registre el correspondiente número así:
C.C. Cédula de Ciudadanía C.E. Cédula de Extranjería
T.I. Tarjeta de Identidad P.A. Pasaporte
- Sexo:** Marque con una equis (X) M para masculino o F para femenino
- Estado Civil:** Marque con una equis (X) el estado civil actual
- Primer, segundo apellido, nombres:** Registre primer, segundo apellido y nombres de acuerdo con el campo indicado.
- Fecha de nacimiento:** Escriba el año (AAAA), mes (MM) y día (DD) de la fecha de nacimiento.
- Teléfono residencia:** Registre el número telefónico del domicilio actual.
- Dirección/residencia:** Registre la dirección actual.
- Teléfono 2 o de oficina:** Registre el número telefónico de la oficina actual y número de extensión.
- E-mail:** Registre correo electrónico.
- Celular:** Registre número celular.
- Ciudad:** Registre la ciudad de la dirección actual.
- Fecha de ingreso a la empresa:** Escriba el año (AAAA), mes (MM) y día (DD) de ingreso a la empresa.
- Horas laborales:** Registre el número de horas que trabaja en el mes.
- Cargo:** Registre el cargo que desempeña en la actualidad.
- Sueldo básico mensual:** Escriba el valor del sueldo básico mensual.

2. Datos del empleador

- Tipo de afiliación:** Registre el tipo de afiliación.
- Nombre oración social:** Registre el nombre o razón social de la empresa.
- Nit, C.C. o C.E.:** Escriba el número de identificación tributaria, número de cédula en caso que la empresa esté registrada como persona natural o cédula de extranjería.
- Dependencia:** Registre el número correspondiente cuando Compensar lo haya asignado a la empresa.
- Centro de costo:** Escriba el número de centro de costo al cual pertenece, de acuerdo con lo establecido por Compensar.
- Empresa con que trabaja simultáneamente:** Si tiene más de un empleo indique el nombre de la segunda empresa.
- Sueldo básico mensual:** Escriba el valor del sueldo básico del segundo empleo.

3. Datos del cónyuge o compañero(a) permanente

- Marque con una equis (X) Adición si va a incluir su cónyuge o compañero(a) permanente o Retiro si es el caso.**
 - Tipo y número de identificación:** Seleccione el tipo de identificación y registre el correspondiente número así:
C.C. Cédula de Ciudadanía C.E. Cédula de Extranjería
T.I. Tarjeta de Identidad P.A. Pasaporte
 - Primer, segundo apellido, nombres:** Registre primer, segundo apellido y nombres de acuerdo con el campo indicado.
 - Fecha de nacimiento:** Escriba el año (AAAA), mes (MM) y día (DD) de la fecha de nacimiento.
 - Empresa donde trabaja o actividad económica:** Escriba el nombre de la empresa donde labora el cónyuge.
 - Caja de Compensación a la cual está afiliado (a):** Registre el nombre de la Caja de Compensación a la cual está afiliado(a) actualmente.
 - Sueldo básico mensual:** Escriba sólo el valor del sueldo básico.
 - Recibe subsidio:** Indique si recibe subsidio familiar o no por parte de la Caja de Compensación a la cual está afiliado.
- #### 4. Datos de los beneficiarios (padres, hijos o hermanos)
- Este formato le permite inscribir hasta 4 beneficiarios. Si su grupo familiar es mayor, diligencie otro Formato de Inscripción, Adición y Modificación.
- Marque con una equis (X) Adición si va a incluir un beneficiario o retiro si es el caso.**
 - Fecha de nacimiento:** Escriba el año (AAAA), mes (MM) y día (DD) de la fecha de nacimiento de cada beneficiario.
 - Tipo y número de identificación:** Seleccione el tipo de identificación y registre el correspondiente número así:
C.C. Cédula de Ciudadanía C.E. Cédula de Extranjería
T.I. Tarjeta de Identidad P.A. Pasaporte NUP Número Único de Identificación Personal
 - Parentesco:** Marque con una equis (X) según el caso.
 - Edad:** Escriba la edad del beneficiario.
 - Sexo:** Marque con una equis (X) M para masculino o F para femenino.
 - Primer, segundo apellido, nombres:** Registre primer, segundo apellido y nombres de acuerdo con el campo indicado.
- Nota:** El trabajador firma con el número de identificación bajo la gravedad de juramento declarando que los datos que contiene el presente formato son exactos. El empleador firma y sella en constancia y visto bueno.

