

**ASESORÍA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA LA  
CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA JUANCHOAREPA**

**OLGA JULIANA CASALLAS ORTEGA  
JUAN PABLO CÁRDENAS SEGURA**

**UNIVERSIDAD EAN  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES  
PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS  
BOGOTÁ  
2012**

**ASESORÍA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA LA  
CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA JUANCHOAREPA**

**OLGA JULIANA CASALLAS ORTEGA  
JUAN PABLO CÁRDENAS SEGURA**

**Trabajo Dirigido para obtener el Título de Profesional en Lenguas Modernas**

**Tutora: Jennyffer Vargas Laverde**

**UNIVERSIDAD EAN  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES  
PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS  
BOGOTÁ  
2012**

**Nota de aceptación**

---

---

---

**Tutora**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

**Bogotá, julio de 2012**

## **Agradecimientos**

Se desea agradecer en primer lugar a Dios por brindarnos la oportunidad de estudiar en la Universidad EAN, por darnos la sabiduría para no desfallecer ante las adversidades que se presentaron en el camino y que hoy nos aportan una experiencia única para la vida laboral.

En segunda instancia queremos reconocer la labor desempeñada por la tutora de tesis Jennyffer Vargas Laverde, quien con su paciencia y constancia incentivó dicha labor y aportó todo su conocimiento y experiencia en el área de comunicación y ciencias políticas dando como resultado la culminación exitosa del mismo.

En tercer lugar, agradecemos a nuestras familias por el apoyo constante y la motivación para continuar y culminar esta etapa de la vida que se hace necesaria para todo aquellos que desean convertirse en profesionales exitosos.

Por otra parte, yo Juan Pablo Cárdenas deseo resaltar y expresar mi más profundo agradecimiento a mi compañera de tesis Juliana Casallas, quien fue constante y puntual con las responsabilidades acordadas y el desarrollo del trabajo en general.

Finalmente, yo Juliana Casallas quiero manifestar mi más sincero agradecimiento a mi compañero de tesis Juan Pablo Cárdenas, quien desde el inicio de este proceso fue responsable y dedicado haciendo grandes aportes en el desarrollo de la tesis de grado.

## Tabla de contenido

Resumen .....	12
1 Introducción .....	14
2 Justificación .....	15
3 Situación del entorno del negocio .....	16
3.1 La empresa dentro del contexto .....	17
3.2 El problema de intervención .....	18
3.2.1 Tema .....	18
3.2.2 Descripción y planteamiento del problema .....	19
3.2.3 Antecedentes del problema .....	19
4 Objetivos .....	20
4.1 Objetivo general .....	20
4.2 Objetivos específicos .....	20
5 Marco de referencia .....	21
5.1 Definición de comunicación .....	21
5.2 Comunicación organizacional .....	22
5.3 Estilo comunicativo de las organizaciones .....	24
5.4 Responsabilidad Social Empresarial .....	29
5.4.1 ¿Por qué ser socialmente responsable? .....	31
5.4.2 Aspectos relacionados entre la RSE y el marco legal .....	31
5.5 Marco legal .....	33
5.5.1 ¿Qué es legalizar una empresa? .....	33
5.5.2 ¿Por qué legalizar una empresa en Colombia? .....	34
5.5.4 Tipos de sociedades .....	37
5.6 Idea de negocio o plan de empresa .....	39
5.6.1 Definición .....	39
5.6.2 Origen de las ideas de negocio .....	40
5.7 Elementos de una idea de negocio .....	41
5.7.1 Creatividad .....	41
5.7.2 Innovación .....	42
5.7.3 Invención .....	43
6 Marco metodológico .....	45
6.1 Legalización de una empresa u organización .....	45

6.2	Proceso de legalización.....	46
6.2.1	Elaboración del documento de constitución de la empresa .....	47
6.2.2	Escritura pública.....	49
6.3	Tipos de sociedades.....	50
6.3.1	Sociedades por acciones simplificadas.....	50
6.3.2	Sociedad anónima.....	51
6.3.3	Sociedades Colectivas .....	52
6.3.4	Sociedad en Comandita Simple .....	53
6.3.5	Sociedad Limitada.....	54
6.3.6	Empresa unipersonal .....	55
6.3.7	Trámites en los que todas las sociedades coinciden .....	57
6.4	Registro Único tributario (RUT) .....	58
6.5	Carátula única empresarial y anexo de matrícula mercantil .....	59
6.5.1	Matricula Mercantil .....	59
6.6	Carátula única empresarial.....	61
6.7	Formulario adicional de registro con otras entidades .....	61
6.7.1	¿Qué es el NIT? .....	62
6.7.2	Certificado de existencia y representación legal .....	62
6.7.3	Registro de Información Tributaria – RIT- .....	63
6.8	Trámite con las entidades distritales .....	64
6.8.1	Superintendencia de Industria y Comercio.....	64
6.9	Secretaria de Planeación .....	67
6.9.1	Solicitud del concepto del uso del suelo.....	67
6.10	Secretaria Distrital de Ambiente .....	68
6.10.1	Permiso de vertimientos.....	68
6.10.2	Permiso de concesión de aguas subterráneas .....	69
6.10.3	Permiso de emisiones atmosféricas para fuentes fijas.....	70
6.10.4	Solicitud de registro de libro de operaciones de industrias forestales .....	71
6.10.5	Solicitud de concesión de aguas superficiales .....	71
6.10.6	Licencia ambiental.....	72
6.11	Registros adicionales para la creación de una empresa .....	73
6.11.1	Certificado de bomberos .....	74
6.11.2	Concepto sanitario .....	74
6.11.3	Invima.....	74

6.11.4	Sayco y acinpro.....	75
6.11.5	Preservación del medio ambiente auditivo.....	75
6.11.6	Preservación del medio ambiente visual.....	75
6.12	Seguridad Social.....	75
6.12.1	¿Qué es la seguridad social?.....	75
6.12.2	Fondo de salud.....	78
6.12.3	Caja de compensación familiar.....	79
6.13	El enfoque desde modelos y teorías.....	80
6.13.1	Modelo basado en la comunicación.....	81
6.13.2	Modelo de la Cámara de Comercio de Bogotá.....	82
6.13.3	Enfoque desde el modelo de la Responsabilidad Social Empresarial.....	83
6.14	Plan de Intervención.....	85
6.14.1	Objetivos del plan de Intervención.....	86
6.14.2	Puesta en marcha.....	87
5	Descripción de la organización y de su situación problemática.....	90
5.1	Historia de la empresa.....	90
5.2	Descripción general.....	91
5.2.1	Misión.....	91
5.2.2	Visión.....	91
5.2.3	Valores corporativos.....	92
5.2.4	Estrategia de promoción y comunicación.....	92
5.2.5	Mercado objetivo.....	93
5.2.6	Objetivos de la organización.....	93
5.2.7	Descripción del proceso productivo.....	94
5.2.8	Descripción del proceso de comercialización.....	95
5.2.9	Infraestructura.....	95
5.3	Diagnóstico de la situación encontrada.....	95
5.3.1	¿Qué es diagnosticar?.....	95
5.3.2	Condiciones para llevar a cabo un diagnostico organizacional.....	96
5.4	Análisis de los resultados (Matriz DOFA).....	105
5.4.1	Debilidades.....	105
5.4.2	Fortalezas.....	105
5.4.3	Amenazas.....	105
5.4.4	Oportunidades.....	106

6	Recomendaciones y propuesta .....	107
6.1	Propuesta .....	107
6.2.2	En la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN –.....	112
6.2.3	En Superintendencia de Industria y Comercio .....	114
6.2.4	En Secretaria Distrital de Medio Ambiente .....	115
6.2.5	En Secretaría de Planeación.....	117
6.2.6	En el Cuerpo Oficial de Bomberos .....	118
6.2.7	En Notaría .....	119
6.3	Matriz de la metodología realizada.....	122
6.4	Estimación financiera de la implementación de la propuesta .....	125
6.5	Costos de la Interventoría .....	126
7	Bibliografía.....	127
8	Anexos.....	132
8.2	Capítulo I .....	133
8.3	Disposiciones generales.....	133

## Índice de figuras

Figura 1 Proceso de Comunicación .....	22
Figura 2 Ventajas de una buena comunicación.....	24
Figura 3 Comunicación y su relación con el marco legal .....	26
Figura 4 Ventajas de ser una empresa legalmente constituida.....	27
Figura 5 La comunicación total.....	29
Figura 6 Tipos de sociedades .....	38
Figura 7 S.A.S.....	39
Figura 8 Creatividad .....	42
Figura 9 Proceso de legalización de una empresa.....	46
Figura 10 Características de una minuta.....	47
Figura 11 Requisitos por documento privado .....	48
Figura 12 Escritura pública.....	49
Figura 13 Requisitos de una escritura pública.....	49
Figura 14 S.A.S.....	50
Figura 15 Requisitos S.A.S. ....	50
Figura 16 Sociedad anónima.....	51
Figura 17 Requisitos S.A.....	51
Figura 18 Sociedad Colectiva.....	52
Figura 19 Requisitos sociedad colectiva .....	52
Figura 20 Sociedad en comandita simple .....	53
Figura 21 Requisitos sociedad en comandita simple .....	53
Figura 22 Sociedad limitada .....	54
Figura 23 Requisitos sociedad limitada .....	54
Figura 24 Empresa Unipersonal.....	55
Figura 25 Requisitos empresa unipersonal .....	55
Figura 26 Fundación .....	56
Figura 27 Requisitos fundación .....	56
Figura 28 Documentación transversal.....	57
Figura 29 Registro único tributario .....	58
Figura 30 Requisitos de matriculación .....	60
Figura 31 Caratula única empresarial .....	61
Figura 32 Número de Identificación Tributaria - NIT.....	62
Figura 33 Certificado de existencia y representación legal .....	63
Figura 34 RIT .....	63
Figura 35 Lemas .....	65
Figura 36 Patentes .....	66
Figura 37 Documentos Secretaría de Ambiente.....	68
Figura 38 Registros adicionales para la creación de una empresa .....	73
Figura 39 Administradora de riesgos profesionales .....	78

Figura 40 Afiliación a EPS.....	79
Figura 41 Modelos y teorías .....	81
Figura 42 Proceso comunicativo. ....	82
Figura 43 Modelos de sociedad Cámara de Comercio .....	83
Figura 44 Modelo de gestión de RSE.....	84
Figura 45 Desarrollo del plan .....	87
Figura 46 Crecimiento empresarial .....	91
Figura 47 Proceso productivo.....	94
Figura 48 Proceso de comercialización.....	95
Figura 49 Diagnostico organizacional .....	98
Figura 50 Diagrama propuesta.....	108
Figura 51 Consulta del nombre de la empresa.....	109
Figura 52 Marca y actividad económica .....	110
Figura 53 Matricula de la empresa .....	111
Figura 54 Registro Único Tributario.....	112
Figura 55 Número de Identificación Tributario.....	113
Figura 56 Registro de marca y logo .....	114
Figura 57 Registro de publicidad exterior .....	115
Figura 58 Registro del aire y niveles de ruido .....	116
Figura 59 Concepto de uso del suelo.....	117
Figura 60 Solicitud de revisión técnica y de seguridad.....	118
Figura 61 Realización de Minuta de Constitución .....	119
Figura 62 Certificado del uso de música dentro del establecimiento.....	120
Figura 63 Registro sanitario de alimentos .....	121
Figura 64 Matriz .....	122
Figura 65 Estimación financiera .....	125
Figura 66 Interventoría .....	126

## Índice de anexos

Anexo 1 Minuta de una S.A.S .....	132
Anexo 2 Constitución ante la Cámara de Comercio .....	138
Anexo 3 Formulario de registro con otras entidades .....	139
Anexo 4 RUT .....	140
Anexo 5 RIT .....	141
Anexo 6 Registro Único Empresarial.....	142
Anexo 7 Caratula Única Empresarial .....	143
Anexo 8 Registro de marcas y lemas.....	144
Anexo 9 Registro de publicidad exterior .....	145
Anexo 10 Registro Sayco y Acinpro .....	146
Anexo 11 Permiso sanitario INVIMA .....	147
Anexo 12 Permiso de emisiones atmosféricas.....	148
Anexo 13 Entrevista .....	149

## **Resumen**

El presente trabajo dirigido lleva por título: Asesoría en comunicación organizacional para la constitución legal de la empresa Juanchoarepa.

El objetivo principal de este trabajo de grado es brindar una asesoría que permita a través de los procesos de comunicación organizacional la constitución legal de la empresa Juanchoarepa y el fortalecimiento de sus prácticas de responsabilidad social.

Para cumplir con este propósito se realizó un estudio con instrumentos como el análisis DOFA, que permitió detectar los problemas de la empresa que principalmente están asociados con la formalización de la organización para lo cual se diseñó un plan de intervención a partir de los conocimientos de la comunicación organizacional y de la responsabilidad social de las organizaciones.

Es importante mencionar que de igual forma se realizó una estimación financiera tanto de los costos de la documentación requerida por la organización para ejercer su actividad económica legalmente, como de la asesoría de los consultores externos que le garantizarán que se empleen las herramientas comunicativas necesarias para que todo el proceso se lleve a cabo y la empresa pueda iniciar sus actividades con normalidad.

El trabajo se encuentra dividido en tres apartes: en la primera sección se encuentra la introducción, el título que lleva el trabajo, la situación del entorno del negocio, los objetivos que se desean cumplir durante el transcurso del mismo y la situación problema que en este caso se relaciona con el marco legal de la organización.

En la segunda parte se aborda el marco teórico y el enfoque que desde distintos modelos y teorías orientó el diagnóstico y la construcción del plan de intervención. Al final de esta parte además se realiza una descripción de la organización.

En la tercera parte se encuentran las recomendaciones y la propuesta, donde se incluye la estimación financiera de los procesos requeridos para llevar a cabo la legalización de la empresa y el valor de la consultoría de asesoría para desarrollar este proceso.

Cabe resaltar finalmente que el deseo de los estudiantes de Lenguas Modernas que elaboraron este trabajo dirigido no fue únicamente asesorar a la empresa Juanchoarepa, el objetivo fue también crear una herramienta que facilite a los nuevos empresarios la constitución de sus futuras empresas para así contribuir a la eliminación de aquel mito que afirma que legalizar una empresa en Colombia es un proceso muy complejo difícil de comprender.

## 1 Introducción

En la actualidad son muchas las organizaciones que dedican esfuerzos en su consolidación hacia el mercado globalizado, sin embargo sólo un pequeño porcentaje de ellas sobrevive a las grandes exigencias de un mundo en el que las empresas deben ser altamente competitivas a través de la generación de una buena imagen corporativa, calidad en sus productos, y prácticas socialmente responsables, entre otros.

La empresa que fue objeto de estudio se dedica desde hace tres años a la venta y comercialización de arepas rellenas en la Localidad de Suba produciendo un buen número de utilidades y adicionalmente teniendo gran acogida entre sus clientes. Sin embargo, pese a los buenos resultados que la organización ha presentado durante este tiempo, su fundadora reconoce que ha sido una dificultad para el crecimiento el hecho de que la empresa no se encuentra constituida legalmente según los requerimientos del Estado colombiano.

Teniendo en cuenta esta problemática que presenta la empresa Juanchoarepa relacionada con su constitución legal, dos estudiantes de lenguas modernas con amplio conocimiento en comunicación organizacional han planteado la posibilidad de relacionar dos procesos que parecieran no tener mucho en común pero que a través de este trabajo de grado han demostrado tener muchas similitudes siendo uno el soporte para que el otro pueda llevarse a cabo en su totalidad.

El proceso inició con el diagnóstico y el análisis DOFA identificando Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas en todos los aspectos de la organización, y a partir de éste se construyó el plan de intervención, en el que se identificaron las entidades a las cuales se debe acudir para formalizar cualquier tipo de sociedad y el proceso de comunicación organizacional que se requiere para que sea exitoso.

## **2 Justificación**

Este trabajo es realizado con el fin de asesorar principalmente a la empresa Juanchorepa en el ámbito de la constitución legal por medio de los procesos de comunicación organizacional, ya que dicho procedimiento constituye una base importante para el crecimiento y desarrollo constante de la misma e incluso para todas aquellas que consideran que la formalización de sus organizaciones es un camino tedioso y costoso, lo cual solo lleva a incrementar los índices de informalidad comercial, la generación de desempleo y bajo crecimiento económico y desarrollo en el país.

### **3 Situación del entorno del negocio**

Los nuevos perfiles del consumidor de alimentos se ven reflejados actualmente en una mayor preocupación por la salud, el deseo de consumir productos naturales y nutritivos convirtiéndose así en una necesidad cada vez más evidente.

Partiendo del hecho de que los consumidores permanecen la mayor parte de su tiempo fuera de su hogar a causa de las obligaciones presentes en el trabajo y/o el estudio ven en la oportunidad de adquirir un producto de fácil acceso, ahorro en tiempo y en dinero.

Es por esta razón que amplios estudios realizados por entidades del Estado como el Invima (2008), dieron a conocer el amplio crecimiento de las empresas de alimentos en Colombia (5% anual). El mayor porcentaje de consumo en la población bogotana de alimentos como la arepa se encuentra especialmente en los estratos 1, 2, y 3, ya que en los más altos es común el consumo de productos congelados y/o pre cocidos con una capacidad adquisitiva más elevada.

En la actualidad las empresas micro y medianas de este tipo operan en su mayoría de manera informal lo cual genera una sostenibilidad de corto plazo e impide el reconocimiento que una empresa que se acoge a la normatividad vigente puede alcanzar.

Según las normas establecidas por la Cámara de Comercio (2008): “quién ejerza profesionalmente el comercio sin estar inscrito en el registro mercantil incurrirá en multa de hasta 17 salarios mínimos mensuales. Tal sanción será impuesta por la Superintendencia de Industria y Comercio”, actualmente las empresas dependiendo de la sociedad a la que pertenezcan pueden recibir diferentes incentivos tales como: descuentos en los impuestos durante los primeros años de existencia, credibilidad en el momento de realizar alianzas con los proveedores y otras empresas del sector, de igual forma la satisfacción de brindarle al cliente un

servicio garantizado y legalmente constituido para de que esta forma el crecimiento de la misma alcance los niveles más altos.

### **3.1 La empresa dentro del contexto**

El sector de los alimentos en Colombia se destaca gracias a que ha sido uno de los pocos que ha mantenido un crecimiento estable a pesar de las dificultades económicas a las que en estos últimos años el país ha estado sometido. De acuerdo con un estudio realizado en la Revista Dinero titulado “En qué gastan los colombianos” de agosto 20 de 2004 se afirma que los gastos más importantes son vivienda (24%), alimentación (22%) y transporte (12%) (Revista Dinero, 2008: 34).

Sin lugar a dudas el consumo de alimentos es indispensable para la supervivencia del ser humano, es por esto que la idea de constituir un negocio dedicado a la venta y/o comercialización de comida requiere de una buena estructura organizacional, logística centrada en la excelente atención al cliente, buen manejo de los recursos y las condiciones adecuadas para ofrecer los productos como lo hace específico una de las entidades encargadas de la constitución y puesta en marcha de la empresa: “cuando haya manipulación de alimentos se debe tener especial cuidado en su almacenamiento, temperatura, exposición, ventilación, olor, empaque, transporte, rotulado y vigencia (higiene)” (Cámara de Comercio, 2011).

La empresa Juanchorepa está dedicada a la producción y comercialización de arepas rellenas. La arepa es un alimento fundamental en la dieta de cualquier colombiano, es consumida por el 75% (Agudelo, J. 2008) de la población dividida entre clase media y baja, ya que se considera como un producto que puede entrar a sustituir platos fuertes. A pesar de que los ingredientes tienen continuas variaciones el reconocimiento por este alimento perdura en el tiempo representando de esta manera la identidad gastronómica de todo un país.

Actualmente la organización en mención viene desarrollando su actividad económica bajo un contexto en el cual es posible encontrar dos tipos de competencia: La formal, compuesta por aquellas empresas que se encuentran legalmente constituidas y la informal en la cual es posible evidenciar un alto índice de pequeños establecimientos ambulantes que se muestran atractivos por sus bajos precios y porque se encuentran situados en lugares estratégicos en los cuales la afluencia de personas genera un rápido crecimiento de sus ventas.

Sin embargo la preocupante cifra de ventas callejeras sin aval del INVIMA afecta directamente el bienestar del consumidor, ya que este se encuentra expuesto a consumir alimentos que no son frescos, que son hechos con ingredientes de mala calidad, que no poseen registro sanitario y que en muchas ocasiones se encuentran en estado de descomposición, dando origen a riesgos en la salud pública.

Pese a que la empresa aun no posee toda la documentación y requisitos legales exigidos por las entidades pertinentes para realizar su trabajo, desea incorporarse en el proceso de legalización que le permita entrar a competir con aquellos negocios que ya gozan de reconocimiento por parte de la población de la ciudad de Bogotá entre ellos Tatis Arepas, Arepa Rellena corazón contento, etc.

## **3.2 El problema de intervención**

### **3.2.1 Tema**

Asesoría para la legalización de la empresa Juanchoarepa por medio de estrategias de comunicación organizacional.

### **3.2.2 Descripción y planteamiento del problema**

La empresa Juanchorepa con el ánimo de crecer y brindar a sus clientes un mejor servicio y productos garantizados y de alta calidad, busca afanosamente la forma más eficaz y eficiente de formalizar todas sus actividades y registrar su nombre ante las entidades del estado que así lo disponen. Sin embargo, por causa del desconocimiento de las etapas, costos, entidades y procesos a seguir para lograr tal fin, este deseo no se ha llevado a cabo.

### **3.2.3 Antecedentes del problema**

La empresa Juanchorepa, según lo dicho por sus creadores, intentó celebrar en variadas ocasiones contratos con empresas a quienes les agradaron sus productos, sin embargo, a la hora de formalizar los pedidos y todo lo relacionado con la documentación de ambas partes, los negocios eran disueltos por la informalidad de la empresa.

Teniendo en cuenta lo anterior, el crecimiento de la empresa y la certificación de los productos no se han llevado a cabo y es por ello que día a día la legalización de la empresa se hace más necesaria para lograr las metas y los objetivos de la misma.

## **4 Objetivos**

### **4.1 Objetivo general**

Brindar una asesoría que permita a través de los procesos de comunicación organizacional la constitución legal de la empresa Juanchoarepa y el fortalecimiento de sus prácticas de responsabilidad social.

### **4.2 Objetivos específicos**

Realizar un diagnóstico que permita identificar las debilidades y fortalezas del estado de formalización actual de la organización Juanchoarepa

Identificar la documentación, entidades, relaciones y procedimientos que se deben establecer para llevar a cabo la constitución legal de la empresa.

Formular un plan de acción en el que desde la comunicación se evidencie, proponga y presupueste cada una de las etapas y procesos a seguir para la legalización y permanente desarrollo de la empresa Juanchoarepa y el fortalecimiento de sus prácticas de responsabilidad social.

## **5 Marco de referencia**

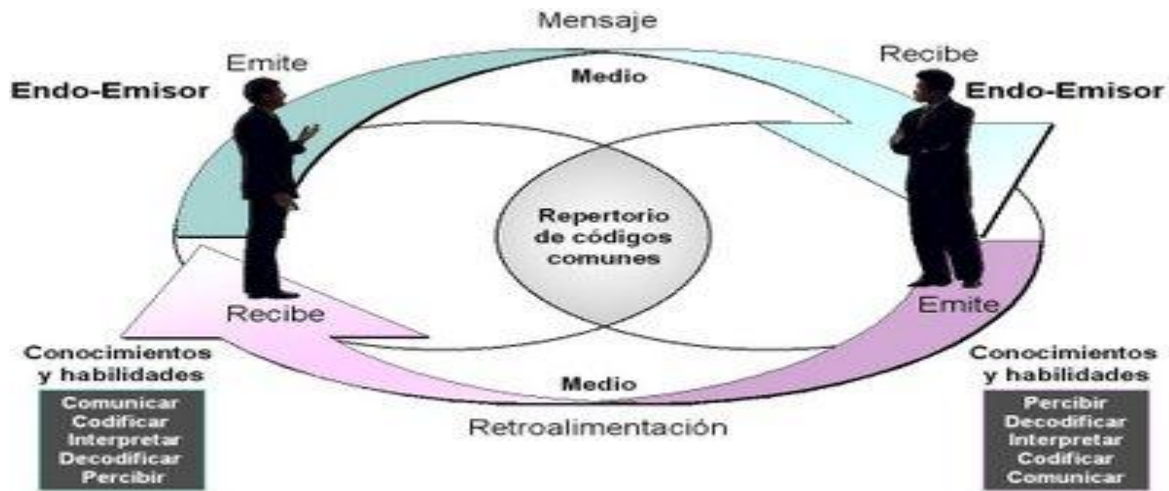
### **5.1 Definición de comunicación**

Con el pasar de los años, la comunicación como proceso y arte de expresión ha venido creciendo en diferentes ramas, según Antonio Pascuali (2011): "La comunicación ocurre cuando hay "interacción recíproca entre los dos polos de la estructura relacional (Transmisor-Receptor)" realizando la "ley de bivalencia", en la que todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor. Es la correspondencia de mensajes con posibilidad de retorno mecánico entre polos igualmente dotados del máximo coeficiente de comunicabilidad". Lo anterior describe lo que es un proceso de comunicación entre personas u organizaciones a través del cual se adquiere aprendizaje y se construyen vínculos en los que elementos como símbolos, letras y números representan un mensaje con un objetivo común.

Es de suma importancia tener en cuenta que un ser humano se considera parte de una sociedad cuando éste entra a entablar relaciones que se realizan mediante procesos comunicativos. El punto inicial de dichos procesos se relaciona básicamente con tres premisas fundamentales, la primera de ellas se conoce como: querer saber, una búsqueda de información y conocimiento que es muy característica de cualquier individuo, la segunda se define como necesitar saber, asociada directamente con el anhelo o deseo por parte de una persona de adquirir conocimiento, y la tercera conocida como el deber saber, referenciada con la obligación u compromiso de recibir información para un fin determinado.

En el siguiente gráfico se ilustra el proceso de comunicación, destacando las habilidades que deben poseer tanto el emisor como el receptor en el proceso:

**Figura 1** Proceso de Comunicación



**Fuente:** Muñoz, S. (2008), tomado de: [www.ellenguajedelavida.blogspot.com](http://www.ellenguajedelavida.blogspot.com)

“La capacidad de vender, de comunicarse con otro ser humano, cliente, empleado, jefe, esposa o hijo, constituye la base del éxito personal. Las habilidades de comunicación como escribir, hablar y negociar son fundamentales para una vida exitosa” Afirma Robert Kiyosaki (Blog pasión por emprender, 2008), quien parte del concepto de comunicación como eje fundamental en el desarrollo de cualquier actividad económica, social, cultural, entre otras, que quiera ser llevada a cabo y culminada exitosamente.

## 5.2 Comunicación organizacional

Cuando se habla del proceso comunicativo en el marco de una empresa u organización generalmente se hace referencia a una herramienta que permite gestionar la eficacia en el cumplimiento de metas relacionadas con la satisfacción del cliente y/o consumidor y la calidad del producto o servicio. Dicho procedimiento puede ser interno, es decir basado en relaciones dentro de la compañía o externo en el cual otras organizaciones se vinculan.

La comunicación organizacional se ha convertido en una ficha clave que facilita a los empresarios una gestión económica coordinada entre los diferentes sectores

de la organización como: los clientes, los proveedores e intermediarios y sin lugar a duda el estado y sus instituciones, las cuales fomentan la creación de alianzas estratégicas con empresas del mismo sector que traen como resultado estabilidad económica, ventajas competitivas, fortalecimiento de la imagen corporativa y generación de recordación y reconocimiento de la misma.

“Una organización que comunica adecuadamente sus acciones, proyectos y decisiones es una organización confiable”, afirma Diana Ximena Espinosa (2006) del Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE), puesto que si una empresa cuenta con una comunicación fluida y efectiva dentro de la misma los resultados generados serán más palpables y rápidos de alcanzar porque no se incurrirá en errores pasados y todo el trabajo será realizado de forma holística, al contar con el análisis desde diferentes ángulos y puntos de vista.

De igual forma, Peter Drucker señala que: “Lo más importante de la comunicación es escuchar lo que no se dice” (2008); tema que juega un papel muy importante a la hora de realizar procesos extensos y de un nivel de dificultad y atención alto como lo es una negociación o la constitución de una empresa, ya que para todo ello es necesario ejecutar un plan de acción basado en etapas o ciclos que disminuyan las probabilidades de cometer errores.

A continuación, se presenta un esquema en el que se dan a conocer las ventajas de la buena comunicación organizacional y su impacto en las actividades de las compañías en general.

**Figura 2** Ventajas de una buena comunicación



**Fuente:** propia

### 5.3 Estilo comunicativo de las organizaciones

Es posible identificar un tema que determina la manera en la cual cada organización tiende a comunicarse, este puede ser llamado: el “estilo” comunicativo de la organización, dividido principalmente en alto o bajo.

En el alto, los individuos están profundamente involucrados unos con otros, por lo que la información es muy compartida y los mensajes simples con significación profunda circulan abiertamente. En el bajo, las personas están menos involucradas entre sí; se distinguen por ser muy individualizadas, fragmentadas y, en cierta forma poseen una gran dificultad para llegar a acuerdos ya que el trabajo en equipo no predomina. La comunicación que se da en ambos casos es completamente distinta y así lo afirma Hall “una comunicación o un mensaje de contexto alto es aquel en que la mayor parte de la información está en el contexto

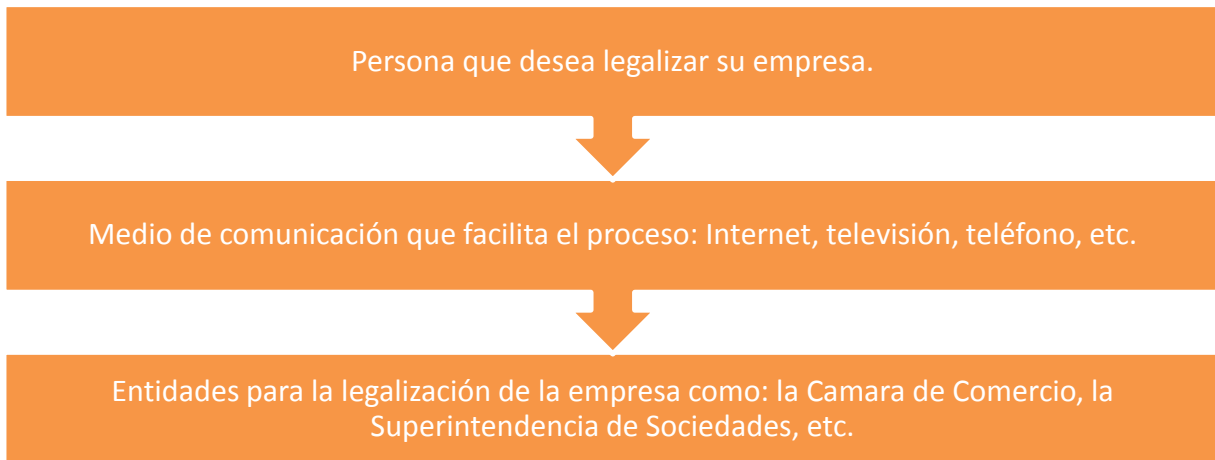
físico o bien interiorizada en la persona, mientras que hay muy poca en la parte codificada, explícita y transmitida del mensaje. Una comunicación de contexto bajo es exactamente lo contrario, es decir, la gran masa de la información se vuelca en el código explícito”.

Existen normas al comunicarse que pueden evidenciarse en los diferentes lugares de trabajo, por ejemplo, el empleado es capacitado por el empleador para que comprenda que el modo o la manera con la cual se dirija al cliente es determinante ya que de ella depende si este adquiere o no un bien o servicio y a su vez esta genera productividad, competitividad y desarrollo constante para dicha sociedad.

Considerando estos aspectos tan importantes se encuentran también relacionadas las dimensiones de una cultura organizacional eficiente, la primera es la sociabilidad, asociada con el grado de interacción que tienen los empleados que a su vez es un factor determinante en la generación de productividad.

De igual forma Diana Ximena Espinosa sostiene que, “sólo a través de la comunicación se puede crear una relación fundada en valores comunes que genere confianza, estructure los modos de pensamiento, imponga conductas y cohesione comportamientos” (2006). Es por ello, que la comunicación organizacional está estrictamente ligada con el marco legal de una empresa o sociedad y se complementa o mejora en la medida en que todas las actividades que lleve a cabo en los diferentes ámbitos que a ella le conciernen se realicen en forma conjunta y eficaz; ejemplo de ello es cuando un comerciante va a iniciar su negocio y necesita para ello informarse y documentarse para llevar la legalización de la empresa.

**Figura 3** Comunicación y su relación con el marco legal

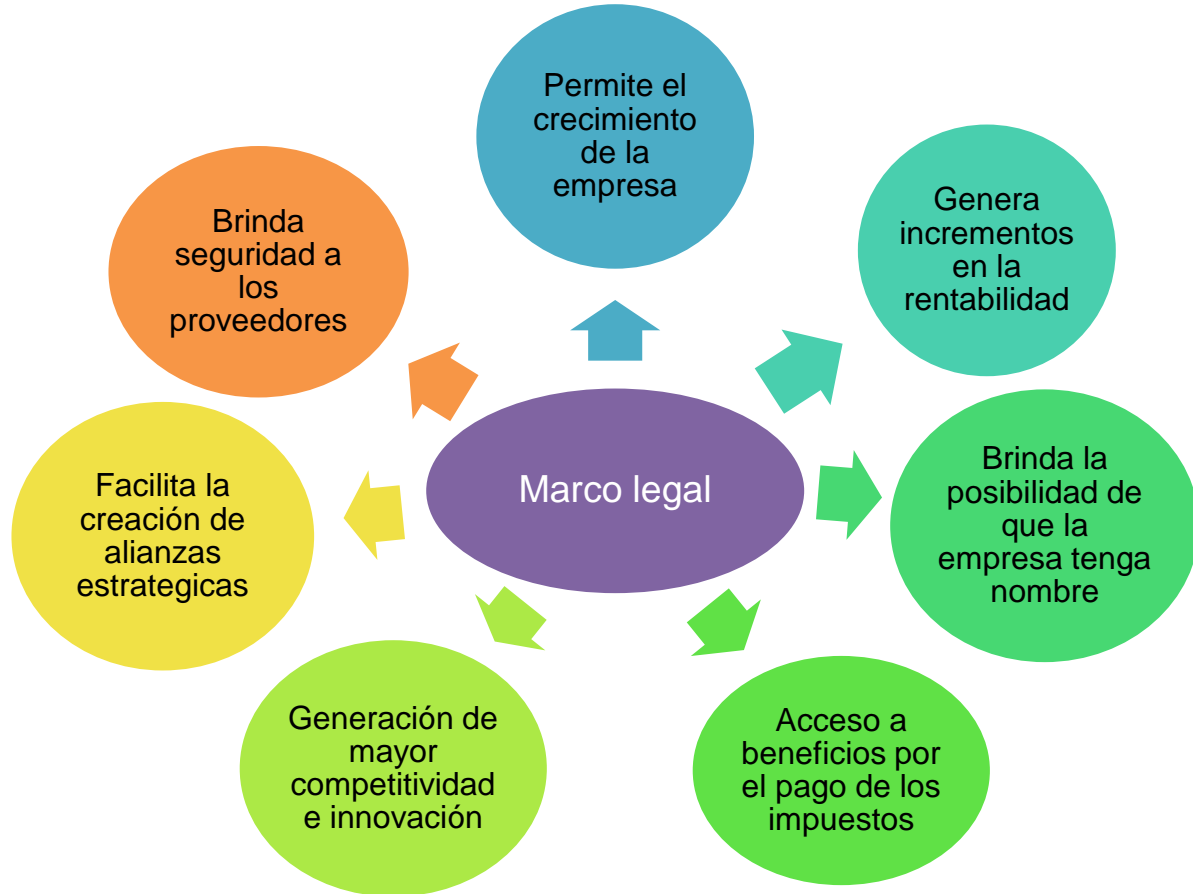


**Fuente:** propia

En cuanto a la parte de la comunicación como ente facilitador de negocios y crecimiento de una empresa, se resalta el hecho de que es la comunicación la que siempre permite que se fortalezcan esos lazos de ayuda mutua y construcción en conjunto con los mayores beneficios posibles para ambas partes; De allí, la importancia del fortalecimiento de la comunicación y de las relaciones institucionales que permitan el reconocimiento de aquellos espacios en los que se pueda y se deba llevar a cabo la expedición de la documentación necesaria para el reconocimiento de la institución como un ente formal o legalmente constituido.

De igual forma, se busca resaltar que el hecho de fortalecer la comunicación y lograr que una empresa se encuentre legalmente constituida, abre la posibilidad de adquirir ciertos beneficios como se muestra a continuación:

**Figura 4** Ventajas de ser una empresa legalmente constituida



**Fuente:** Propia

De igual manera podemos encontrar que Rafael Muñiz, afirma que: “Muchas empresas ignoran que para ser competitivas y enfrentarse con éxito al cambio que nos empuja inexorablemente el mercado, han de saber motivar a su equipo humano, retener a los mejores, inculcarles una verdadera cultura corporativa para que se sientan identificados y sean fieles a la organización y es precisamente aquí donde la comunicación interna se convierte en una herramienta estratégica clave para dar solución a esas necesidades y potenciar el sentimiento de pertenencia de los empleados a la compañía” (2010). La verdad son pocas las palabras que se pueden expresar acerca de lo afirmado por el autor nombrado anteriormente, ya que lo que él describe especifica de forma clara la importancia de la comunicación

dentro de una organización para lograr aquellos proyectos de cambio y en general productivos que al final de todo buscan el mismo resultado, reconocimiento de la empresa, obtención de mayores ganancias, satisfacción del mercado objetivo y calidad en los servicios y/o productos ofrecidos por la misma.

Sin embargo, no sólo se desea observar la comunicación desde el punto de vista interno de la empresa, sino desde el externo y las facilidades que esta puede generar a la hora de tener unas buenas relaciones con sus proveedores y aquellas entidades encargadas de los procedimientos y requerimientos necesarios para el buen funcionamiento de la misma, y es por esa razón que de esta afirmación se puede resaltar el hecho de que cuando se desea que una empresa sea competitiva y se sepa enfrentar con éxito al mercado, debe retener todos aquellos proveedores y entes externos que le brinden la oportunidad de mejorar día a día y cumplir con sus objetivos. ¿Pero cómo los retiene?, por medio de:

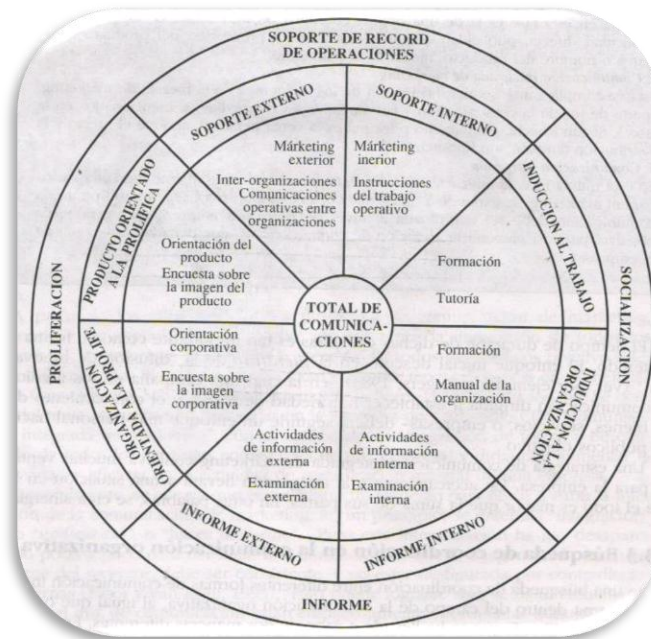
- La compra de insumos en mayor cantidad del mismo proveedor
- Las buenas relaciones con los proveedores
- Incentivos y reconocimientos que les hagan sentir que son parte de la empresa y que gracias a ellos se logran los objetivos de la misma.

Por otra parte, en cuanto a las entidades que permiten que la empresa funcione correctamente y dentro de las normas que regulan la normatividad de cada país, es de vital importancia que el cumplimiento con lo determinado por las mismas (impuestos y demás responsabilidades que deba asumir la institución), sean acatadas de una forma eficaz y puntual sin dar espacio a las demoras o costos adicionales por causa de la mala comunicación o cualquiera que sea la razón.

El siguiente es un esquema en el que se muestra la importancia de la comunicación interna y externa dentro de las organizaciones y aquellos elementos que se deben tener en cuenta para que sea productiva y veraz dentro de las

mismas; de allí, la importancia de resaltar que el incumplimiento o ausencia de alguno de los elementos que se nombran aquí puede ser notable a gran escala:

**Figura 5** La comunicación total



**Fuente:** Cees. B. Comunicación corporativa (2010)

Cabe resaltar de igual forma que del anterior gráfico, la parte en la que se desea focalizar este trabajo de intervención es la del soporte interno y externo que tiene la organización, en el cual la comunicación entra a jugar el rol de facilitador dentro del proceso en el que la empresa se vincula a las entidades encargadas de la legalización y buen funcionamiento.

#### 5.4 Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social empresarial se define como la contribución que realizan las organizaciones desde que se constituyen formalmente, aportando de manera significativa a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el bienestar social de la comunidad de la que hacen parte.

Entre los objetivos más importantes de la Responsabilidad Social Empresarial se encuentran la búsqueda de la excelencia empresarial, la cual pretende mejorar las condiciones de trabajo, así como la calidad en cada uno de los procesos productivos desarrollados dentro de la empresa u organización, todo ello basado en tres principios para el crecimiento sostenible:

- El económico, a través de la generación de fidelidad por parte de los clientes, el reconocimiento de marca y el incremento en las utilidades e infraestructura de la empresa.
- El social, relacionado con el beneficio o aporte que realiza la organización para la mejora de la calidad de vida de todos aquellos que viven en los alrededores de la misma y de sus trabajadores.
- El medioambiental que incentiva las practicas de conservación y cuidado de los recursos renovables, no renovables y adicionalmente los ecosistemas que representan el pulmón de la ciudad.

Por otro lado, el hecho de que se lleve a cabo la constitución legal de cualquier empresa implica que ella empieza a fomentar prácticas de Responsabilidad Social ya que el cumplimiento de sus obligaciones tributarias permite que el país mejore económicamente día a día y además presenta al consumidor una imagen positiva generando confianza del bien o servicio que se está ofreciendo.

Adicionalmente, el cumplimiento de la norma garantiza la calidad de los productos a ofrecer y presenta un portafolio de oportunidades, entre las cuales se encuentra: la buena imagen corporativa representada en la fidelidad del cliente hacia la empresa, las alianzas empresariales establecidas en el marco de la globalización, que representan el crecimiento y la productividad de una organización. En segunda instancia una empresa que cuenta con las características anteriormente

nombradas es altamente competitiva y tiene la facilidad de expandir o ampliar su mercado.

#### **5.4.1 ¿Por qué ser socialmente responsable?**

Para muchos empresarios escuchar el término Responsabilidad Social genera desconocimiento ya que aún no han asimilado que en el mundo globalizado en el cual reside el ser humano, la forma en que se hacen los negocios es diferente; hace algunos años, el objetivo más relevante de cualquier compañía era generar ingresos que le permitieran cumplir a cabalidad con cada uno de sus compromisos económicos sin brindar un beneficio social para la comunidad cercana al lugar en el cual se encontrara ubicada la misma, ni para sus empleados, proveedores o aliados estratégicos.

La RSE es un componente que hace posible que exista un retorno de carácter social en el cual la organización realiza un gran aporte para el mejoramiento continuo de la sociedad. Peter Drucker afirma: "No hay empresas exitosas en comunidades deterioradas" (2009).

Las empresas necesitan trabajar en el desarrollo de prácticas responsables que generen más productividad en sus procesos, teniendo en cuenta que un empleado motivado trabaja con agrado y esmero creando productos de calidad (seguros y sanos) y prestando el mejor servicio al consumidor.

#### **5.4.2 Aspectos relacionados entre la RSE y el marco legal**

##### **5.4.2.1 Buena imagen corporativa**

Una empresa que decide vincular sus actividades tal y como es establecido por las leyes colombianas, es una empresa que construye una buena imagen corporativa ya sea entre sus clientes, sus accionistas e incluso frente a su competencia, demostrando así que cumplir con el marco legal genera un sin número de

beneficios que directamente se asocian a las ganancias obtenidas por la organización.

#### **5.4.2.2 Calidad de los productos**

La calidad en el proceso de producción está relacionada con la legalización de una empresa, ya que en el caso específico de la empresa que está siendo diagnosticada y que se dedica a la venta y comercialización de arepas rellenas: “Juanchoarepa”, necesita adquirir en el momento de constitución un documento que expide el INVIMA en el cual se certifica que los alimentos que se preparan y representan la actividad económica de la sociedad, son elaborados con altos estándares de calidad y la salud de quien los consume no estará en peligro.

#### **5.4.2.3 Alianzas empresariales**

Legalizar una organización posibilita crear alianzas estratégicas entre empresas del mismo sector con las cuales todas se pueden ver beneficiadas, ya sea adquiriendo buen capital, dándose a conocer con otros clientes y construyendo una imagen corporativa sólida que represente a una empresa líder preocupada por sus responsabilidades y por brindar el mejor servicio a sus consumidores.

#### **5.4.2.4 Competitividad**

Cuando una empresa tiene toda su reglamentación al día, la misma está garantizando su inmersión en el mercado, donde podrá encontrar empresas en un estado de desarrollo aun muy prematuro e incluso organizaciones de alta trayectoria que cuentan con gran reconocimiento y que pueden convertirse en competencia directa. Por lo anteriormente mencionado se hace indispensable que las empresas se vinculen y hagan parte del modelo legal que les permitirá entrar al mercado y asumir retos frente a sociedades de mayor o menor experiencia.

#### **5.4.2.5 Ampliación del mercado**

La ampliación del mercado es un hecho cuando se habla de constitución legal, ya que la empresa adquiere una imagen positiva por parte de su mercado potencial que le permite crecer y competir ante otras empresas mostrando al consumidor que puede llegar a tomar la mejor decisión si adquiere los bienes o servicios que la misma le ofrece.

### **5.5 Marco legal**

Una de las partes más importantes a la hora de legalizar una empresa es la sociedad a la cual pertenecerá y bajo la cual se registrará para desarrollar su actividad económica; es por ello, que a continuación se presentan las diferentes modalidades bajo las cuales se puede constituir una empresa y se describe en detalle el modelo de Sociedad por Acciones Simplificadas “SAS”, que se considera el más apropiado para la empresa Juanchoarepa.

#### **5.5.1 ¿Qué es legalizar una empresa?**

Cuando se habla del término legalización este a menudo se asocia con el cumplimiento de normas tal y como lo afirma la Real Academia de la Lengua Española: “Certificado o nota, con firma y sello, que acredita la autenticidad de un documento o de una firma” (RAE. 2012).

En el caso específico de cualquier empresa sociedad u organización este término se refiere a que la misma se vincula legalmente con el estado y otras entidades encargadas de expedir toda la documentación necesaria “El gobierno colombiano, consciente de la necesidad de promover el emprendimiento comenzó a establecer desde el inicio de la década de los noventa leyes y medidas de apoyo a la generación de empresas que llevaron a la creación de programas y organismos nacionales y locales” (Gomez. L. 2004).

Todo lo anteriormente mencionado en búsqueda de que sea cual sea la actividad comercial ejercida en el territorio colombiano, se lleve a cabo a través de la normatividad vigente, obteniendo de esta forma variedad de oportunidades y facilidades para continuar creciendo y afianzándose en el mercado. Los beneficios se pueden obtener en diferentes aspectos, especialmente el económico (generación de competitividad, ampliación del mercado, reconocimiento, entre otros)

En segunda instancia es importante reconocer cuales son los documentos que darán validez a la constitución legal de la empresa ya que de ellos dependerá que la organización sea reconocida, entre ellos se encuentran: La escritura, la inscripción en la cámara de comercio, la obtención del registro único tributario, el NIT, los permisos ante la alcaldía de Bogotá, entre otros.