Causales de no aceptación


- Formatos y/o documentos mal diligenciados, ilegibles, enmendados o incompletos.
- Aclarar estado civil: _____
- Falta declaración juramentada: Trabajador Padre Cónyuge
Madre del menor Persona que cuida de los hijos
- Existen deficiencias en la declaración juramentada:
a) _____ No rendida por: cónyuge padre y/o madre del trabajador
madre del menor persona que cuida el / los hijos
- _____ No menciona convivencia / dependencia económica de los hijos _____
c) _____ Supera 6 meses de expedición.
- Registro civil no acredita parentesco: hijo trabajador hermano
- Debe presentar certificación laboral de: Cónyuge o compañero (a) , Madre del menor , que indique salario y si recibe o no subsidio.
- Certificación de trabajo del cónyuge o compañero (a) tiene alguna deficiencia:
a) _____ No expedida en papel membreteado y/o con sello de la empresa
b) _____ No indica salario
c) _____ No indica si recibe o no subsidio familiar por los hijos que están afiliados
d) _____ Falta fecha de expedición o supera 2 meses
e) _____ Contenido incompleto
- Falta registro civil de defunción: padre madre cónyuge hijo
- Falta fotocopia de la cédula: padre madre hijo Hermano
- Falta fotocopia de la tarjeta de identidad del hijo y/o hermano
- Falta certificado de escolaridad
- El subsidio por los hijos _____ será girado a partir del 25 de _____
a la señora _____ para lo cual debe reclamar la Tarjeta Compensar en las ventanillas de recursos monetarios.
- Para continuar recibiendo subsidio familiar por sus hijos _____ favor presentar los siguientes documentos: registro civil que indique NUP, de cada uno en caso de ser del actual cónyuge o compañero y declaración juramentada extrajuicio en caso de ser hijos aportados a la unión.
- Hijo o hermano mayor de 23 años
- Falta sentencia de separación expedida por juzgado del ICBF que indique a quién se otorgó la custodia de los hijos. _____
- Otros _____

Recuerde que

- Para que la afiliación sea válida, el trabajador y la empresa deberán cumplir con todas las condiciones del Régimen del Subsidio Familiar.
- Si el trabajador labora en más de una empresa, se tendrá en cuenta la suma de los salarios recibidos en cada empleo, para efectos del pago del subsidio familiar (Art. 20 Ley 21/1982).
- Si la sumatoria de los salarios del trabajador y el cónyuge es mayor a 6 salarios mínimos legales, ninguno de ellos puede recibir subsidio familiar (Art.3 Ley 789/2002).
- Para que el trabajador se beneficie del subsidio familiar, debe laborar la jornada mínima establecida (Art.3 Ley 789/2002).
- Si alguno de los padres del trabajador recibe subsidio, renta, labora o es pensionado no podrán recibir subsidio familiar monetario. (Art.3, Parágrafo 1, Numeral 3, Ley 789/2002)
- Los padres beneficiarios del subsidio familiar deben actualizar la Fe de Vida o Certificado de Supervivencia todos los años entre el 1 de agosto y el 31 de octubre.
- Los hijos o hermanos beneficiarios del subsidio familiar monetario mayores de 12 años deben presentar Certificado de Escolaridad. (Art.3, Parágrafo 1, Numeral 1, Ley 789/2002). La escolaridad para niveles básico (Grados 1 a 9) y medio (Grados 10 y 11) debe ser renovada anualmente en febrero. Las escolaridades Calendario "B" (Universidad, Institutos de Educación no formal, etc) deben ser renovadas anualmente en Agosto.
- Escriba el valor del sueldo básico mensual, recuerde que no puede ser inferior al salario mínimo mensual.