### **5.5.2 ¿Por qué legalizar una empresa en Colombia?**

En la actualidad son muchas las ventajas que el estado colombiano ofrece a los nuevos empresarios y muchas las desventajas que estos pueden encontrar si empiezan a ejercer su actividad comercial bajo la ilegalidad. Existen mitos que hacen que los nuevos emprendedores desistan de acceder a las oportunidades que les ofrece el estado, incluso de las que ellos mismos pueden crear por medio de la generación de nuevos empleo que contribuyan positivamente al crecimiento económico del país.

Entre los mitos que han tomado más fuerza en Colombia se encuentra uno enunciado como: **“Se necesita mucho dinero para constituir una empresa”**, a lo que se debe argumentar que lo que más se hace necesario a la hora de legalizar una empresa es tomar el riesgo de brindarle una mejor calidad de vida a las personas que harán parte de la mano de obra de la misma. El capital financiero no debe ser una excusa para el emprendedor que desea llegar a ser exitoso, actualmente muchos fondos e incubadoras facilitan desde pequeños hasta

grandes montos de dinero con el fin de que los sueños de muchas personas puedan hacerse realidad.

#### **5.5.2.1 Ventajas**

El nuevo empresario está sumergido en un mar de oportunidades y posibilidades en el que se hace primordial tener en cuenta que las ventajas en el tema de la legalización son bastantes y que si tiene todo el ánimo de registrar su empresa ante la cámara de comercio, desde el primer día que inicie su proceso va a ser protagonista de cada uno de dichos aportes positivos.

A continuación serán enunciadas cada una de las ventajas de la constitución legal de cualquier organización con el fin de promover una cultura empresarial motivada en el cumplimiento de las normas vigentes (Cámara de Comercio. 2012):

#### **5.5.2.2 Mayor credibilidad**

Un cliente que tenga certeza de que el lugar en el cual está adquiriendo un bien o servicio cumple con cada una de las normas que le han sido impuestas por los diferentes entes de control, es un cliente que no duda en regresar e incluso recomendar a otros el lugar. Aquí es donde radica la importancia de la opinión del Consumidor frente a las responsabilidades adquiridas por la empresa, por ejemplo cuando un artículo presenta características que lo hacen defectuoso y para esto la persona que lo compro se dirige a la empresa y solicita su respectiva garantía. Una empresa que en todos los aspectos sea responsable, también lo será con su cliente y proporcionara una solución eficaz a la problemática respondiendo ante la queja que le sea presentada.

### **5.5.2.3 Fácil acceso a las líneas de crédito**

Cuando una entidad financiera es visitada por empresarios de corta o larga trayectoria, una de las preguntas que suele determinar si es factible realizar un préstamo para inversión o no es reconocer si dicha sociedad esta acogida bajo las normas que rigen el funcionamiento de cualquier organización, ya que esto representa la seriedad y la responsabilidad adquiridas por dicha empresa y evidencia que si adquiere un compromiso económico muy seguramente responderá cumplidamente ante él.

### **5.5.2.4 Mayor posibilidad nacional e internacionalmente**

La importancia del crecimiento económico generado por las alianzas estratégicas entre empresas nacionales y extranjeras cada día toma más fuerzas, para ello es fundamental que cada una de las organizaciones se encuentre al día con sus obligaciones legales ya que dichos compromisos representan la imagen y la trayectoria de las mismas.

### **5.5.2.5 Construcción de una buena imagen corporativa**

El reconocimiento que reciben las empresas por parte de sus clientes no es arbitrario, durante años cada compañía ha construido un modelo con el que ha llegado a crear recordación entre su mercado objetivo, es por esta razón que uno de los puntos claves para que esa imagen crezca constantemente es el cumplimiento del marco legal al que cada sociedad es sometida, de esta manera el consumidor busca comprar bienes o servicios que estén garantizados y con los cuales en ocasiones futuras no vaya a tener ningún tipo de problema.

### **5.5.3 ¿Qué es una sociedad?**

La Sociedad es una alianza a través de la cual dos o más personas acuerdan poner en común bienes o servicios para ejercer una actividad económica de la cual pueden obtenerse ganancias que posteriormente serán divididas de acuerdo al trato pactado. La Sociedad debe celebrarse por escritura pública e inscribirse ante la entidad pertinente para que pueda actuar como persona jurídica, natural o comercial (Cámara de comercio de Bogotá. 2011).

#### **5.5.3.1 Factores a tener en cuenta durante la elección de una sociedad**

Existen en la actualidad ocho tipos de sociedades. Para constituir una de ellas es importante determinar que compromisos adquirieron los socios dentro de la escritura pública y adicionalmente determinar ¿en qué tipo de obligaciones se desea incurrir?, de acuerdo con el tipo de sociedad que se elija.

### **5.5.4 Tipos de sociedades**

En la actualidad existen diferentes tipos de sociedades tales como: la sociedad anónima, colectiva, en comandita simple, etc. Las cuales están caracterizadas por el número de socios que las integran, el capital e incluso la actividad económica a la que se van a dedicar. A continuación se presenta un cuadro con las características más resaltantes de cada una de ellas:

**Figura 6** Tipos de sociedades

Tipo de Sociedad	Características
<b>Anónima</b>	<p>Debe estar constituida por mínimo 5 socios.</p> <p>Los socios se hacen responsables por el monto de dinero que aportan desde la creación de la sociedad.</p> <p>Se debe establecer el tiempo de funcionamiento de la sociedad en la escritura pública.</p>
<b>Colectiva</b>	<p>Se puede conformar con mínimo dos personas.</p> <p>Cada socio puede aportar un valor monetario diferente y ello no excluye a ninguno de participar en las juntas directivas.</p> <p>Esta sociedad puede ser representada legalmente por una o varias personas.</p>
<b>En comandita simple</b>	<p>Debe haber una persona que sea el socio colectivo.</p> <p>Debe haber una persona que represente al socio comanditario.</p> <p>El capital debe pagarse al momento de constituir la sociedad.</p> <p>La razón social está compuesta por el nombre de los socios y la sigla Cia S en C.</p>
<b>Limitada</b>	<p>La abreviatura es Ltda.</p> <p>La responsabilidad por las actuaciones y actividades de la empresa recae sobre todos los miembros de la misma y no sólo sobre uno.</p> <p>Esta sociedad puede formarse por mínimo dos integrantes y máximo 25.</p>
<b>Empresa unipersonal</b>	<p>Se caracteriza porque está conformada por una persona que desea llevar a cabo una o varias actividades empresariales.</p> <p>Su razón social deberá estar conformada por el nombre de la empresa y las siglas EU.</p> <p>Se constituye a través de documento privado</p>
<b>Fundación</b>	<p>Tipo de sociedad sin ánimo de lucro.</p> <p>La fundación debe ser creada por una persona natural o jurídica que desea proporcionar bienestar social a través de prácticas filantrópicas.</p> <p>Si el patrimonio de la organización desaparece la misma también debe terminar su labor.</p> <p>En caso de que alguno de sus fundadores fallezca, éste puede ser reemplazado por otra persona.</p>

**Fuente:** Bogotá emprende. (2009), formas jurídicas para legalizar la empresa, tomado de: [www.bogotaemprende.com/documento/4361\\_formas\\_juridicas\\_26072011.pdf](http://www.bogotaemprende.com/documento/4361_formas_juridicas_26072011.pdf)

Ahora se presenta el tipo de sociedad que de acuerdo al perfil de la empresa Juanchoarepa, se acomoda más a su actividad económica y que presenta en la actualidad un amplio portafolio de ventajas para quienes se vinculen a ella.

**Figura 7 S.A.S.**

Tipo de Sociedad	Características
<p><b>Sociedad por Acciones Simplificada</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Es una persona jurídica cuya naturaleza será siempre de carácter comercial.</li> <li>➤ Permite una clara facilidad de adaptación a los diferentes escenarios empresariales.</li> <li>➤ Contribuye a la generación de nuevas empresas que requieren un amplio campo de maniobra para su viabilidad económica y operativa.</li> <li>➤ Puede ser constituida por una o varias personas naturales</li> <li>➤ Su constitución debe hacerse a través de un documento privado.</li> <li>➤ Es una sociedad comercial que tiene plena autonomía para la toma de sus decisiones.</li> <li>➤ Tiene posibilidad de ampliar su cadena productiva con otros bienes o servicios y no solamente el que registraron o comercializan principalmente.</li> <li>➤ Los socios solo responden por el monto de capital que invirtieron</li> <li>➤ Las S.A.S tienen Libertad en la elaboración y ejecución de contratos.</li> <li>➤ Una S.A.S se puede formalizar de manera más rápida evitando la documentación excesiva, el gasto de tiempo y dinero.</li> </ul>

**Fuente:** Cámara de Comercio de Bogotá. (2008), Ley 1258 de 2008, tomado de: [www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2008/ley\\_1258\\_2008.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2008/ley_1258_2008.html)

## 5.6 Idea de negocio o plan de empresa

### 5.6.1 Definición

La idea de negocio es una parte de vital importancia a la hora de iniciar una empresa, ya que es el croquis de lo que se desea hacer, la descripción específica de lo que va a ser la empresa, los productos o servicios que prestará u ofrecerá a su público objetivo, las utilidades y gastos estimados y todo lo relacionado con el

funcionamiento y desarrollo de las actividades de la misma. De allí, la importancia de la veracidad de esta información, ya que al final de la recolección de la misma se evalúa la viabilidad de la idea de negocio en cuanto a generación de ingreso para sus creadores.

## **5.6.2 Origen de las ideas de negocio**

Existen varias formas de dar origen a una idea de negocio, algunas de ellas son:

### **5.6.2.1 La experiencia laboral previa**

Muchos de los estudios realizados a las empresas que se encuentran posicionadas en los diferentes mercados que existen en el mundo, demuestran que sus organizaciones o ideas de negocio surgieron de la experiencia que adquirieron en los trabajos en los que se desempeñaron en los años anteriores a la construcción y puesta en marcha de las mismas.

### **5.6.2.2 Cambios perceptibles en el entorno**

En esta parte encontramos todas aquellas ideas de negocio que surgen por causa de situaciones positivas o negativas que se generan en la sociedad, por ejemplo, el aumento en la conciencia de las personas por el cuidado del medio ambiente, o el excesivo uso de las redes sociales como medio de comunicación.

### **5.6.2.3 La copia o importación**

Se produce cuando el emprendedor tiene la oportunidad de viajar a otro país y se da cuenta que lo que se realiza en esa cultura es tan bueno y tan rentable que se podría aplicar en la cultura propia.

#### **5.6.2.4 Satisfacer una necesidad no suplida**

Como su nombre lo dice, busca satisfacer necesidades que no han sido suplidas o problemas a los que se les está dando una solución que no es tan efectiva como se espera.

#### **5.6.2.5 Ocupar un nicho de mercado pequeño, específico o desatendido**

En este caso, las ideas de negocio que surgen suelen fortalecerse rápidamente debido a que ninguna empresa está brindando una atención especializada a la problemática en la que se encuentra la sociedad o el mercado objetivo al que se desea llegar; sin embargo, es importante resaltar que en este tipo de ideas de negocio es necesario que existan clientes potenciales dentro del nicho de mercado, ya que al ser pequeño hay grandes riesgos en cuanto a la rotación del inventario.

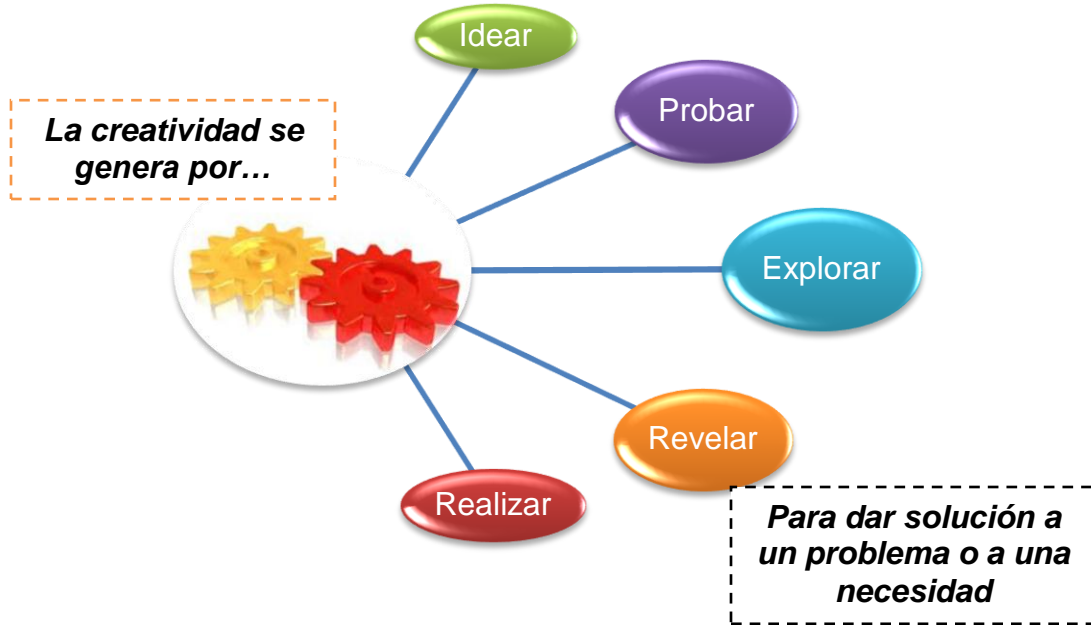
### **5.7 Elementos de una idea de negocio**

#### **5.7.1 Creatividad**

La creatividad es aquella que permite que la idea de negocio sea innovadora, útil y de grande impacto, basada en el proceso creativo de idear, probar, explorar, revelar, afirmar, reafirmar y realizar. Esta es una de las habilidades que existe en todas las personas, sólo que en unas se ejercita más que en otras y ello es lo que hace la diferencia no solo en una empresa sino en la vida en general.

La creatividad está fundamentada en el pensamiento abierto y/o divergente, el cual busca varias explicaciones o soluciones a un problema o necesidad con el ánimo de brindar la solución más completa a la problemática que se esté viviendo o viendo en ese momento.

**Figura 8** Creatividad



Fuente: propia

### 5.7.2 Innovación

La innovación es aquella que permite que la idea de negocio sea planteada de una forma atractiva y diferente tanto para todos aquellos posibles inversionistas del proyecto, como para todos aquellos clientes que componen el mercado objetivo al que se desea llegar, estando siempre de la mano de la creatividad.

Peter Drucker en su libro “La innovación y el empresario innovador”, plantea siete fuentes básicas de innovación: (1996)

- a) **Lo inesperado:** Lo impensado, lo nuevo y/o lo diferente que pueda tener un producto o servicio.
- b) **Lo incongruente:** La incoherencia entre lo que es el producto o servicio y lo que debería ser.

- c) **La necesidad de mejorar un proceso existente:** Adicionar o retirar a un producto o servicio algo específico que le permita o le impida ser atractivo.
  
- d) **Los cambios de una estructura industrial o de mercado:** aprovechamiento de las oportunidades que se generen en el momento de cambios por causa de tratados de libre comercio o la globalización en general.
  
- e) **Los cambios demográficos:** Nacimiento de hábitos culturales poco conocidos en una sociedad específica que puedan tornarse como potenciales ideas de negocio en un mercado en desarrollo o desarrollado.
  
- f) **Los cambios de percepción:** Nacimiento de nuevas tendencias dentro de un mercado específico, por ejemplo el consumo de alimentos “light” con el ánimo de llevar una vida saludable.
  
- g) **Nuevos conocimientos:** Todo aquello que se descubre y que puede ser de gran impacto dentro de la sociedad. Estos descubrimientos pueden ser comprobados científicamente o no.

Con base en lo anterior, ya será un poco más fácil el decidir por cuál de estos caminos se desea orientar la idea de negocio que usted como emprendedor tiene en mente.

### **5.7.3 Invención**

Consiste en la materialización de la idea de negocio planteando de forma específica todo aquello que surgió de la creatividad y la innovación con el ánimo de dar a conocer aquellas ideas que al ser coherentes y contar con atractivos bien definidos se convierten en un proyecto de negocio.

Con base en lo anterior, se puede afirmar que luego de pasar por un pensamiento abierto y/o divergente en la creatividad y la innovación, en esta parte es de vital importancia empezar a usar aquel pensamiento estratégico con el ánimo de lograr lo que se nombro hace un momento, esa coherencia y claridad en las ideas definidas como las mejores y más atractivas a la hora de dar a conocer el proyecto o idea de negocio en este caso.

Estos son en síntesis los tres componentes de vital importancia en la elaboración de una idea de negocio; en caso de necesitar ayuda adicional o una asesoría más profunda, la Cámara de Comercio de Bogotá ofrece asesorías en las cuales el emprendedor es orientado de forma clara y puede desarrollar más fácilmente su idea o plan de negocio. (Darin. S. 2010)

## **6 Marco metodológico**

### **6.1 Legalización de una empresa u organización**

El proceso de legalización, es quizás uno de los más importantes en todo lo que se refiere a la creación y constitución de una empresa, sin embargo, este es considerado por los pequeños y grandes empresarios como uno de los más difíciles, costosos e incluso tediosos, ya que se tiene una percepción de que el sistema de información que tienen las diferentes entidades a las que hay que acudir, no brinda las herramientas necesarias para identificar las diferentes actividades que están relacionadas con este tema.

Según Carlos Arturo Ojeda, en su guía para la creación de empresas frente a los trámites del Estado (2008), “Una adecuada organización social implica el desarrollo de un sinnúmero de actividades que no podrían ser ejecutadas por una sola entidad, por esta razón se han establecido diversos organismos tanto de carácter oficial como privado, que ejercen labores orientadas a cumplir objetivos específicos.

En el ámbito empresarial existen en Colombia un importante número de entidades que se encargan de trámites diversos. Las actividades mercantiles obligan al empresario a realizar gestiones ante algunas de estas entidades, dependiendo de factores como su objeto social, la naturaleza y tamaño de los negocios, el tipo de actividades que realiza la empresa, entre otros”

A continuación se presentan de forma descriptiva los pasos a seguir en la constitución legal de una empresa y la metodología que inevitablemente debe estar fusionada o acompañada de la comunicación, la cual será presentada posteriormente en el plan de intervención con el fin de brindar una herramienta facilitadora en todo lo referente al Marco Legal de la empresa en estudio (Juanchoarepa).

## 6.2 Proceso de legalización

**Figura 9** Proceso de legalización de una empresa

Entidad	Documento requerido
<b>Cámara de Comercio de Bogotá</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Consulta de nombre</li> <li>➤ Consultar clasificación por actividad económica.</li> <li>➤ Expedición del certificado de existencia y representación legal con escritura o documento privado.</li> <li>➤ Solicitud de la matrícula mercantil.</li> </ul>
<b>DIAN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Registro Único Tributario</li> <li>➤ NIT</li> </ul>
<b>Superintendencia de Industria y Comercio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Consulta de marca</li> <li>➤ Registro de marca</li> <li>➤ Registro de patentes</li> <li>➤ Expedición de certificado de pesas y medidas.</li> <li>➤ Calibración instrumentos de medición.</li> </ul>
<b>Secretaría de Planeación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Concepto de uso del suelo.</li> </ul>
<b>Cuerpo Oficial de Bomberos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Solicitud de revisión técnica de seguridad.</li> </ul>
<b>Secretaría de Hacienda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Solicitud del Registro de Información Tributaria RIT.</li> </ul>
<b>Notaría</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Realización de la minuta de constitución (Pública o privada)</li> </ul>
<b>Secretaría de Medio Ambiente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Registro de publicidad exterior visual</li> <li>➤ Registro de aire (en caso de que la empresa ya este legalizada)</li> <li>➤ Registro de nivel de ruido (en caso de que la empresa ya este legalizada)</li> </ul>
<b>Sayco y Acinpro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Certificado de uso de música dentro del establecimiento.</li> </ul>
<b>Invima</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Registro sanitario de alimentos.</li> <li>➤ Permiso sanitario de alimentos (opcional)</li> </ul>
<b>Superintendencia de Sociedades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Registro del logo.</li> </ul>

**Fuente:** Propia, basada en la visita a las instituciones nombradas.

## 6.2.1 Elaboración del documento de constitución de la empresa

### 6.2.1.1 Minuta de constitución

**Figura 10** Características de una minuta

- \* Es el borrador de la escritura pública.
- \* En ella se especifica el tipo de sociedad al que se desea pertenecer.
- \* Se debe especificar el nombre de los socios, su número de identificación, nacionalidad, domicilio y cuantía aportada por C/U.
- \* Se debe especificar el nombre de la empresa, el nombre del representante legal, el domicilio, el objeto social y el capital social con el que inicia la empresa.
- \* Conformación de la junta de socios y sus funciones, la reserva legal, el tiempo de duración de la sociedad y las causas para su desaparición.
- \* Debe ser realizada por un contador, no tiene costo y es entregada después de finalizada.

**Fuente:** propia, basada en el modelo de minuta de la Cámara de Comercio.

#### 6.2.1.1.1 Minuta de constitución por documento privado

La minuta de constitución puede ser realizada por documento privado si la empresa a formalizar cuenta con unos activos totales inferiores a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes, una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores y no se aportan bienes inmuebles para el inicio de la misma. Para mayor información puede consultar la ley 1014 de 2006 y/o el decreto 4463 de 2006 donde se explica con mayor profundidad el tema.

#### ❖ **Sociedad por Acciones Simplificadas “S.A.S.”**

Si usted desea también puede constituir su empresa por documento privado a través de la Sociedad por Acciones Simplificadas “S.A.S.”, la cual le permite como una excepción realizar este procedimiento sin tener en cuenta el número de trabajadores que conforman la planta de personal o el valor de los activos con los

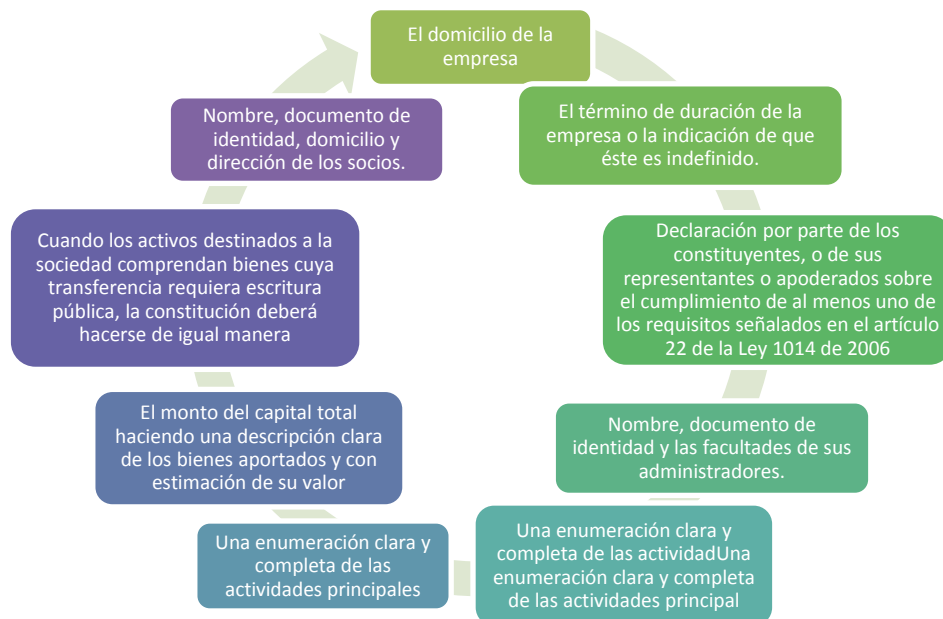
que cuenta o contará la empresa. Para mayor información puede consultar la ley 1258 de 2008.

### ❖ Empresa unipersonal

En este caso, al igual que la Sociedad por Acciones Simplificadas, es permitido que las empresas Unipersonales sean constituidas por documento privado sin dar atención al número de trabajadores que componen la planta de personal o el valor total de los activos de la empresa. Para mayor información puede consultar el artículo 72 de la ley 222 de 1995. (Cámara de Comercio de Bogotá. 2011)

#### 6.2.1.1.2 Requisitos para constituir una sociedad por documento privado

**Figura 11** Requisitos por documento privado

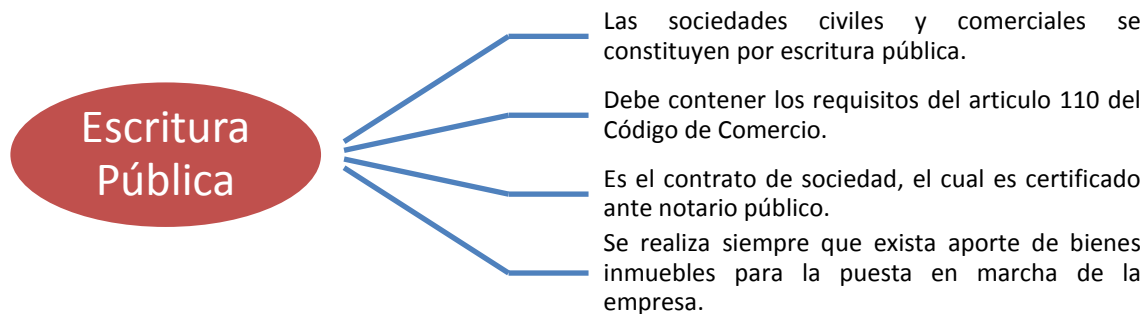


**Fuente:** Propia, basado en la Cámara de Comercio de Bogotá.

## 6.2.2 Escritura pública

En seguida se podrá encontrar un gráfico en el que se explica de forma comprensible los requisitos y los momentos en que se debe realizar una escritura pública.

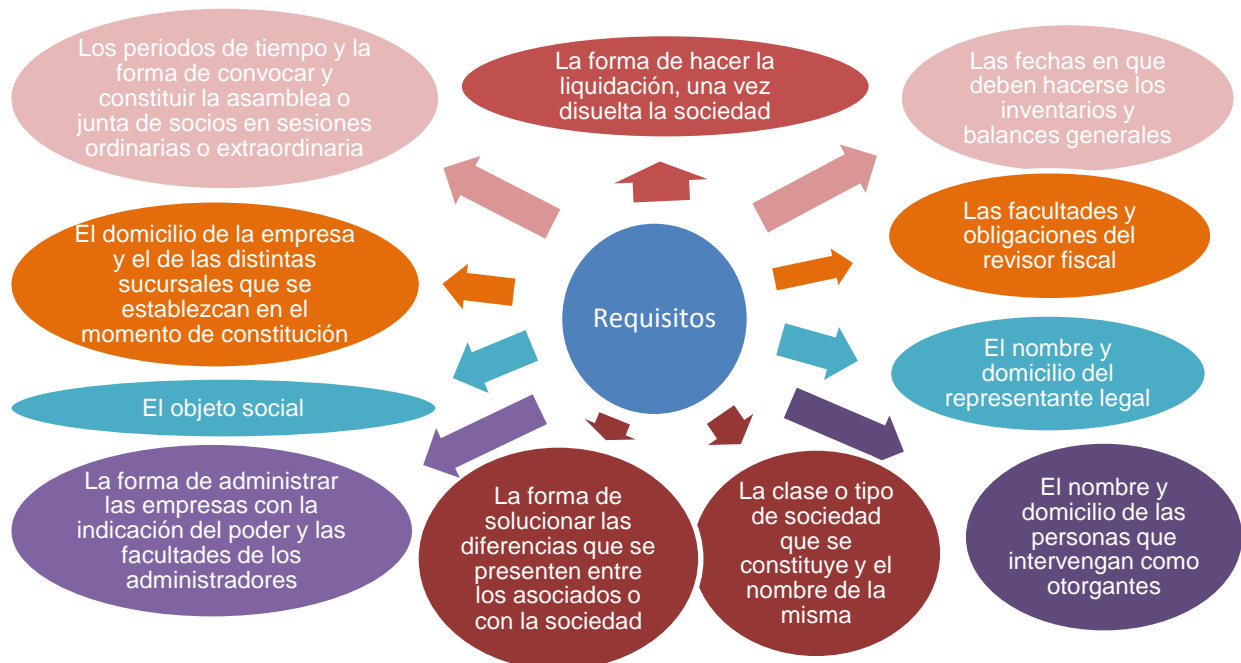
**Figura 12** Escritura pública



**Fuente:** propia, basada en la Cámara de Comercio

### 6.2.2.1 Requisitos para constituir una sociedad por escritura pública

**Figura 13** Requisitos de una escritura pública

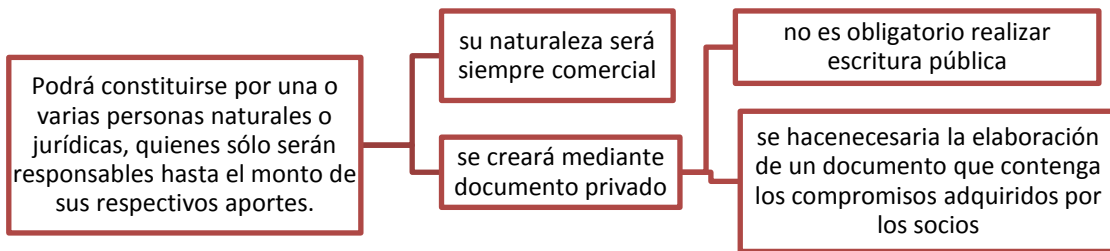


**Fuente:** Propia, basado en la Cámara de Comercio de Bogotá.

## 6.3 Tipos de sociedades

### 6.3.1 Sociedades por acciones simplificadas

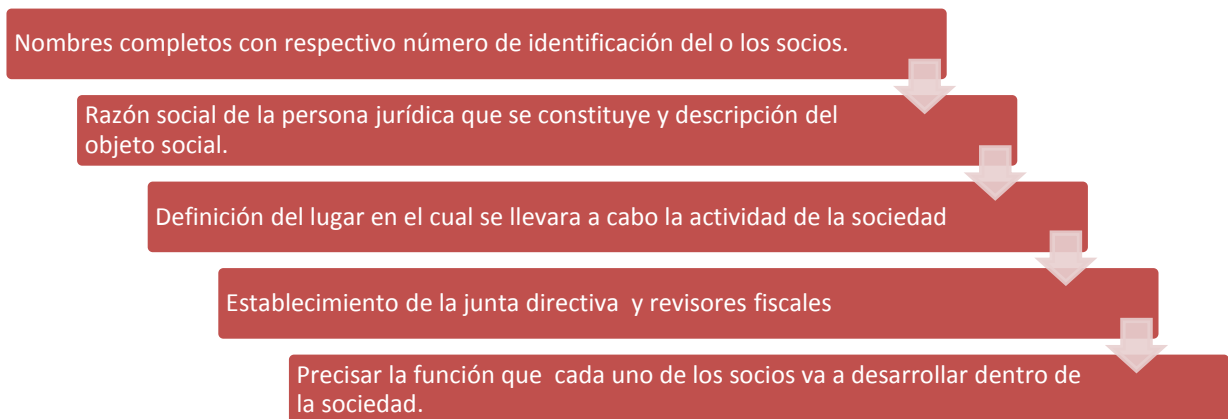
Figura 14 S.A.S.



Fuente: propia, basada en la ley 1258 de 2008.

#### 6.3.1.1 Requisitos en el documento de constitución

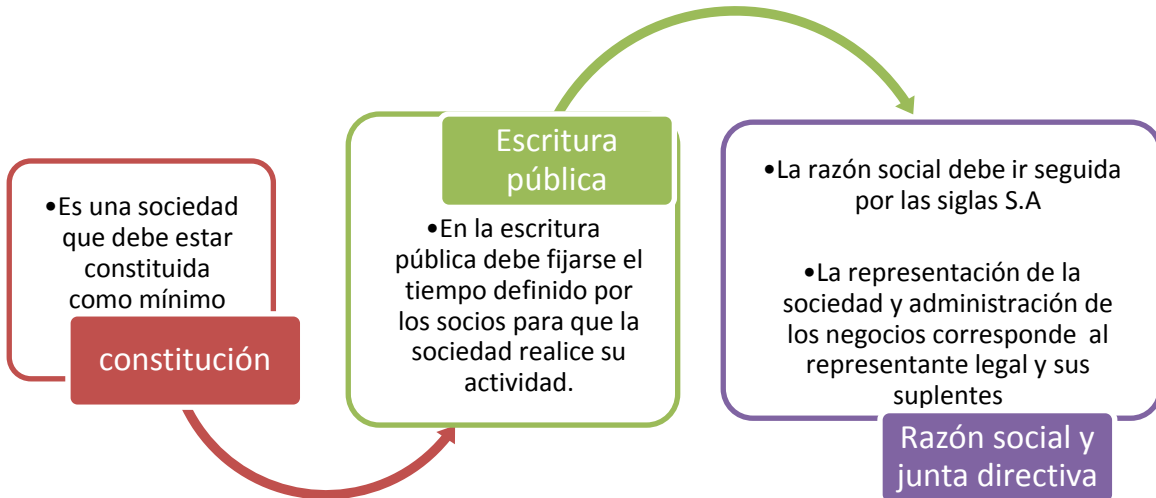
Figura 15 Requisitos S.A.S.



Fuente: Propia, basado en la ley 1258 de 2008.

### 6.3.2 Sociedad anónima

Figura 16 Sociedad anónima



Fuente: Propia, basada en la ley 1258 de 2008.

#### 6.3.2.1 Requisitos en el documento de constitución de una S.A.

Figura 17 Requisitos S.A.



Fuente: Propia, basada en la ley de 2008.

### 6.3.3 Sociedades Colectivas

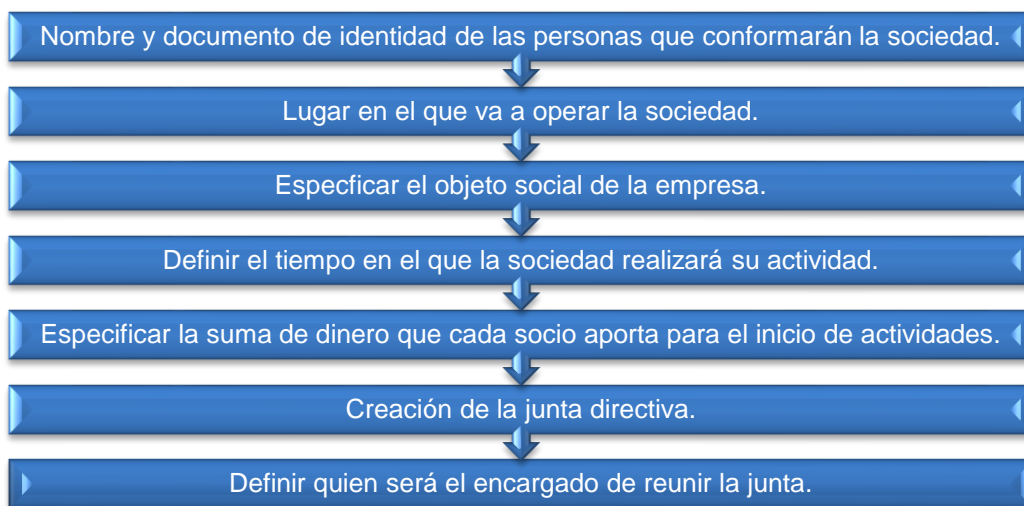
Figura 18 Sociedad Colectiva



Fuente: propia, basada en la ley 1258 de 2008.

#### 6.3.3.1 Requisitos en el documento de constitución de una Sociedad Colectiva

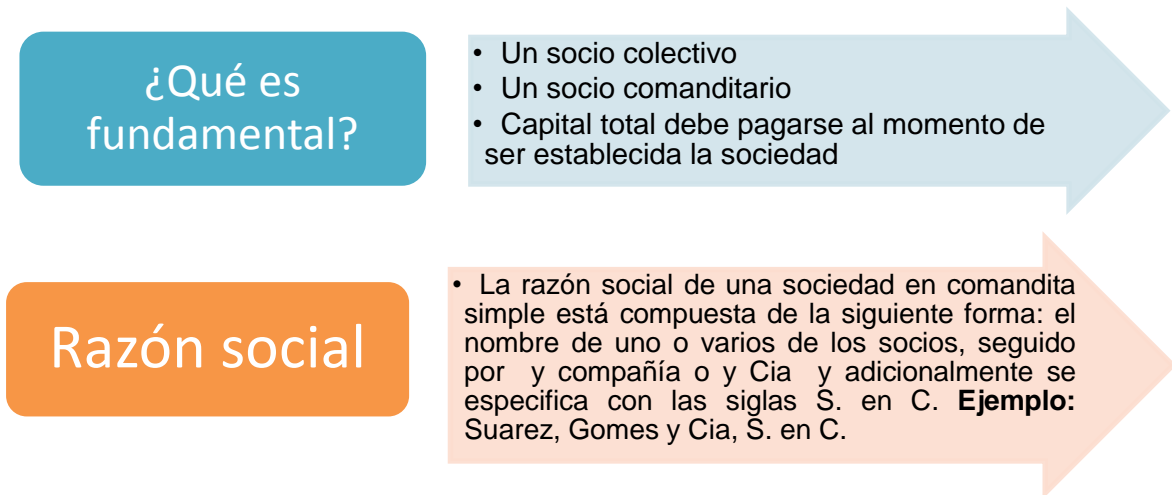
Figura 19 Requisitos sociedad colectiva



Fuente: Propia, basado en la ley 1258 de 2008.

### 6.3.4 Sociedad en Comandita Simple

Figura 20 Sociedad en comandita simple



Fuente: Propia, basado en la ley 1258 de 2008.

#### 6.3.4.1 Requisitos para una Sociedad en Comandita Simple

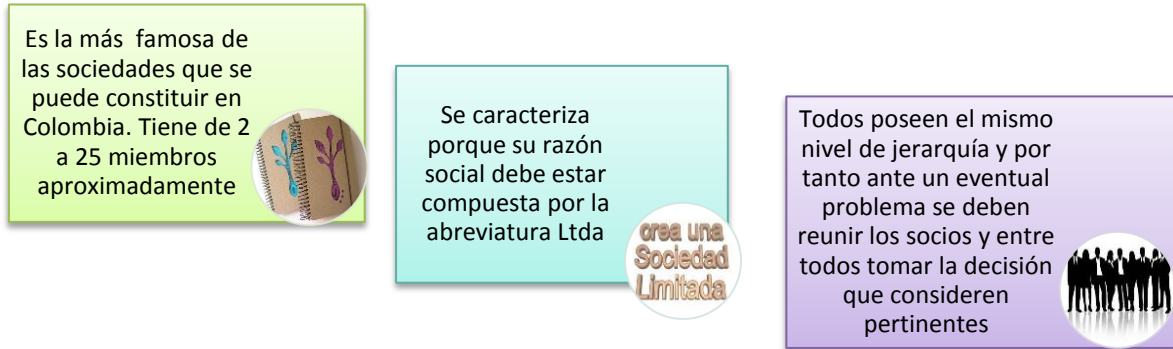
Figura 21 Requisitos sociedad en comandita simple



Fuente: Propia, basado e la ley 1258 de 2008.

### 6.3.5 Sociedad Limitada

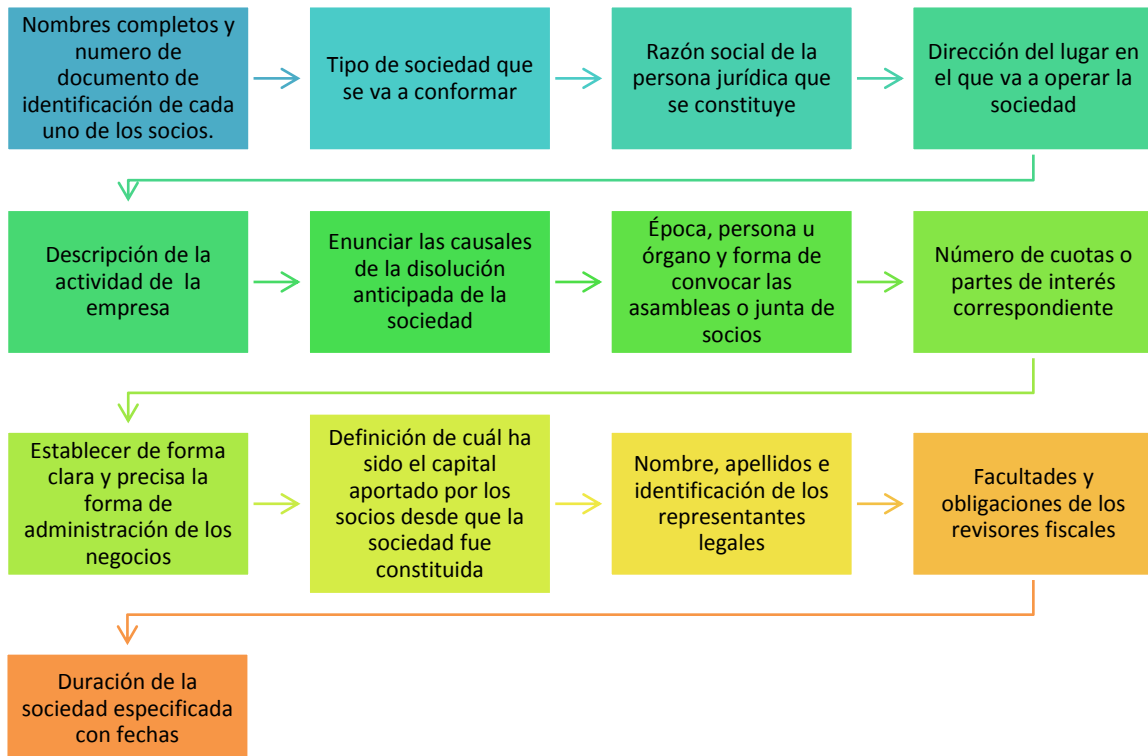
Figura 22 Sociedad limitada



Fuente: propia, basada en la ley 1258 de 2008.

#### 6.3.5.1 Requisitos en el documento de constitución de una Sociedad limitada

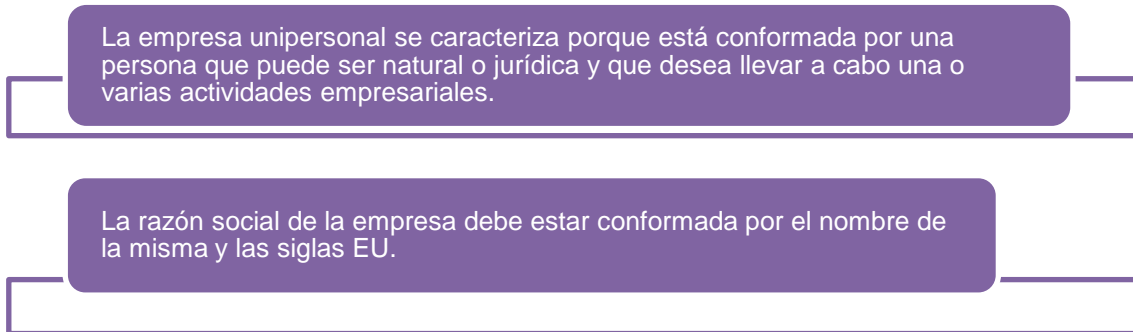
Figura 23 Requisitos sociedad limitada



Fuente: Propia, basado en la ley 1258 de 2008.

### 6.3.6 Empresa unipersonal

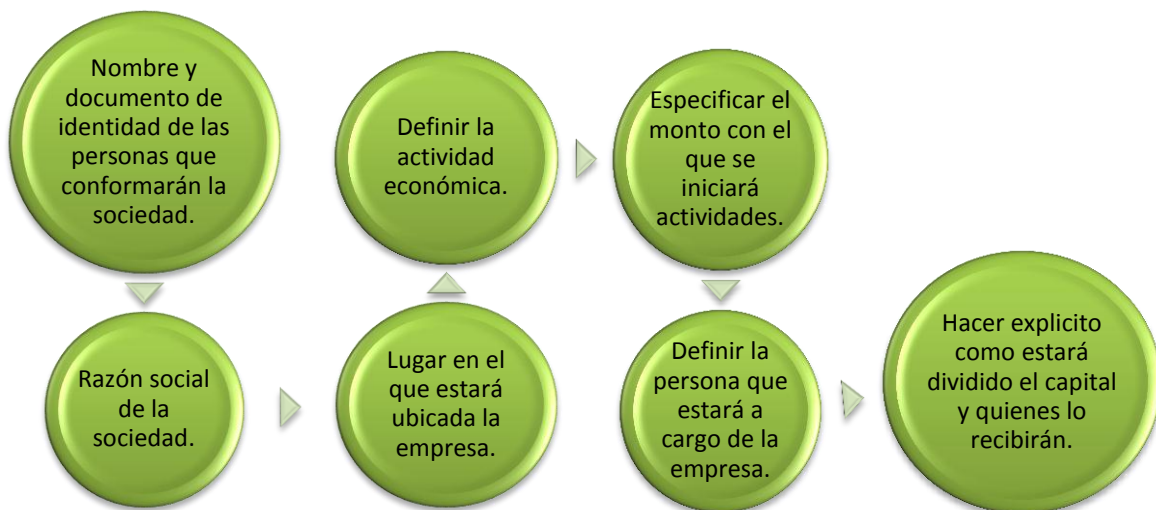
**Figura 24** Empresa Unipersonal



**Fuente:** propia, basado en la ley 1258 de 2008.

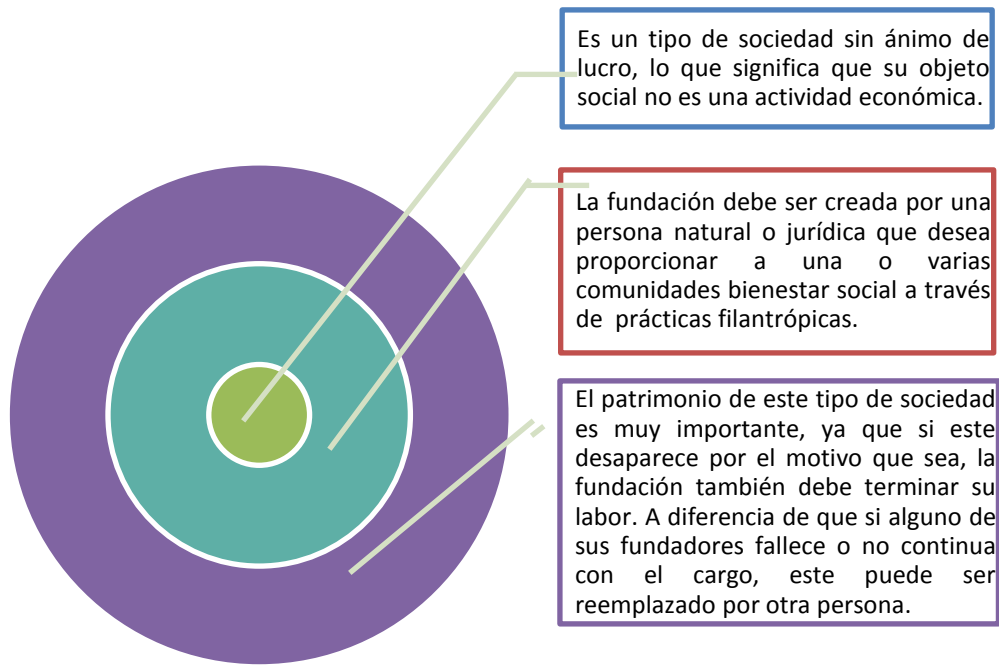
#### 6.3.6.1 Requisitos en el documento de constitución de una Empresa Unipersonal

**Figura 25** Requisitos empresa unipersonal



**Fuente:** Propia, basado en la ley 1258 de 2008.

**Figura 26** Fundación



**Fuente:** propia, basado en la ley 1258 de 2008.

### 6.3.6.2 Requisitos en el documento de constitución de una Fundación

**Figura 27** Requisitos fundación



**Fuente:** Propia, basado en la ley 1258 de 2008.

### 6.3.7 Trámites en los que todas las sociedades coinciden

**Figura 28** Documentación transversal

Sociedad Anónima	Sociedad Limitada	Sociedad por acciones simplificada	Sociedad en Comandita Simple	Sociedad Limitada	Empresa Unipersonal	Fundación
Elaboración de escritura pública o Documento privado de constitución	Elaboración de escritura pública o Documento privado de constitución	Elaboración de escritura pública o Documento privado de constitución	Elaboración de escritura pública o Documento privado de constitución	Elaboración de escritura pública o Documento privado de constitución	Elaboración de escritura pública o Documento privado de constitución	Elaboración de escritura pública o Documento privado de constitución
Expedición del NIT y el RUT	Expedición del NIT y el RUT	Expedición del NIT y el RUT	Expedición del NIT y el RUT	Expedición del NIT y el RUT	Expedición del NIT y el RUT	Expedición del NIT y el RUT
Matricula Mercantil	Matricula Mercantil	Matricula Mercantil	Matricula Mercantil	Matricula Mercantil	Matricula Mercantil	Matricula Mercantil
Certificado de existencia y representación legal	Certificado de existencia y representación legal	Certificado de existencia y representación legal	Certificado de existencia y representación legal	Certificado de existencia y representación legal	Certificado de existencia y representación legal	Certificado de existencia y representación legal
Afiliación de empleados a la EPS y ARP	Afiliación de empleados a la EPS y ARP	Afiliación de empleados a la EPS y ARP	Afiliación de empleados a la EPS y ARP	Afiliación de empleados a la EPS y ARP	Afiliación de empleados a la EPS y ARP	Afiliación de empleados a la EPS y ARP

**Fuente:** Propia

Con el fin de facilitar la elección de la sociedad que mejor se acomode a la actividad de la empresa y las necesidades de la misma, se diseñaron los gráficos que fueron presentados anteriormente y en los cuales se ilustró de forma dinámica cada uno de los pasos a seguir de acuerdo con el tipo de sociedad que elija el nuevo empresario o emprendedor.