Mayores Informes
Puntos de Atención Integral
(Sede Empresarial Av. 68 No.49A-47, Unidad de Servicios Salitre,
Calle 42, Calle 94, Fontibón, Suroriental y Kennedy)
www.compensar.com


31 Tomado de <http://www.compensar.com/empleadores/>

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009



Anexo10

ORGANIZACION SAYCO - ACINPRO		VISITAS USUARIOS DE MÚSICA			
Código del formato: DCZ-009	Versión: 002	FECHA DE ACTUALIZACIÓN: Mayo 17 de 2.006		N° ____ Z6	
CIUDAD Y FECHA:					
IDENTIFICACIÓN DEL USUARIO					
MOTIVO VISITA: CAPACIDAD LOCATIVA		CLAUSURA	NO USUARIO	USUARIO NUEVO	
1. ACTIVIDAD PRINCIPAL:					
2. RAZÓN SOCIAL:					
3. DIRECCIÓN NUEVA			DIR. ANTIGUA:		
BARRIO			LOCALIDAD		
4. PROPIETARIO:		ADMINISTRADOR			
5. C.C.	NIT:	OTRO	CUAL?	No	
6. TELEFONO	FAX:	CELULAR	E-mail:		
INFORMACIÓN ESPECIFICA: <small>Para los efectos de las normas Autorales</small> <small>Marque con una X la clase de usuario que está revisando</small>					
No.	CLASE DE USUARIO VARIABLE	101	102	103	104
1	Categoría del Municipio				
2	Finalidad de la Música (E, N, o I)				
3	Estrato Socioeconómico				
4	Ingresos (Segun Industria y Comercio del año anterior) \$				
5	Capacidad Locativa (personas)				
6	Área Locativa (mts2)				
7	Total Habitaciones				
8	Total de Locales				
9	Días de funcionamiento por Semana				
10	Fecha de apertura				
Medios por los que utiliza la música: Radio <input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> Electrónicos <input type="checkbox"/> Audiovisuales <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>					
Cuales?					
Categoría del Usuario: La define las variables socioeconómicas de cada usuario en función del grado de necesidad de la música					
INFORMACIÓN ADICIONAL <small>Para los efectos de las normas Autorales</small>					
Actividades secundarias			Costos de la Hb: \$, \$		
Servicios (agua + Luz) \$		Arriendo mes \$		No Empleados Fijos <input type="checkbox"/> Temporales <input type="checkbox"/>	
Declaración de Industria y Comercio No		Año Gravable		Fecha de Radicación	
OBSERVACIONES:					
Propietario o Encargado			Propietario o Encargado		

(CCC, 2015)

	GUIA PARA PRESENTACION DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Anexo11

CUERPO OFICIAL DE BOMBEROS DE BOGOTÁ D.C.

FORMULARIO DE INGRESO DE INFORMACIÓN PARA PAGO DE CONCEPTO TÉCNICO DE BOMBEROS

Fecha de Ingreso :	
Nit ó Cédula :	
Razón Social :	
Nombre del propietario ó Representante Legal :	
Cantidad de Establecimientos :	
Tipo de Establecimiento :	

INFORMACIÓN PARA LIQUIDAR PAGO DE CONCEPTO TÉCNICO

Valor a Cancelar :	
--------------------	--

Consignar en cualquier sucursal del Banco de Occidente Cuenta Corriente No 25604582-4 – Tesorería Distrital – Nit 899999061-9

Nota: La liquidación tiene vigencia hasta el 31 de Diciembre del presente año

Generado el:

32 Tomado de
<https://www.google.com.co/search?q=formatos+de+bomberos+para+una+empresa&espv=2&biw=1024&bih=509&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0CICIQsARqFQoTCOWvotDP28cCFUcqHgodRTYOog#tbm=isch&q=formatos+de+bomberos+para+una+empresa+bogota&imgrc=92nJnM3q>