Es importante tener en cuenta que el Estado colombiano proporciona todas las garantías y la plena libertad en la elección de cualquier tipo de sociedad de acuerdo a los requerimientos que cada persona tenga; todo ello con el fin de


eliminar todos los paradigmas tejidos en torno al proceso de formalización empresarial que lo divisan como un proceso tedioso y sin buenos resultados.

## 6.4 Registro Único tributario (RUT)

El Registro Único Tributario (RUT) es uno de los componentes más importantes dentro del marco legal que debe ser tenido en cuenta para constituir bajo las leyes colombianas cualquier empresa.


### 6.4.1 ¿Qué es?, ¿Para qué sirve? Y ¿Qué documentación es necesaria para adquirirlo?

Figura 29 Registro único tributario




#### ¿Qué es?

- De acuerdo con la DIAN (Dirección de impuestos y aduanas nacionales) “el RUT es un mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto de renta y no contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio, los responsables del régimen común, los pertenecientes al régimen simplificado, los agentes retenedores, los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros (DIAN. 2011).



#### ¿Para qué sirve?

- El RUT posibilita que la DIAN conozca que personas naturales o jurídicas deben cancelar sus impuestos, llevar un control de cada recaudo



#### ¿Qué documentación es necesaria para adquirirlo?

- Documento de identidad.
- Si se actúa por otra persona es muy importante llevar consigo el poder que acredite que el permiso fue otorgado por la misma
- Documento con autenticación de firma del interesado
- Documento de constitución de la sociedad (escritura pública),
- Documento de identificación del representante legal, cuando se trate de persona jurídica y el trámite lo realice directamente el representante

Fuente: propia, basado en la DIAN.

#### **6.4.2 ¿Dónde realizar este trámite?**

La solicitud del Registro Único tributario debe efectuarse en las oficinas de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales o en puntos que esta misma entidad haya designado, posterior a el diligenciamiento del formulario en la cámara de comercio, este es revisado y por último el contribuyente recibe un certificado que estipula que a partir de ese momento dicha persona natural o jurídica debe responder por el costo de sus impuestos y hacerlos pagos durante el tiempo que la DIAN así lo requiera.

#### **6.5 Carátula única empresarial y anexo de matrícula mercantil**

##### **6.5.1 Matrícula Mercantil**

Es una obligación que tiene todo comerciante y que está basada en la recolección de la información de las personas naturales o jurídicas y de sus empresas, instituciones u organizaciones, con el ánimo de que figuren en el registro mercantil y toda la comunidad las pueda consultar.

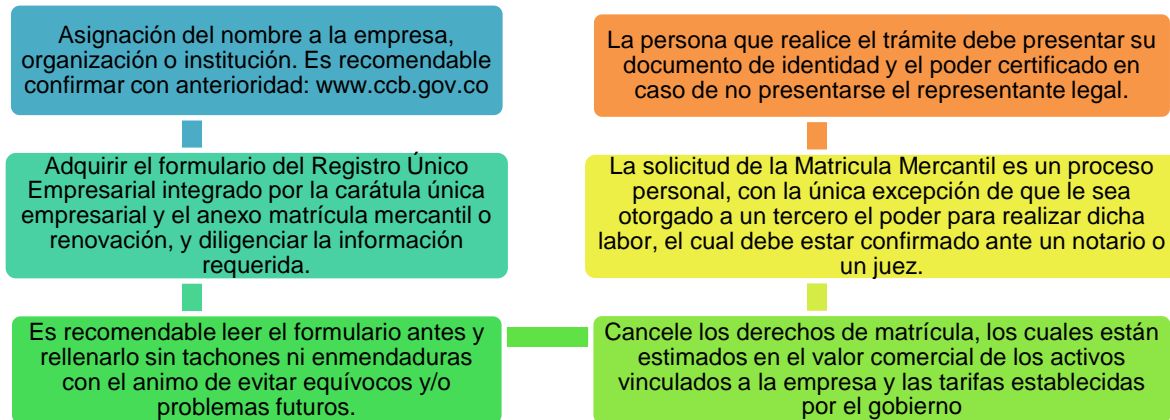
Es obligación de los comerciantes renovar la matrícula mercantil anualmente, informar la pérdida de la calidad como comerciante en caso de dejar de ejercer su actividad o poner de manifiesto cualquier cambio en su actividad comercial.

##### **6.5.1.1 Lugar donde se debe matricular el establecimiento de comercio**

La matrícula mercantil se debe realizar en la Cámara de Comercio más cercana al lugar en el que vaya a funcionar la empresa, institución u organización.

### 6.5.1.2 Requisitos de Matriculación del establecimiento comercial

Figura 30 Requisitos de matriculación



Fuente: propia, basada en la Cámara de Comercio de Bogotá.

### 6.5.1.3 Importancia de estar registrado

- Brinda la posibilidad de ser reconocido como comerciante y es una de las pruebas de la legalidad de la empresa y el propietario.
- Acredita la propiedad de un establecimiento de comercio.
- Permite el acceso a créditos comerciales en el sector financiero, ya que sin él no son aprobados los mismos.
- Da a conocer la información comercial para aquellos que desean saber la actividad del comerciante, sus referencias y su solvencia patrimonial.
- Posibilita los contactos comerciales directos con proveedores y clientes.
- Facilita la realización de negocios con los sectores públicos y privados.
- Mientras se encuentre vigente la matrícula mercantil, nadie podrá registrar su entidad o sociedad con el mismo nombre.

### 6.5.1.4 Cancelación de la matrícula mercantil

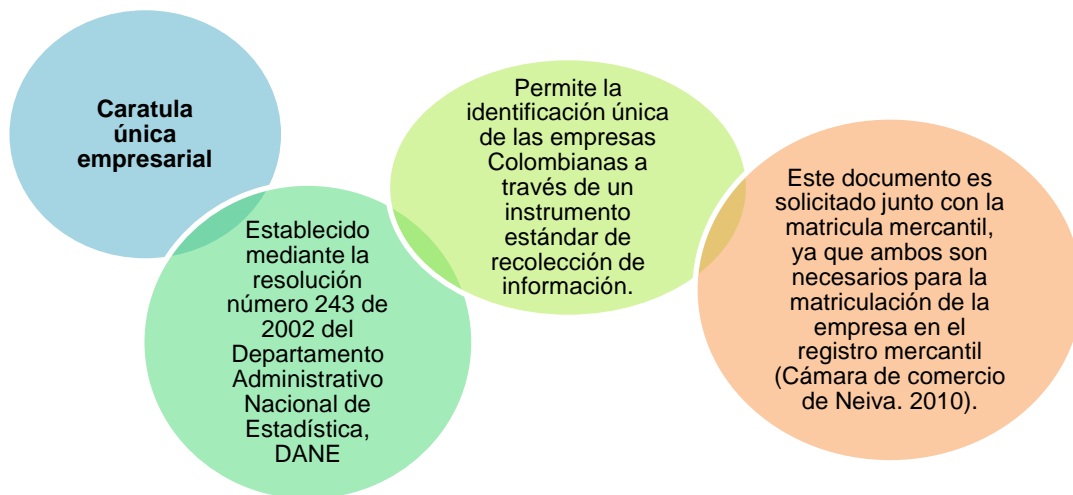
Esta se dará cuando el comerciante decida por voluntad propia o por cuestiones de fuerza mayor no continuar con la empresa, institución u organización; para ello debe solicitar la cancelación de la matrícula de manera escrita ante la cámara de

comercio con diligencia de presentación personal ante un Juez, un notario o el secretario de la cámara de comercio. De igual forma si la persona no continua con su labor, debe solicitar la cancelación de su matrícula como comerciante.

Para realizar estos trámites es necesario resaltar que se debe estar a paz y salvo en el pago de los derechos de renovación (Confecamaras, 2009).

## 6.6 Carátula única empresarial

**Figura 31** Caratula única empresarial



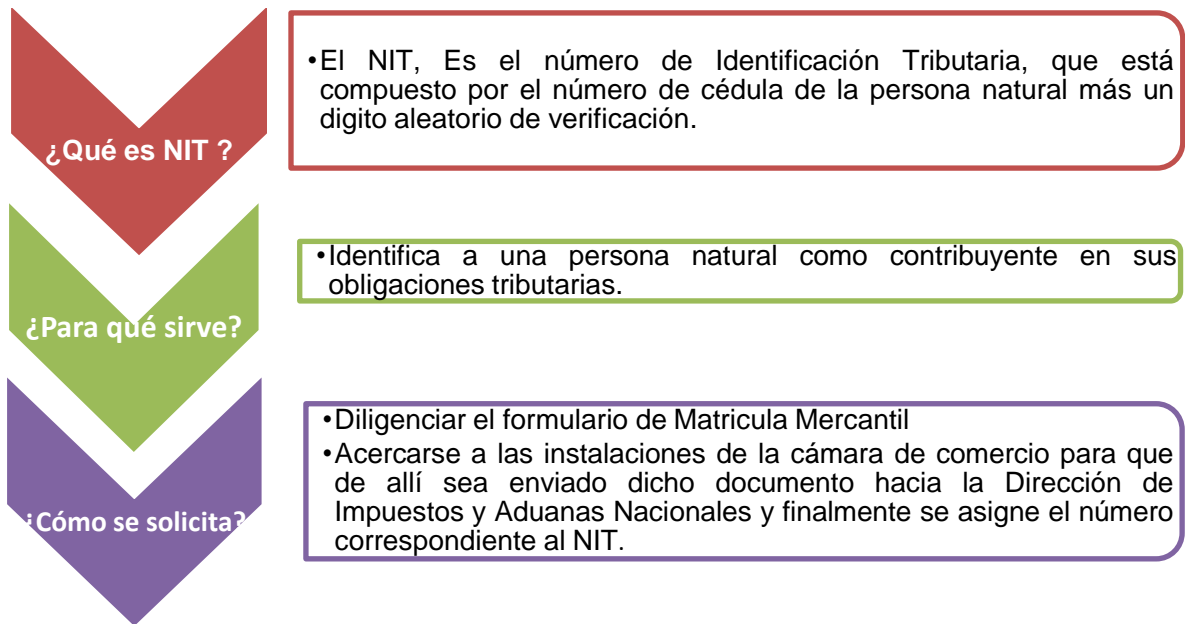
**Fuente:** propia, basado en la Cámara de Comercio de Neiva.

## 6.7 Formulario adicional de registro con otras entidades

Por medio de este documento la Cámara de Comercio envía la información a la Secretaria de Hacienda Distrital de Bogotá con el ánimo de realizar la inscripción en el Registro de Información Tributaria o RIT, siempre que el desarrollo de las actividades de la empresa sean llevadas a cabo en Bogotá y estén gravadas con el impuesto de Industria y Comercio (Confecamaras. 2011).

### 6.7.1 ¿Qué es el NIT?

**Figura 32** Número de Identificación Tributaria - NIT



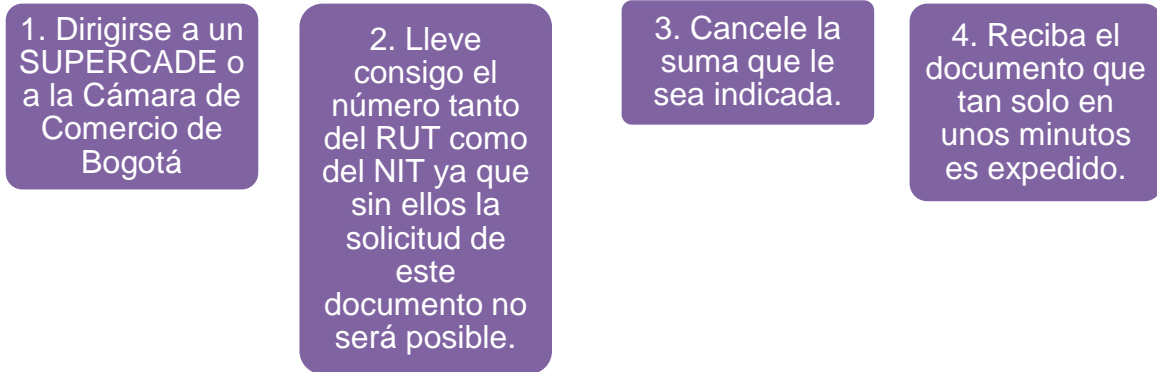
**Fuente:** propia

### 6.7.2 Certificado de existencia y representación legal

Es un certificado expedido por la cámara de comercio que aquel encargado de evidenciar aspectos característicos de una sociedad que lleva a cabo cualquier actividad comercial, tales como la fecha en las que se inicio y la fecha en la cual caducara, su objeto social o actividad que lleve a cabo, la cantidad de socios que la conforman, el nombre de su representante legal, sus derechos y sus deberes.

### 6.7.2.1 ¿Cómo se solicita?

**Figura 33** Certificado de existencia y representación legal



**Fuente:** propia, basado en la Cámara de Comercio de Bogotá

### 6.7.3 Registro de Información Tributaria – RIT-

**Figura 34** RIT



**Fuente:** propia, basado en información de la Secretaria de Hacienda distrital

## **6.8 Trámite con las entidades distritales**

### **6.8.1 Superintendencia de Industria y Comercio**

Es una entidad que promueve el crecimiento empresarial en nuestro país y que vela continuamente por el cumplimiento de los derechos de los consumidores con el ánimo de que todo lo referente a la prestación de servicios y la producción y comercialización de bienes por parte de las empresas, sea realizado de la mejor manera posible.

#### **6.8.1.1 Consulta y registro de marca**

##### **6.8.1.1.1 Marcas**

Son aquellos signos o señales distintivas que caracterizan un producto o servicio y que permiten diferenciarlo de los que ofrecen otros comerciantes o empresas; es importante que la marca sea duradera en el tiempo y es bueno leer primero los artículos 134, 135, 136 y 137 de la decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, ya que allí se dan los lineamientos para la realización de la marca.

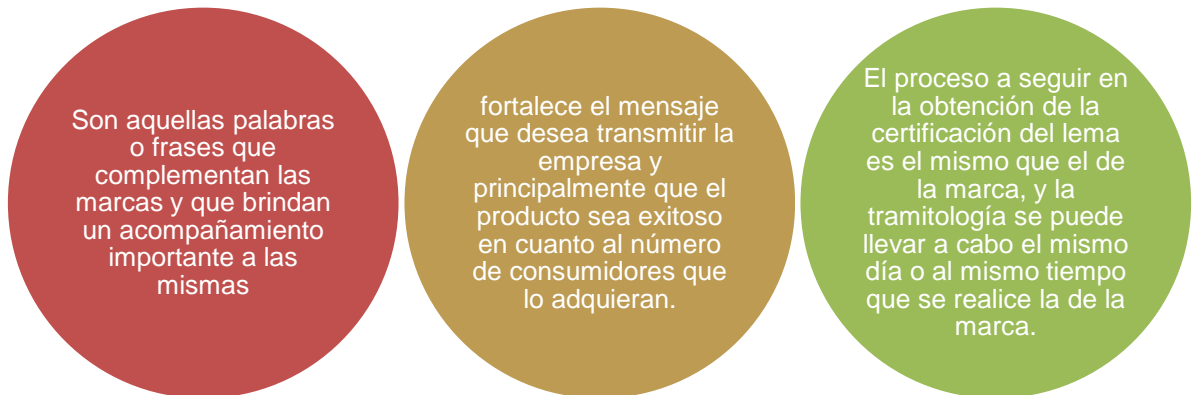
Se debe realizar de igual forma la investigación que permita identificar si existen otros comerciantes que hayan registrado o estén registrando marcas parecidas a las que se desean registrar porque si ello acontece el proceso se verá frenado.

Finalmente se debe realizar el pago de la tasa oficial ante la Superintendencia de Industria y Comercio por el registro y llenar el formulario que se puede descargar por la página web.

Para consultar los precios del registro se pueden dirigir a los siguientes links: [Tasas 2012 – Resoluciones 75858 de 2011](#) y [20963 de 2012](#).

### 6.8.1.1.2 Lemas

**Figura 35** Lemas



**Fuente:** propia, basado en la Superintendencia de Industria y Comercio

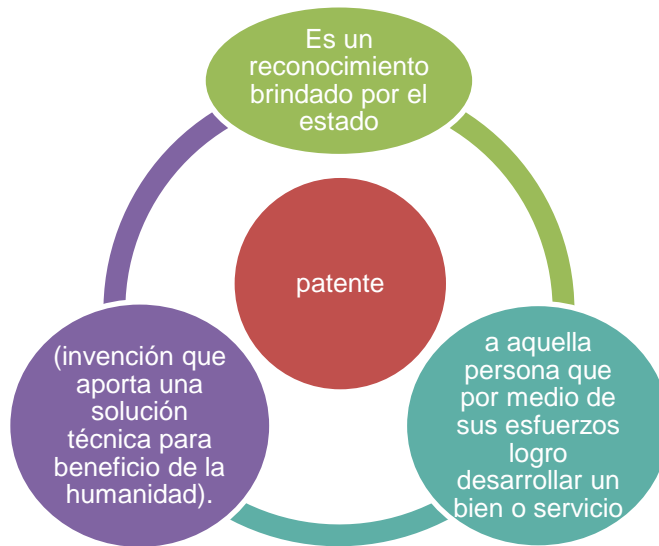
### 6.8.1.1.3 Requisitos para la solicitud de registro de marca

- Diligenciar el formulario de registro de marca y lema.
- Recibo de pago de la tasa legal para los productos o servicios.
- En caso de enviar un tercero para la realización del procedimiento, se debe presentar el poder que le otorga dicho permiso.
- En caso de ser micro-empresario puede acceder a un descuento en el registro de la marca llenando un formulario adicional que es dado el mismo momento en que solicita el de la marca (Superintendencia de Industria y Comercio, 2010).

## 6.8.1.2 Registro de patentes

### 6.8.1.2.1 ¿Qué es una patente?

Figura 36 Patentes



**Fuente:** propia, basado en la Superintendencia de Industria y Comercio.

### 6.8.1.2.2 ¿Qué beneficios obtengo al patentar un invento?

Principalmente, la persona será la única que podrá durante 20 años producir y/o comercializar su producto o servicio, o si desea vender su idea a un tercero para que él la explote durante los 20 años de reconocimiento que le brinda el Estado.

### 6.8.1.2.3 Documentos para la solicitud de una patente

- Diligenciar el formulario denominado petitorio.
- Resumen del invento.
- Descripción específica del invento.
- Los autores del invento.
  
- Figura o imagen del invento.

- Comprobante de pago de la tasa establecida anualmente.
- Si el registro se hace por medio de un abogado, se debe presentar el poder que lo certifique.
- Copia del contrato de cesión cuando el solicitante no sea el inventor, por ejemplo: un contrato de prestación de servicios o de trabajo (Superintendencia de Industria y comercio. 2010).

#### **6.8.1.3 Expedición del certificado de pesas, medidas y calibración de instrumentos de medición.**

Estos certificados son solicitados en la Superintendencia de Industria y Comercio y no son de carácter obligatorio, cada uno decide si desea obtenerlos o no.

### **6.9 Secretaria de Planeación**

Es una entidad que tiene por objeto la orientación y liderazgo en la formulación y seguimiento de las políticas y la planeación territorial, económica, social y ambiental de Bogotá en conjunto con otras entidades.

En esta entidad se obtiene la solicitud de concepto de uso del suelo, la cual es explicada a continuación.

#### **6.9.1 Solicitud del concepto del uso del suelo**

Este es un certificado que le permite al comerciante desarrollar su actividad sin problemas en un lugar determinado, lo ideal es solicitarlo en la curaduría Urbana de la Localidad con el ánimo de evitar problemas después de tener “todo listo” para el inicio de las actividades y/o el terreno comprado.

Aunque no es un certificado obligatorio, es recomendable solicitarlo en caso de presentar problemas con la comunidad por el uso del suelo o cualquiera que pueda aparecer. (Bogotá emprende. 2009)

## 6.10 Secretaría Distrital de Ambiente

Es la autoridad que busca promover el desarrollo sostenible y el cuidado del ambiente en Bogotá, con el fin de brindar buenas condiciones a los habitantes, auspiciar el cuidado de los recursos naturales y evitar el deterioro ambiental.

En esta entidad se obtienen los siguientes documentos:

**Figura 37** Documentos Secretaría de Ambiente

Entidad	Documento
<b>Secretaria Distrital de Ambiente</b>	➤ Permiso de vertimientos.
	➤ Permiso de concesión de aguas subterráneas.
	➤ Permiso de emisiones atmosféricas para fuentes fijas.
	➤ Solicitud de registro de libro de operaciones de industrias forestales.
	➤ Solicitud de concesión de aguas superficiales.
	➤ Licencia ambiental

**Fuente:** Propia, basado en la Secretaria Distrital de Ambiente.

### 6.10.1 Permiso de vertimientos

Es un permiso otorgado para todo aquel que genere vertimientos en aguas superficiales, marinas o también en acuíferos.

#### 6.10.1.1 Pasos a seguir para la obtención del permiso

- Llenar el formulario de solicitud de permiso de vertimientos.

- Verificar ante la curaduría de la localidad si se requiere de estudio ambiental para los conjuntos residenciales.
- Radicar todo en la curaduría anexando la documentación.
- Cancelar los costos de la evaluación, los cuales están establecidos por la curaduría.
- Presentar información adicional, si la institución a si lo ordena.
- Atender la visita técnica (Gobierno en línea. 2010).

### **6.10.2 Permiso de concesión de aguas subterráneas**

Es un permiso que concede la oportunidad de aprovechar las aguas subterráneas con las siguientes finalidades:

- Abastecimiento doméstico en los casos que requiera derivación.
- Riego, silvicultura y/o abastecimiento de abrevaderos (Cuando requieran derivación).
- Uso industrial y/o generación termina o nuclear de electricidad.
- Explotación y tratamiento mineral y/o petrolero.
- Generación cinética directa, hidroeléctrica, entre otros usos similares.

#### **6.10.2.1 Pasos a seguir**

- Solicitar o descargar el formulario único de concesión de aguas superficiales y diligenciarlo completamente.
- Radicar la concesión y los demás documentos que sean solicitados, y cancelar la tarifa indicada por la Secretaria distrital de ambiente.
- Enviar copia del recibo de pago a la Secretaria distrital de Ambiente para la programación de la visita.
- Estar atento a la fecha de la visita para dar cumplimiento al procedimiento.
- Presentar la documentación adicional que sea solicitada por la entidad (Portal del estado colombiano. 2009).

### **6.10.3 Permiso de emisiones atmosféricas para fuentes fijas**

Es un documento o certificado que permite que las empresas y organizaciones puedan realizar emisiones al aire, dependiendo los estándares especificados por la Secretaria Distrital de Ambiente.

#### **6.10.3.1 Documentos necesarios para el trámite**

- Nombre y dirección de residencia del solicitante y del representante legal.
- Llenar el formulario: Formato emisiones fuentes fijas.
- Localización de la empresa u organización.
- Fecha de inicio de las actividades; si la actividad es transitoria especificar los periodos de tiempo en que realizará dichos procesos.
- Certificado de uso del suelo dependiendo la ubicación de la empresa.
- Descripción detallada de los procesos y actividades de producción, almacenamiento, mantenimiento, tratamiento y demás que considere pertinentes dentro de la empresa, con el ánimo de dar a conocer mas a profundidad el impacto de dichas labores.
- Presentar la información meteorológica que revele el área afectada por dichas emisiones.
- Proyecciones de producción y expansión a cinco años.
- Lista de las materias primas usadas en la producción de los productos o servicios que se van a prestar.
- Diseño de los sistemas de control de emisiones atmosféricas.
  
- Si usa tecnologías limpias o controles para evitar la emisión de gases, realizar un listado de los instrumentos usados para tal fin (Corporación autónoma regional del Magdalena. 2011).

#### **6.10.4 Solicitud de registro de libro de operaciones de industrias forestales**

Este registro debe ser solicitado por aquellas empresas que planten, manejen, aprovechen, comercialicen y/o transformen productos primarios como bloques, tablas, chapillas y/o piezas, o secundarios como productos elaborados en madera: laminas, aglomerados, contrachapados, muebles y/o accesorios, porque se catalogan como industrias forestales.

Este requisito consiste en registrar un libro de operaciones de acuerdo a la actividad comercial de la empresa ante la Secretaria Distrital de Ambiente, según lo estipulado en los artículos 64 al 68 del régimen de aprovechamiento forestal (Decreto 1791 de 1996).

##### **6.10.4.1 Pasos para cumplir con este requerimiento**

- Llenar el formulario de solicitud de registro del libro de operaciones forestales.
- Ingrese a la página web de la Secretaria Distrital de Ambiente y en el “Autoliquidador” establecer el monto a cancelar por concepto de servicio de evaluación ambiental.
- Después de obtener el recibo del monto a cancelar, diríjase a la oficina de atención al cliente y reclame el formato de conceptos varios para realizar el pago en la oficina correspondiente, presentando ambos formatos.
- Presente la documentación adicional que le sea solicitada (Guía de trámites y servicios. 2012).

##### **6.10.5 Solicitud de concesión de aguas superficiales**

Esta concesión brinda la oportunidad de usar las aguas superficiales para los siguientes fines:

- Abastecimiento doméstico en los casos que requiera derivación.

- Riego y silvicultura.
- Abastecimiento de abrevaderos (Cuando requieran derivación).
- Uso industrial.
- Generación termina o nuclear de electricidad.
- Explotación y tratamiento mineral y/o petrolero.
- Generación hidroeléctrica.
- Generación cinética directa, entre otros usos similares.

#### **6.10.5.1 Pasos a seguir para la obtención de la concesión**

- Solicitar o descargar el formulario único de concesión de aguas superficiales y diligenciarlo completamente.
- Radicar la concesión y los demás documentos que sean solicitados.
- Cancelar la tarifa indicada por la Secretaria distrital de ambiente.
- Enviar copia del recibo de pago a la Secretaria distrital de Ambiente para la programación de la visita.
- Estar atento a la fecha de la visita para dar cumplimiento al procedimiento.
- Presentar la documentación adicional que sea solicitada por la entidad (Portal del estado Colombiano. 2009).

#### **6.10.6 Licencia ambiental**

Esta es una autorización que le concede la Secretaria Distrital de Ambiente a un comerciante para desarrollar su proyecto, obra o actividad que conforme a la ley puede producir deterioro grave a los recursos naturales renovables y el ambiente en general, y en el cual también se encuentran especificados todos los métodos que el comerciante o la empresa utilizará para mitigar o disminuir al máximo esos efectos.

### 6.10.6.1 Requisitos y documentos necesarios

- Nombre, documento de identidad, dirección de residencia y nacionalidad del solicitante.
- Nombre del representante legal y en caso de realizar el trámite un tercero, presentar el poder que lo certifique.
- Certificado y representación legal de la persona jurídica con una antigüedad no mayor a 30 días.
- Descripción del proyecto especificando el lugar donde será llevado a cabo, sus dimensiones y el costo estimado del mismo.
- Descripción general del estado del ambiente en el lugar en el que se desarrollara el proyecto y de las comunidades que habitan cerca del lugar y que se verán afectadas por el desarrollo del proyecto.
- Indicar detalladamente los recursos naturales que van a ser usados, aprovechados y/o afectados en el desarrollo de la actividad de la empresa o proyecto (Corporación autónoma del Tolima. 2009).

### 6.11 Registros adicionales para la creación de una empresa

Dentro de este grupo de documentos adicionales podemos encontrar los siguientes, los cuales serán explicados luego del gráfico.

**Figura 38** Registros adicionales para la creación de una empresa

Entidad	Documentos
Cuerpo de Bomberos	➤ Certificado de bomberos.
Hospital más cercano	➤ Concepto sanitario.
Invima	➤ Registro Invima.
Sayco y acinpro	➤ Certificado de uso de música.
Secretaria de ambiente	➤ Certificado contaminación auditiva.
Secretaria de ambiente	➤ Certificado contaminación visual.

**Fuente:** Propia, basado en las entidades mencionadas en la figura 38

### **6.11.1 Certificado de bomberos**

Es un certificado que permite clasificar el establecimiento en el rango de bajo, alto o medio de peligrosidad o facilidad de incendios. Para obtener este certificado usted debe solicitar el concepto técnico de bomberos en la estación más cercana, después de constituida su empresa.

Luego de este proceso debe presentar el certificado de Cámara y Comercio para calcular el monto a pagar por el certificado, el cual debe cancelar en el banco que le sea asignado y luego presentarlo en la misma oficina para que le agenden la visita y obtenga el documento.

### **6.11.2 Concepto sanitario**

Solicite en el hospital de primer o segundo nivel de la localidad en la que se encuentre ubicada la empresa, una visita para la verificación de las condiciones higiénico - sanitarias.

Luego de la visita el inspector le entregará un certificado en el que estará especificado el concepto sanitario final que puede ser favorable, pendiente la emisión del concepto o desfavorable.

Este concepto sanitario reemplaza la licencia sanitaria de funcionamiento por tiempo indefinido (Guía de trámites y servicios. 2012).

### **6.11.3 Invima**

Este es un registro que se otorga para las empresas que manejan alimentos dentro de sus actividades, para obtenerlo debe organizarlos por grupo o si lo desea individualmente, aunque ello conlleva a unos costos un poco más elevados.

Para obtener mayor información se puede dirigir a la página web [www.invima.gov.co](http://www.invima.gov.co)

#### **6.11.4 Sayco y acinpro**

Es la entidad encargada de analizar la cantidad de música usada dentro de los establecimientos, para ello se debe solicitar una cita y aunque la empresa no utilice música dentro de sus actividades debe expedir el registro que no tiene costo para ellas, pero para los demás casos según la utilización varia el costo.

#### **6.11.5 Preservación del medio ambiente auditivo**

Es de vital importancia que el ruido que sea realizado en el desarrollo de las actividades de la empresa no sea mayor al permitido por la Secretaria Distrital de Medio Ambiente. Para mayor información consulte la página web: [www.secretariadeambiente.gov.co](http://www.secretariadeambiente.gov.co)

#### **6.11.6 Preservación del medio ambiente visual**

Al igual que el anterior ítem, en este caso se deben respetar los estándares de publicidad y promoción de los productos con el fin de evitar la saturación visual de los consumidores o personas que rodean el lugar en el que se encuentra la empresa. Para mayor información consulte la página web: [www.secretariadeambiente.gov.co](http://www.secretariadeambiente.gov.co) (Bogotá emprende. 2011)

### **6.12 Seguridad Social**

#### **6.12.1 ¿Qué es la seguridad social?**

La seguridad social integral es establecida por el gobierno colombiano a partir de la ley 100 en 1993 en la que es definida como: “normas y procedimientos de que disponen la persona y la comunidad para gozar de una calidad de vida, mediante

el cumplimiento progresivo de los planes y programas que el Estado y la sociedad desarrollen para proporcionar la cobertura integral de las contingencias, especialmente la de salud y la capacidad económica de los habitantes del territorio nacional, con el propósito de brindar el bienestar individual y la integración de la comunidad”.

A través del anterior concepto la seguridad social se estableció como un sistema que proporciona a la sociedad una mejor calidad de vida que es acorde con los derechos que cada persona posee, integrando principios como la responsabilidad que buscan ofrecer un sistema integral en el cual se garantice principalmente el derecho a la salud.

La seguridad social representa la protección que se proporciona a la sociedad, por medio de una serie de medidas públicas, ante eventos tales como: cualquier enfermedad, maternidad, accidente de trabajo o enfermedad laboral, desempleo, invalidez, vejez y muerte

Por otro lado es importante destacar el objetivo que tenía el Estado inicialmente al buscar unificar la normatividad y la planeación de la seguridad social en el cual siempre debe ser preservado el principio en el cual el ser humano y su bienestar priman tal y como se estableció con la Ley 100 (Leyes Colombianas. 2011).

#### **6.12.1.1 Sistema general de riesgos profesionales**

El sistema general de riesgos profesionales de acuerdo con la ley 100 se establece como: “un conjunto de entidades públicas y privadas, normas y procedimientos, destinados a prevenir, proteger y atender a los trabajadores de los efectos de las enfermedades y los accidentes que puedan ocurrirles como ocasión o como consecuencia del trabajo que desarrollan”: En otras palabras, el objetivo principal del sistema de riesgos profesionales es garantizar al empleado que su salud se encuentra cobijada y protegida, en caso de que esta llegue a ser vulnerada el sistema entrara a regir y le proporcionara toda la ayuda que posibilite

su recuperación y le permita continuar con la labor que desempeña en su puesto de trabajo (Arenas. G. 2010).

#### **6.12.1.2 ¿A qué tiene derecho el trabajador?**

Cuando el empleador se vincula a un Sistema de riesgos profesionales, el empleado se hace acreedor a beneficios en caso de un accidente de trabajo tales como:

- Asistencia médica, quirúrgica, terapéutica y farmacéutica que le permita recuperarse satisfactoriamente con el fin de retornar a su lugar de trabajo.
- Medicamentos que posibiliten su recuperación
- Servicio de hospitalización el tiempo que el trabajador lo requiera
- Servicios en los cuales se diagnostique y se de tratamiento a la enfermedad que sea padecida por el trabajador.
  
- Prótesis en caso de perder alguna parte del cuerpo
- Rehabilitación tanto física como emocional que proporcione al paciente todas las herramientas que posibiliten su rápida recuperación con el fin de retomar sus labores con normalidad.
- Gastos de traslado que sean requeridos por el paciente.
- Incapacidad temporal

#### **6.12.1.3 ¿Cómo una empresa puede inscribirse en un sistema de riesgos profesionales?**

Existen en la actualidad un sin número de empresas dedicadas a proporcionar un sistema de riesgos profesionales a las organizaciones que así lo requieran. El primer paso para acceder a este tipo de servicio es contactarse con una ARP (Administradora de Riesgos Profesionales), la ARP le solicitará al empleador diligenciar un formulario en el cual se debe incluir datos determinantes presentados en el siguiente gráfico:

**Figura 39** Administradora de riesgos profesionales

<b>ARP Administradora de riesgos profesionales</b>	<b>Requerimientos</b>
	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Copia de la afiliación a la Entidad Promotora de Salud EPS</li><li>2. Copia de la afiliación a la Entidad Administradora de Fondos de Pensiones AFP</li><li>3. Datos generales del contratante: tipo de documento, No. de documento, razón social, dirección, teléfono, actividad económica, clase de riesgo en el que se encuentra clasificado este centro de trabajo, correo electrónico</li><li>4. Datos generales del trabajador: tipo de documento del trabajador, N° del documento, fecha de nacimiento (dd/mm/aa), sexo, E.P.S, código, tipo de contrato, fecha inicio del contrato, fecha terminación del contrato, forma de pago de la cotización, fecha inicio cobertura y valor del contrato.</li></ol>

**Fuente:** Propia, basado en el sistema de riesgos profesionales.

### **6.12.2 Fondo de salud**

El sistema social de la salud es el mecanismo a través del cual los ciudadanos colombianos tienen acceso a un seguro que les garantiza la pronta atención de su salud. La Entidad Promotora de Salud (EPS) es la encargada de prestar estos servicios y el empleador es quien se encarga de afiliar a sus empleados.

Los empleados se vinculan al POS (Plan Obligatorio de salud) que cubre:

- Urgencias de cualquier enfermedad.
- Exámenes de laboratorio y rayos x.
- Consulta general o especializada en cualquier área.
- Atención pre y pos natal.
- Consulta médica en optometría.
- Consulta médica psicológica.
- Consulta médica odontológica (excepto ortodoncia).

### 6.12.2.1 Proceso de afiliación a la EPS

**Figura 40** Afiliación a EPS

<b>Persona Natural</b>	<b>Persona Jurídica</b>
1- Carta en la que se solicite la afiliación debidamente firmada por el representante legal. Además se debe especificar que es la primera vez que la empresa va a solicitar este tipo de afiliación.	1- Carta en la que se solicite la afiliación debidamente firmada por el representante legal. Además se debe especificar que es la primera vez que la empresa va a solicitar este tipo de afiliación
2- Fotocopia de RUT	2- Fotocopia de RUT
3- Fotocopia de la Cédula del Representante Legal	3- Fotocopia de la Cédula del Representante Legal
4- Certificado original de Existencia y Representación Legal	4- Relación de trabajadores con su número de identificación y salario.
5- Relación de trabajadores con su número de identificación y salario.	

**Fuente:** propia, basado en sistema de riesgos profesionales

### 6.12.3 Caja de compensación familiar

Las cajas de compensación familiar tienen como objetivo incentivar el mejoramiento continuo en la calidad de vida del empleado y su familia incursionando en áreas como: la vivienda, la educación, la cultura, recreación, entretenimiento, entre otros.

#### 6.12.3.1 ¿Quiénes pueden beneficiarse?

- Trabajadores del sector público y privado
- Pensionados afiliados a Cajas de compensación
- Beneficiarios con certificado de viudez
- Empleados incapacitados por algún tipo de enfermedad

#### 6.12.3.2 Requisitos para acceder a los beneficios de la caja de compensación familiar

#### **6.12.3.2.1 Persona Natural**

- Fotocopia del RUT.
- Nomina que evidencie el salario de cada empleado que será afiliado
- Fotocopia de la cedula del empleador.
- Diligenciar el formulario que proporcionan las diferentes cajas de compensación.
- Certificado de paz y salvo en caso de haber pertenecido a otra caja de compensación anteriormente.

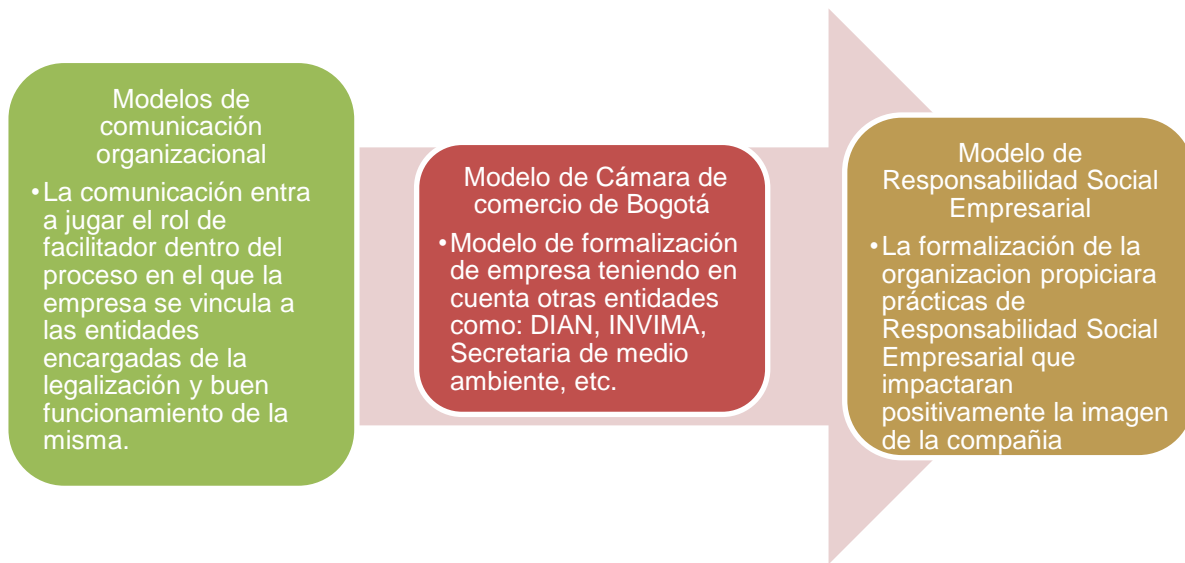
#### **6.12.3.2.2 Persona Jurídica**

- Certificado de representación legal y fotocopia del RUT.
- Nomina que evidencie el salario de cada empleado que será afiliado.
- Fotocopia de la cedula del empleador.
- Diligenciar el formulario que proporcionan las diferentes cajas de compensación.
- Certificado de paz y salvo en caso de haber pertenecido a otra caja de compensación anteriormente.

### **6.13 El enfoque desde modelos y teorías**

En el desarrollo de este proyecto que pretende diagnosticar el estado actual de la organización Juanchoarepa, los consultores externos han tenido en cuenta tres modelos en los cuales la empresa anteriormente mencionada deberá enfocarse para llevar a cabo su proceso de legalización como el siguiente grafico lo ilustra:

**Figura 41** Modelos y teorías



**Fuente:** Propia, Basado en la Cámara de Comercio de Bogotá

### **6.13.1 Modelo basado en la comunicación**

La empresa Juanchoarepa necesita de un diagnostico claro y conciso que le permita asociar la comunicación como herramienta para constituir legalmente la organización por tal razón las teorías en las que debe estar basado este proceso representan el punto de partida para reconocer cuales deben ser los factores más determinantes en dicho estudio.

En el proceso comunicativo se destacan autores como Elías y Mascaray para quienes la comunicación es “inherente y a la vez transversal a la gestión empresarial. Es decir, la comunicación no es todo, pero está en todo”. Por tanto la utilidad que tiene la comunicación actualmente es tan grande que de ella depende que se lleven a cabo negociaciones, se cree reconocimiento por parte de los clientes, incluso una imagen positiva o negativa frente a la competencia.

En el caso particular de la empresa en estudio, se pretende crear una relación directa entre todo el proceso de comunicación y la constitución legal de la

empresa. La comunicación será la herramienta facilitadora que permita llevar a cabo cada uno de los trámites como es ilustrado en el siguiente grafico:

**Figura 42** Proceso comunicativo.



**Fuente:** propia

Cada una de las entidades con las cuales Juanchoarepa debe establecer contacto, plantean modelos para facilitar al nuevo empresario la vinculación de su actividad económica a la legalidad, dichos mecanismos deben realizarse teniendo en cuenta los procesos comunicativos que harán posible crear medios eficaces que proporcionen beneficios en aspectos como: el tiempo e incluso el capital.

### **6.13.2 Modelo de la Cámara de Comercio de Bogotá**

La cámara de Comercio proporciona un amplio portafolio de oportunidades para que los nuevos empresarios hagan parte de la fuerza empresarial más grande del país, para ello la entidad afirma: Una vez el futuro empresario haya identificado y definido la actividad económica a desarrollar, deberá definir el número de personas involucradas en la creación de la compañía, de tal forma que tendrá dos opciones. Si el empresario ha decidido emprender su empresa de manera individual tendrá cuatro posibilidades para ejercer su actividad” (2009) lo anterior permite identificar como la Cámara de Comercio guía a los emprendedores en su

proceso de inmersión en el mercado por medio de modelos como los que a través del siguiente esquema serán presentados:

**Figura 43** Modelos de sociedad Cámara de Comercio



**Fuente:** Propia, basado en la ley 1258 de 2008

Con base en el anterior grafico, los consultores han decidido sugerir el modelo de sociedad que consideran más acorde con la actividad económica de la empresa Juanchoarepa, para ello se propuso el modelo de Sociedad en Comandita Simple ya que ofrece un sin número de beneficios entre los cuales se destacan :

- Puede estar constituida por una sola persona
- Se crea mediante documento privado
- Pueden constituirse con cualquier suma de dinero
- El tiempo en el que la sociedad lleve a cabo su actividad económica es indefinido.
- No es obligatorio especificar cuál será su objeto social.

### **6.13.3 Enfoque desde el modelo de la Responsabilidad Social Empresarial**

La Responsabilidad Social Empresarial es un tema que actualmente concentra la atención tanto de los nuevos como de los experimentados empresarios ya que se

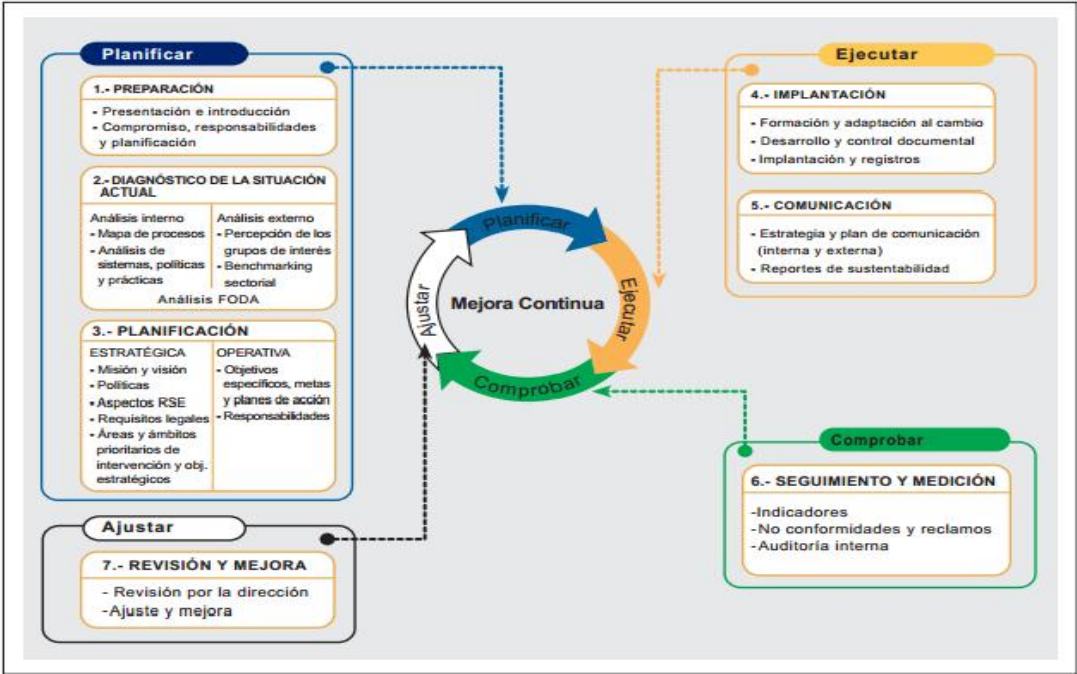
ha convertido en una herramienta que posibilita la generación de competitividad para las empresas.

La RSE es conocida también como un modelo de gestión que se debe implementar en las organizaciones con el fin de generar un impacto positivo hacia los clientes, la competencia, los proveedores, los colaboradores, etc.

La empresa Juanchoarepa adoptara de acuerdo a la propuesta presentada al final de este trabajo dirigido y en pro del cumplimiento de objetivos un modelo de gestión en el cual la RSE represente una oportunidad para entrar al mercado y generar reconocimiento por parte de su mercado objetivo.

En el siguiente grafico se observa como la RSE puede empezar a hacer parte de los procesos de la empresa complementándose por la comunicación

**Figura 44** Modelo de gestión de RSE



**Fuente:** 23 de mayo de 2012, tomado de: <http://www.rsc-chile.cl/documentos/Modelo%20De%20Gestion%20RSE.pdf>

El anterior grafico permitió evidenciar como se debe realizar un modelo de gestión en RSE en el cual deben estar involucrados: indicadores de rendimiento, procesos de comunicación interna y externa, diagnostico de la organización, estrategias de mejoramiento, que para el caso de la empresa en estudio representan todo el procedimiento que se llevara a cabo para lograr su constitución legal teniendo en cuenta, que la RSE estará aplicada basándose en el hecho de que una empresa responsable no es únicamente aquella que cuida el medio ambiente, o que aporta económicamente al mejoramiento de la comunidad bajo la cual desempeña su actividad comercial, una empresa socialmente responsable también es una organización preocupada por el marco legal que le ha sido impuesto por el Estado colombiano sometiéndose al cumpliendo a cabalidad con sus requerimientos, lo que garantiza a sus clientes calidad en los bienes o servicios que serán producidos.

#### **6.14 Plan de Intervención**

El siguiente plan de intervención es realizado con el fin de brindar a la empresa Juanchoarepa una guía práctica en el proceso de constitución y fortalecimiento de los procesos de comunicación que están relacionados con el éxito o el fracaso de la misma.

Con base en lo anterior, el plan es desarrollado de forma descriptiva y una de las metas es romper el paradigma que se teje alrededor de este procedimiento que es de vital importancia para cualquier organización.

### **6.14.1 Objetivos del plan de Intervención**

#### **❖ Objetivo general**

Llevar a cabo un plan de intervención dirigido a la empresa Juanchoarepa, en el cual se evidencie todo el proceso relacionado con las obligaciones legales que la organización adquiere en el momento en el que se efectuó su constitución formal y la comunicación como ente facilitador para dicho proceso.

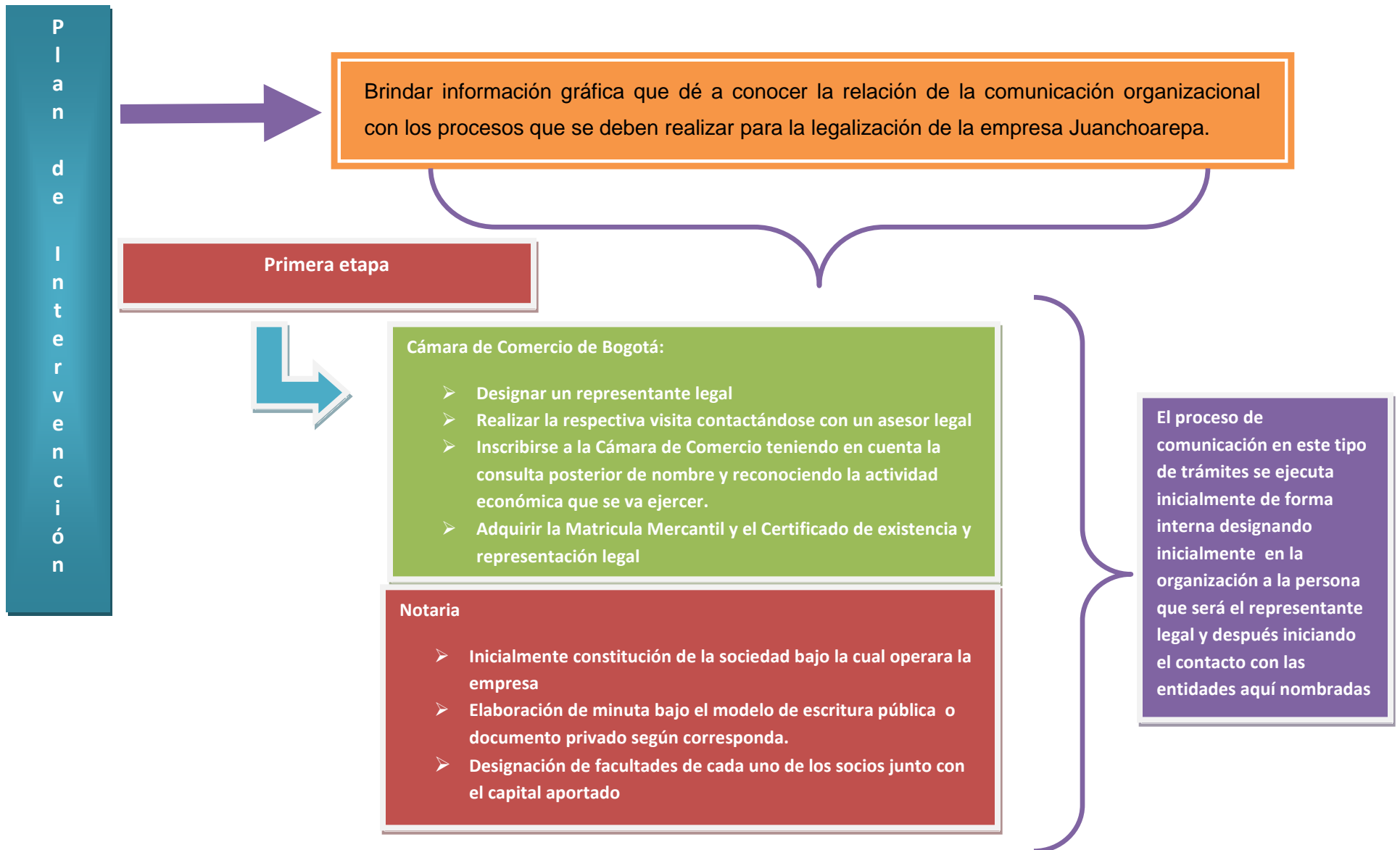
#### **❖ Objetivos específicos**

Diseñar esquemas paso a paso que permitan a la organización (Juanchoarepa), comprender el proceso de legalización por medio de las herramientas comunicativas..

Brindar información grafica que dé a conocer la relación de la comunicación organizacional con los procesos que se deben realizar para la legalización de la empresa Juanchoarepa.

## 6.14.2 Puesta en marcha

Figura 45 Desarrollo del plan



P  
l  
a  
n  
d  
e  
I  
n  
t  
e  
r  
v  
e  
n  
c  
i  
ó  
n



Brindar información gráfica que dé a conocer la relación de la comunicación organizacional con los procesos que se deben realizar para la legalización de la empresa Juanchoarepa.



Segunda etapa



- Departamento Administrativo de Planeación nacional
- Visita al Departamento Administrativo de Planeación nacional.
  - Cumplir con la documentación necesaria para realizar el estudio de suelos
  - Llevar a cabo el estudio de viabilidad de suelos

El proceso de comunicación en este tipo de trámites se ejecuta inicialmente de forma interna designando inicialmente en la organización a la persona que será el representante legal y después iniciando el contacto con las entidades aquí nombradas

Brindar información gráfica que dé a conocer la relación de la comunicación organizacional con los procesos que se deben realizar para la legalización de la empresa Juanchoarepa.

P  
l  
a  
n  
d  
e  
I  
n  
t  
e  
r  
v  
e  
n  
c  
i  
ó  
n

Tercera etapa



Trámites adicionales

- Superintendencia de Industria y Comercio**
- Visita a la Entidad
  - Pago por concepto de los documentos que allí se expiden
  - Consulta de marca y registro de patentes.

- INVIMA**
- Visita a la Entidad
  - Visita por parte del INVIMA
  - Pago por el tipo de registro
  - Expedición de registro o permiso sanitario

- Cuerpo oficial de bomberos**
- Visita a la entidad
  - Visita por parte de la entidad al negocio.
  - Solicitud de revisión técnica y de seguridad

- Secretaría de Hacienda**
- Visita a la entidad
  - Pago por concepto del Registro de Información tributaria

- Secretaría de Medio Ambiente**
- Visita a la entidad por parte del representante legal
  - Solicitud del registro de publicidad exterior, ruido y aire en caso de ser necesario
  - Pago por concepto por dichos documentos

- Sayco y Acinpro**
- Definir si el establecimiento utilizara música en su ambientación
  - Visitar las instalaciones de la organización Sayco y Acinpro

**Fuente:** propia, basada en las entidades encargadas de la formalización de una empresa

**Proceso comunicativo**

Se da en tres fases

En la primera se elige al representante legal encargado de llevar a cabo todos los trámites

En la segunda el representante legal lleva a cabo un proceso de comunicación con cada entidad

En la tercera la entidad se involucra con la empresa a constituir llevando a cabo cada proceso en el cual el análisis es fundamental para determinar ¿qué es lo que la empresa necesita y como se debe hacer

## **5 Descripción de la organización y de su situación problemática**

### **5.1 Historia de la empresa**

Juanchoarepa es una empresa dedicada a la producción y comercialización de arepas rellenas en diferentes modalidades, que nació el 10 de marzo de 2004 en la ciudad de Bogotá, por Aura Azucena Segura López y Juan Pablo Cárdenas. Inicialmente la empresa se dedicó a la venta de sus productos dentro del colegio San Vicente Ferrer, ya que su fundadora identificó ese mercado potencial y la gran oportunidad de ofrecer estos alimentos a las personas que se encontraban en dicha institución, entre ellos profesores y estudiantes. Con el transcurrir del tiempo la demanda de los productos aumentaba de manera inédita, ya que la excelente calidad de sus ingredientes y la variedad que se presentaba a los clientes jugó un papel importante a la hora de impactar este mercado; sin embargo, y debido a la poca disponibilidad de tiempo de su fundadora, la empresa cesó sus actividades y decidió que las retomaría cuando fuera el momento adecuado.

Transcurrieron 4 años de quietud de la empresa, en los que Juan Pablo Cárdenas ingresó a la Universidad EAN, en donde su deseo por emprender fue acrecentado gracias al enfoque de negocios que brinda dicha institución; por tal motivo él estructuró la idea de negocio de una mejor manera, a través de su ingreso a uno de los concursos de emprendimiento que realiza la Universidad de los emprendedores, en el cual sus compañeros y profesores degustaron las diferentes opciones que allí se presentaron y le plantearon la idea de extender su empresa por la localidad de Chapinero una de las más concurridas por estudiantes de colegio e instituciones de educación superior que inicialmente representaban su mercado potencial. Sin embargo el problema de no estar legalmente constituida se hacía más notorio y por tal razón actualmente la organización es sometida a un estudio organizacional que le permitirá establecerse como las leyes colombianas así lo estipulan para de esta manera iniciar su actividad económica cobijada por toda la normatividad vigente.

## 5.2 Descripción general

### 5.2.1 Misión

Establecer a Juanchoarepa en el mercado bogotano como la empresa que brinde a sus clientes la satisfacción total de sus necesidades alimenticias por medio de sus productos de alta calidad, su inigualable sazón y sabor y su excelente atención al cliente.

### 5.2.2 Visión

Para el 2020 Juanchoarepa será una empresa reconocida a nivel nacional en el sector de los alimentos y por parte de su mercado objetivo; ya que su innovación, sus productos de alta calidad y su excelente atención generan beneficios no solo para sus creadores sino también para todos sus consumidores.

**Figura 46** Crecimiento empresarial



**Fuente:** Muñoz, S. (2010). Tomado de: <http://comofranquiciartunegocio.com/>

### **5.2.3 Valores corporativos**

#### **➤ Excelencia y puntualidad en el servicio**

Los productos y servicios serán realizados en la mayor brevedad posible y destacando así la excelencia en la atención al cliente, con el ánimo de generar satisfacción en los mismos.

#### **➤ Innovación y satisfacción de las necesidades de nuestros clientes**

Brindar a los consumidores una amplia gama de productos e ingredientes que permitan que cada visita y contacto que tengan con los productos e instalaciones sea placentera, diferente y con mucho sabor y sazón.

#### **➤ Trabajo en equipo**

Juanchoarepa propende por el trabajo en conjunto con el ánimo de realizar las tareas y trabajos en el menor tiempo posible, generando de la misma forma productividad y una buena cultura organizacional.

#### **➤ Respeto y dignidad humana**

El cumplimiento de las normas establecidas por la empresa y el respeto hacia los demás incluyendo raza, color de piel, religión, etc. es de vital importancia para Juanchoarepa y por ello sancionará cualquier falta que se relacione con ello.

### **5.2.4 Estrategia de promoción y comunicación**

- Se visitaran las universidades en las que se desee que el producto haga presencia y se realizaran campañas de reconocimiento del producto y marca por medio de carteles, difusión de jingles representativos en diferentes idiomas y degustaciones con un objetivo en especial, llegar a un

mercado joven que aprecia realmente ese tipo de productos ya que por su tiempo limitado representan una manera fácil y nutritiva de alimentarse.

- Se ha creado una página web que permite la fácil interacción de la empresa con los clientes y se hará uso del comercio electrónico para pedidos al por mayor o combos empresariales.
- Se utilizan actualmente las redes sociales como facebook y twitter para difundir los productos, dar a conocer la empresa y estar en contacto con los clientes. La respuesta ha sido bastante positiva y ya son más de 100 miembros pertenecientes al grupo en FB con el mismo nombre (Juanchoarepa)
- Se participará en eventos, conferencias y actos representativos que permitan la visualización de la empresa por medio de patrocinios o ayuda logística para la realización de los mismos.

### **5.2.5 Mercado objetivo**

El mercado objetivo de Juanchoarepa son los estudiantes universitarios de estratos 3, 4 y 5, ubicados en la localidad de Chapinero que tienen un poder adquisitivo medio y medio – alto, entre las edades de 14 a 26 años.

### **5.2.6 Objetivos de la organización**

#### **5.2.6.1 Corto Plazo**

- Contribuir en la generación de al menos 5 empleos directos.
- Obtener una rentabilidad al menos del 20% al inicio de la empresa para lograr un crecimiento económico sostenible.
- Aplicar la responsabilidad social empresarial desde el comienzo de la empresa contratando madres cabeza de familia.

### 5.2.6.2 Mediano Plazo

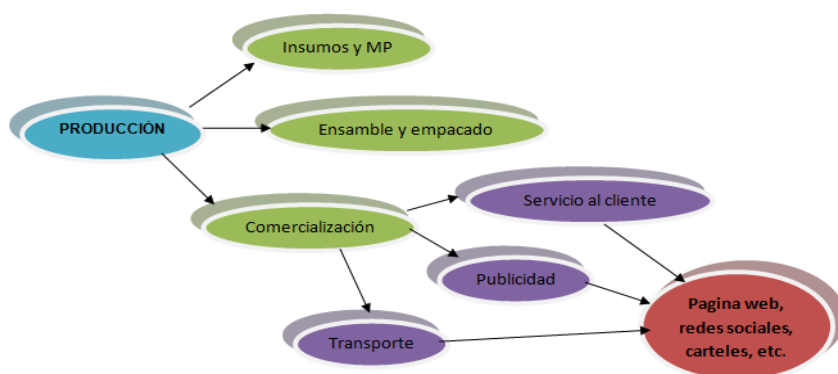
- Para el segundo año de existencia de Juanchoarepa, se espera tener una disminución en los costos de los insumos de al menos un 10%. (Convenios con proveedores – mayor cantidad, menor precio)
- Fomentar el conocimiento de otras culturas por medio de sus alimentos típicos y aumentar la infraestructura de la empresa entre el segundo y tercer año de existencia.

### 5.2.6.3 Largo Plazo

- Patrocinar campañas que vayan en pro del cuidado y conservación de los pulmones del país.
- Ser una empresa reconocida en la sociedad por sus productos innovadores, su calidad en general y por su contribución en la generación de al menos el 0,5% del PIB del país en un plazo no mayor a los 8 años de existencia.

## 5.2.7 Descripción del proceso productivo

Figura 47 Proceso productivo



**Fuente:** propia, basada en la información de la empresa

## 5.2.8 Descripción del proceso de comercialización

**Figura 48** Proceso de comercialización



**Fuente:** propia, basada en la información de la empresa

## 5.2.9 Infraestructura

La empresa actualmente se encuentra ubicada en la localidad de Suba, en el barrio Rincón, donde tiene el punto de producción y comercialización de los productos; no posee maquinaria tecnológica para el proceso de producción sino que todo es realizado de forma casera.

## 5.3 Diagnóstico de la situación encontrada

### 5.3.1 ¿Qué es diagnosticar?

El diagnóstico organizacional se define como el proceso analítico e investigativo a través del cual una organización se somete a un estudio por terceros (consultor interno o externo) que permite conocer el estado en que se encuentran sus diferentes departamentos, detectando amenazas para que se creen estrategias de

mejoramiento y oportunidades que puedan ser aprovechadas en el crecimiento continuo de la misma.

De acuerdo con el autor José Antonio Sánchez Cortés (Sánchez, J.2008. La importancia del desarrollo organizacional e una institución de educación superior). El objetivo principal del Diagnóstico radica en cuantificar el estado de madurez actual de la organización con los estándares nacionales o internacionales que debería manejar la empresa, identificando de una manera rápida, precisa y concisa las áreas potenciales de desarrollo en ella.

De acuerdo con lo anteriormente mencionado la misión principal que cumple el diagnóstico dentro de cualquier empresa es detectar con exactitud las diferentes falencias y partiendo de ellas se proponen soluciones que directamente aporten y mejoren la organización.

### **5.3.2 Condiciones para llevar a cabo un diagnóstico organizacional**

Para llevar a cabo un diagnóstico organizacional es fundamental tener en cuenta las condiciones que permiten que el análisis y posterior aplicación de este modelo investigativo se lleven a cabo exitosamente que son:

#### **5.3.2.1 Intención de cambio y compromiso**

El primer reto que asumen las organizaciones al someterse a un proceso para diagnosticar su situación actual es el de aceptar los cambios con total disposición, siendo conscientes de que de los mismos dependerá el éxito o el fracaso de la empresa hacia sus planes futuros.

#### **5.3.2.2 Facilidad en la obtención de información**

Cuando la empresa acepta ser asesorada por un consultor interno o externo que realizara todo el proceso para diagnosticar su situación actual, la compañía debe

proporcionar fácilmente la información que sea relevante y que permita elaborar el diagnóstico con exactitud ya que la directamente beneficiada o perjudicada será ella.

### **5.3.2.3 Manejo de la información**

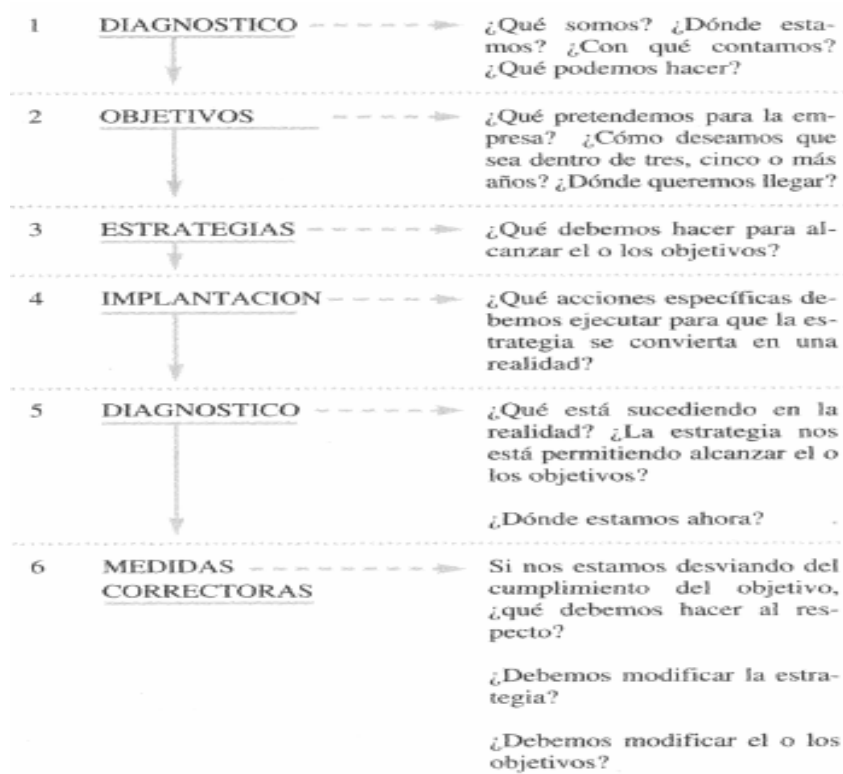
Cuando el consultor adquiere la responsabilidad de realizar el diagnóstico organizacional a la empresa, este no solo se compromete a cumplir con el diseño y entrega del plan de acción que se ejecutará para contrarrestar los problemas que la organización presente, su compromiso también debe estar basado en la lealtad hacia la compañía que le facilita el acceso a información con alto nivel de confidencialidad.

### **5.3.2.4 Descripción del proceso de diagnóstico**

La empresa Juanchoarepa ha sido sometida a un proceso que tenía como principal objetivo diagnosticar su situación actual y a partir de las deducciones que de allí pudieran ser extraídas crear un plan de acción que le permita a la organización mejorar y consolidarse ante su mercado potencial.

Se tomo como guía el siguiente gráfico en el cual se describen las etapas del proceso que permiten llevar a cabo un diagnóstico. En la primera etapa se plantearon interrogantes ¿qué tipo de organización es? ¿Dónde está ubicada? ¿Con qué cuenta? ¿Qué le hace falta?, en la segunda etapa los cuestionamientos fueron referente a los objetivos que serían planteados durante el análisis hecho a la empresa para ello las preguntas específicamente fueron: ¿Cuál es la misión principal del diagnóstico?, ¿cómo se llevara a cabo el diagnóstico?, ¿Cuál será su alcance? , la tercera etapa corresponde a las estrategias que se emplearan para que los objetivos se puedan cumplir, en la cuarta, quinta y sexta etapa conjuntamente se plantean las formas en las cuales las estrategias de mejoramientos se aplicaran y adicionalmente como las medidas para mitigar los problemas podrán empezar a ejecutarse dentro de la empresa.

**Figura 49** Diagnostico organizacional



**Fuente:** <http://site.ebrary.com/lib/bibliotecaeansp/docDetail.action?docID=10184502&p00=diagnostico%20empresarial>

### 5.3.2.5 Desarrollo del diagnostico

#### 5.3.2.5.1 Características principales

En la primera etapa del diagnostico se pudo determinar que la empresa Juanchoarepa posee las siguientes características:

- Es Una empresa que inicio su actividad económica en el colegio San Vicente Ferrer con mucho éxito gracias a la calidad que sus productos.

- La empresa en la fabricación de sus productos no ha utilizado ningún tipo de maquinaria, ya que todos los alimentos se han elaborado manualmente.
- Las sugerencias que los clientes presentaban cuando la empresa ejercía su actividad económica siempre fueron tomadas en cuenta en la preparación de los diferentes tipos de arepa, fue por tal razón que tuvieron éxito entre sus consumidores debido a que cada ingrediente que era adicionado estaba satisfaciendo las diferentes necesidades que eran detectadas.
- Es una organización que no posee una estructura organizacional de grandes magnitudes, ya que cuenta solamente con dos personas que la conforman, la persona que se encarga de fabricar las arepas y de quien surgió la idea de crear la empresa (Azucena Segura) y la persona que se encarga de comercializarlas (Juan Pablo Cárdenas)
- Es una organización que fue creada en la localidad de Suba
- Es una empresa que posee un amplio portafolio de los productos que ofrece: arepa rellena de jamón y queso, arepa rellena de carne queso y jamón, arepa de pollo, mazorca y queso, entre otras.
- Es una organización que en sus valores corporativos destaca el respeto por la dignidad humana, por eso se ha propuesto que en el momento en el cual pueda regresar al mercado bajo las normas a las que deben acogerse las empresas que desarrollan su misma actividad económica, vinculara madres cabeza da familia generando así empleo a una población vulnerable que constituye un alto porcentaje en el país.

Para el año 2010 el 32, 7 % de los hogares colombianos se encontraban integrado por madres cabeza de familia, para el 2012 dicho porcentaje se ha incrementado por eso las practicas de Responsabilidad Social Empresarial con esta población representan un compromiso para Juanchoarepa. (Tibocha, A. 2010)

- Las redes sociales significaron para la empresa parte de su estrategia publicitaria, ya que gracias a ellas se pudo fidelizar al mercado definido como

objetivo. La organización hizo extensivo su mensaje a través del conocido marketing viral (Facebook y twitter)

- La empresa desde sus inicios estableció cual era la misión y la visión por la cual se encontraría direccionada su actividad económica.
- La empresa cuenta con logo y slogan, lo que permite pensar que la empresa se preocupa por la imagen que proyecta hacia su mercado objetivo.
- La empresa desde sus inicios a estado en búsqueda de proveedores que le proporcionen la materia prima de mejor calidad y a un buen precio.
- La empresa desea al retomar sus actividades, comenzar a utilizar empaques biodegradables que protejan el medio ambiente.
- En el lugar en el que la empresa ha pensado establecerse a mediano plazo es la Localidad de Chapinero ya que gracias a el numero de universidades que están allí están ubicadas el número de compradores potenciales también estaría dado para el crecimiento y posicionamiento de la compañía.

#### **5.3.2.6 Herramientas que permitieron detectar la problemática que será abordada**

La única herramienta que fue posible utilizar para poder diagnosticar la empresa Juanchoarepa fue la entrevista que se realizó a su fundadora Azucena Segura y de la cual se extrajo la información más relevante que aportó a la investigación.

A continuación se presentan las preguntas realizadas en la entrevista para contextualizar el análisis de la misma en el numeral 5.3.2.7.

##### **5.3.2.6.1 Entrevista**

- 1 ¿Cuál fue la principal razón por la cual nació la idea de la empresa Juanchoarepa?

**Respuesta:** Juanchoarepa nació como una idea negocio hace más o menos unos tres años dentro, con el ánimo de satisfacer las necesidades y dificultades

económicas por las que estaban pasando en ese momento Juan Pablo Cárdenas y Azucena Segura; aunque en el inicio de la empresa Juan Pablo solo pensaba en realizar esta actividad por unos meses, pudo notar con mucho agrado que los productos tuvieron una gran acogida y la producción aumento de forma inesperada, por lo cual se motivo y decidió aumentar la variedad de ingredientes y no cesar la producción. Finalmente por las dificultades que acarrea tener en funcionamiento una organización que no estaba legalizada cesamos nuestras actividades.

**2** ¿Cuáles fueron las principales dificultades que encontraron al tratar de continuar con su idea de negocio?

**Respuesta:** En primer lugar lo que anteriormente mencione sobre la legalización fue la traba más notable, ya que como es sabido cada tramite acarrea un alto costo con el que no contábamos debido a que lo que la empresa obtenía por parte de las ganancias se destinaba al pago de nueva materia prima y recibos como el del gas, que era lo que más se consumía en el momento de preparar cada arepa.

Sabemos que legalizar a Juanchoarepa permitiría extender nuestro mercado para lo cual consideramos que tendríamos que hacer un préstamo que facilite vincularnos a la legalidad.

En segundo se presentaron problemas con nuestros proveedores, ya que no siempre eran los mismos, los precios que nos ofrecían no eran los más cómodos y terminábamos gastando todo el producido en materia prima razón que nos llevo a cesar nuestras actividades.

**3** ¿Cuáles son las problemáticas más grandes que la empresa presento durante su funcionamiento?

**Respuesta:** El transporte fue bastante difícil para nosotros, ya que mi hijo para poder llegar a el colegio en el cual vendía los productos, debía hacerlo por medio de bus o transmilenio a lo que se le atribuye la congestión y el desagrado en muchas ocasiones por parte de los pasajeros quienes manifestaban su descontento con la maleta viajera que Juan Pablo utilizaba para llevar consigo las arepas.

Por otro lado y como ya había mencionado la informalidad bajo la cual operábamos más que abríamos puertas, nos las cerraba todas ya que en varias oportunidades nos postulamos para adquirir contratos de alimentación de grandes magnitudes, pero sin poseer el registro sanitario INVIMA, el NIT o el RUT nos era imposible aprovechar esas oportunidades.

- 4 ¿De las problemáticas que fueron mencionadas por usted anteriormente cual es la que necesita más pronta solución para continuar con el negocio?

**Respuesta:** La que sin duda alguna debe concentrar nuestra atención en este momento es la que tiene que ver con el marco legal, porque de ella dependen otros aspectos que son igualmente importantes como: la ampliación del mercado, la competitividad, la confianza de nuestros clientes, etc.

Para pensar en legalizarnos debemos primero conocer ¿cuales son cada uno de los documentos que necesitamos?, ¿Donde debemos solicitar cada documento?, ¿cuál es el costo de solicitarlos?, ¿qué tiempo requerimos? Y ¿quién se encargara de hacerlo?

- 5 ¿En el momento en el cual el negocio empezó a crecer no pensaron en legalizarlo?

**Respuesta:** En muchas oportunidades pensamos en legalizar la empresa, pero al pensar en el capital que era necesario invertir desistíamos de la idea, yo pienso

que más que ser el capital, era la desinformación que teníamos sobre los fondos para pequeñas empresas y todo lo que estaba relacionado con los trámites.

La verdad el gobierno colombiano y cada una de las instituciones a las que hay que acudir para constituir la empresa plantean todo el proceso como un enredo en lugar de incentivar a los nuevos empresarios a entrar al mercado.

### **5.3.2.7 Análisis de la entrevista**

#### **5.3.2.7.1 Aspecto Legal**

La problemática principal que fue detectada se relaciona con la legalización de la empresa, ya que ninguno de los procesos que tiene que ver con entidades como: la cámara de comercio, la Superintendencia de Sociedades, la DIAN, el INVIMA, entre otras, se ha desarrollado satisfactoriamente. Es por la razón que se menciono anteriormente que el plan de intervención pretende presentar estrategias que por medio de la comunicación organizacional faciliten la ejecución de cada uno de esos trámites de una manera, fácil, rápida y ante todo eficaz ya que se generaría un portafolio de oportunidades para la organización entre las cuales se encuentran:

- La ampliación del mercado.
- Confianza por parte de los clientes.
- Competitividad
- Alianzas entre empresas

#### **5.3.2.7.2 Tecnologías de la información y la comunicación**

La segunda problemática detectada se asocia con las tecnologías de información y la comunicación ya que a pesar de que se había creado una página web que permitiera a los clientes conocer los productos, sus creadores y la información

institucional, aun no está diseñada adecuadamente con herramientas de última tecnología que generen interés por parte de los consumidores.

#### **5.3.2.7.3 Estructura organizacional de Juanchoarepa**

El tercer problema que ha sido detectado se encuentra estrechamente ligado con la estructura de la organización, ya que no cuenta actualmente con un organigrama que permita identificar con exactitud ¿quienes integran la compañía?, ¿qué cargo desempeñan? y ¿cuál es su responsabilidad?

#### **5.3.2.7.4 Alianzas importantes para la organización**

El cuarto problema que ha sido detectado es el que tuvo la empresa cuando desarrollaba su actividad económica, ya que no fue posible establecer alianzas con proveedores que ofrecieran la materia prima de buena calidad y a buenos precios, por tanto es muy importante que la empresa pueda contactarse con diferentes distribuidores que puedan surtirla y que además cumplan con los requerimientos anteriormente mencionados.

#### **5.3.2.8 Conclusión**

De acuerdo con la herramienta de investigación (entrevista), se ha determinado que la problemática en la cual debe estar enfocado el plan de intervención y la propuesta de mejora es el aspecto legal, ya que es un elemento contundente que necesita la organización para poder crecer y ofrecer a su mercado garantía en cada uno de sus productos. Adicionalmente si la empresa no se constituye legalmente su actividad económica no se puede llevar a cabo por tanto es indispensable que todo ese proceso se realice con agilidad.

## **5.4 Análisis de los resultados (Matriz DOFA)**

### **5.4.1 Debilidades**

- Informalidad de la empresa.
- Falta de certificación de los procesos de la empresa.
- Falta de un organigrama claro que dé a conocer la estructura de la empresa.
- Debilidad en la parte de la comunicación interna y externa.
- La responsabilidad social empresarial de la empresa se debe estructurar mejor, la empresa la posee pero se debe redactar y expresar mejor.
- Falta de recursos para asumir los costos de la legalización de la empresa u organización.

### **5.4.2 Fortalezas**

- Los clientes saben que el producto es realizado con higiene.
- El producto es casero e innovador por sus características.
- El producto es conocido por parte del mercado objetivo.
- Existe variedad en los ingredientes, lo cual permite que el producto sea atractivo para los clientes.
- Son muy pocas las empresas formalmente constituidas en el mercado de Bogotá y Colombia en cuanto a este bien.
- La empresa puede adaptar más fácilmente las estrategias de mejora en cuanto a comunicación por ser pequeña.

### **5.4.3 Amenazas**

- La competencia formalmente constituida cuenta con una buena infraestructura.
- Mala comunicación por parte de las organizaciones encargadas de la formalización de las empresas, lo cual produce malentendidos y mitos referentes a este proceso que más que ser tedioso es beneficioso para cualquier tipo de compañía.

- Todo lo relacionado con sellamientos y o denuncias por demandas o incumplimientos de la ley.

#### **5.4.4 Oportunidades**

- El producto ya es conocido en el mercado.
- La competencia aunque lleva varios años en el mercado no es ampliamente reconocida.
- El producto es típico en la cultura colombiana.
- Es un producto que es identificado fácilmente en la cultura colombiana y que no se ha potenciado como debería ser.

## **6 Recomendaciones y propuesta**

En primer lugar es de vital importancia resaltar que el proceso de implementación de la comunicación dentro de la empresa debe hacerse lo antes posible con el ánimo de que sea una herramienta facilitadora en el camino hacia la formalización de la misma, optimizando de esta manera las ganancias de la organización, ampliando su mercado objetivo teniendo en cuenta que es una de las metas planteadas por la compañía en su filosofía institucional.

En segundo lugar el marco legal de la organización se encuentra directamente relacionado con un tema que para las empresas del siglo XXI representa una ventaja competitiva, con ello se hace referencia a la Responsabilidad Social Empresarial que no solo se enfoca en ayudar a una comunidad, preservar el medio ambiente o generar empleo, los cuales son aspectos primordiales para la sociedad. La Responsabilidad Social es un compromiso que adquiere el empresario con su país y las entidades gubernamentales encargadas de la formalización de los diferentes entes productivos de Colombia.

### **6.1 Propuesta**

En esta parte se han diseñado varios esquemas en los cuales se podrá observar todos los trámites que deben ser tenidos en cuenta en el momento en el que la organización decida constituirse legalmente. Los gráficos se diseñaron en función del cumplimiento de los objetivos que inicialmente se estipularon y los cuales evidencian la misión en la realización de este trabajo dirigido.

La comunicación organizacional es la piedra angular que sostiene, fortalece y guía el proceso de formalización de la empresa Juanchoarepa y que por lo tanto forma parte esencial de esta asesoría, puesto que es un componente de carácter transversal para la realización de las actividades y procedimientos que serán planteados a continuación.

Se espera que este modelo sea una guía no solo para la empresa Juanchoarepa sino para todas aquellas que desean llevar a cabo este proceso de vital importancia y que es la muestra de la responsabilidad que cada uno debe tener con su país y la sociedad en general.

A través del siguiente cuadro se dará a conocer el objetivo, el indicador de logro y el aspecto del análisis DOFA para los que se planteará la propuesta:

**Figura 50** Diagrama propuesta

<b>Objetivo que será cumplido</b>	<b>Indicadores de logro</b>	<b>Aspectos del DOFA tenidos en cuenta</b>
<p>Formular un plan de acción en el que desde la comunicación se evidencie, proponga y presupueste cada una de las etapas y procesos a seguir para la legalización y permanente desarrollo de la empresa Juanchoarepa y el fortalecimiento de sus prácticas de responsabilidad social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Elaborar esquemas en los que se sintetice el proceso de vinculación a las diferentes entidades encargadas de la legalización de las empresas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Informalidad de la empresa.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Proporcionar las diferentes herramientas comunicativas que harán posible el proceso de formalización.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Falta de conocimiento de los procesos de la empresa.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Determinar cómo a través de la propuesta del plan de intervención la empresa Juanchoarepa es socialmente responsable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La Responsabilidad Social empresarial de la empresa debe comenzar con la constitución legal y cumplimiento de requisitos de Ley</li> </ul>

**Fuente:** propia

## 6.2 Esquemas de procesos a seguir en cada una de las entidades

### 6.2.1 En Cámara de Comercio de Bogotá

Figura 51 Consulta del nombre de la empresa



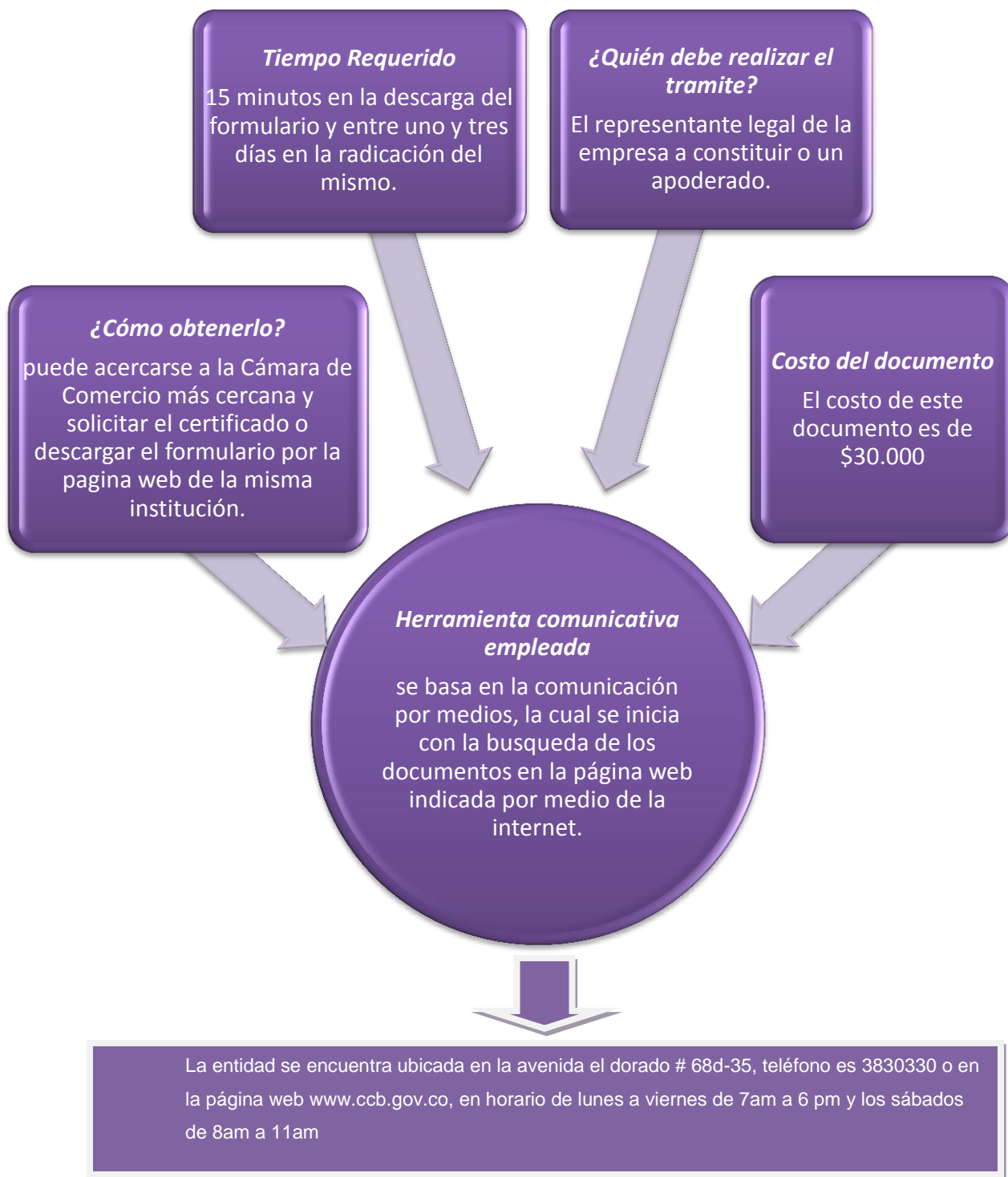
Fuente: Propia, basado en la Cámara de Comercio

**Figura 52** Marca y actividad económica



**Fuente:** propia, basado en Cámara de Comercio

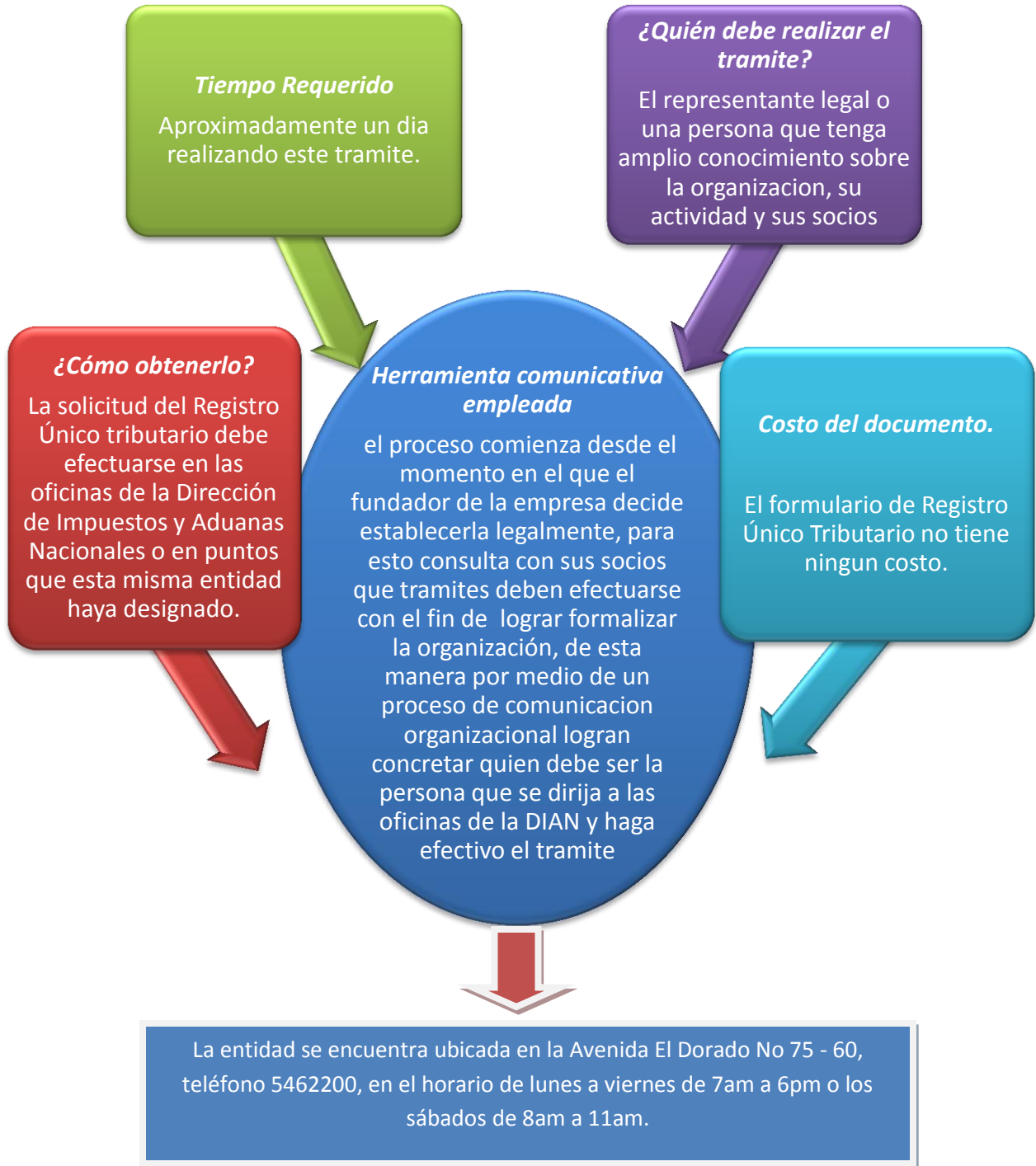
**Figura 53** Matricula de la empresa



**Fuente:** Propia, basado en la Cámara de Comercio.

## 6.2.2 En la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN –

Figura 54 Registro Único Tributario



Fuente: Propia, basado en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

➤ **NIT**

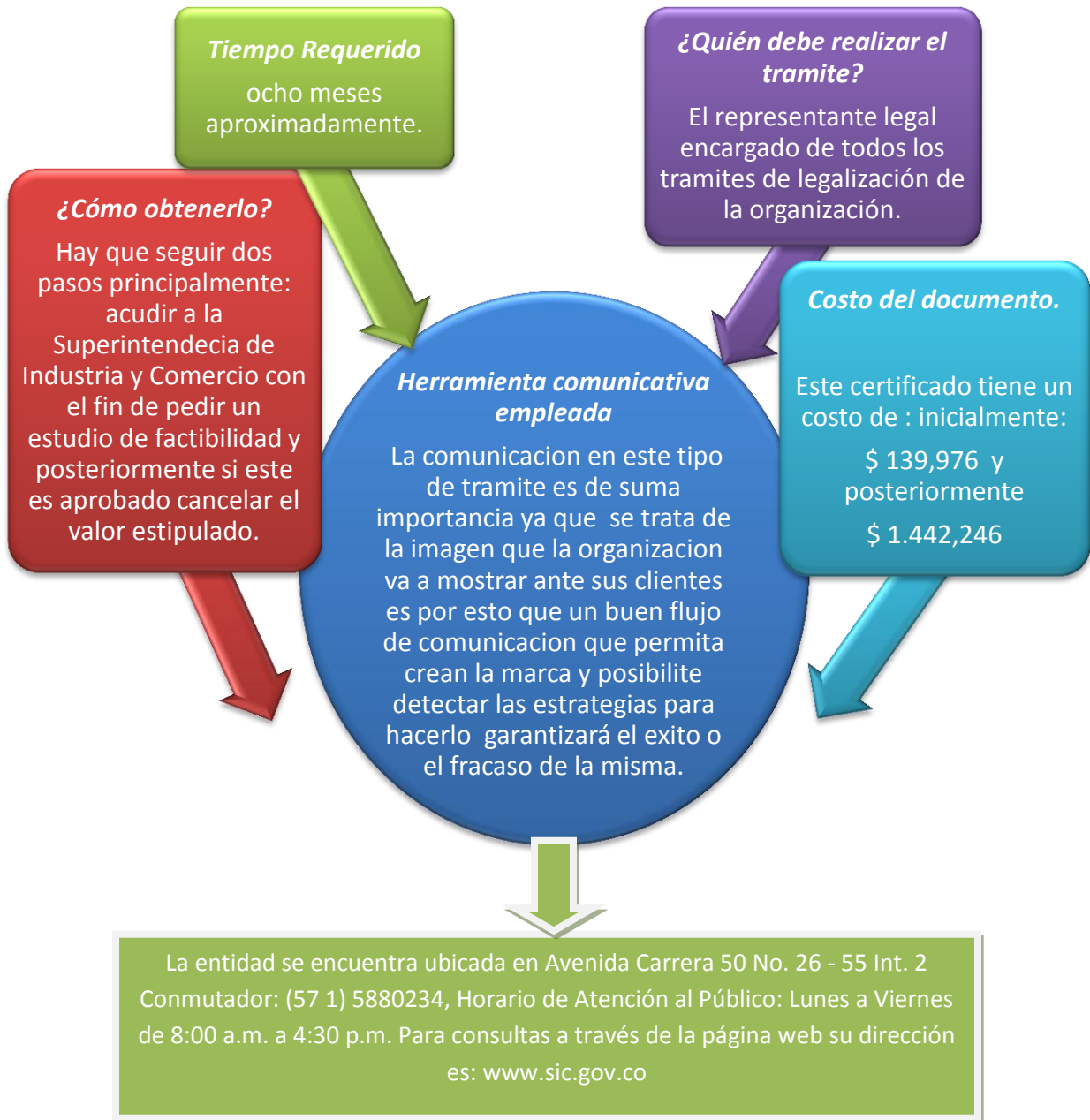
**Figura 55** Número de Identificación Tributario



**Fuente:** Propia, basado en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

### 6.2.3 En Superintendencia de Industria y Comercio

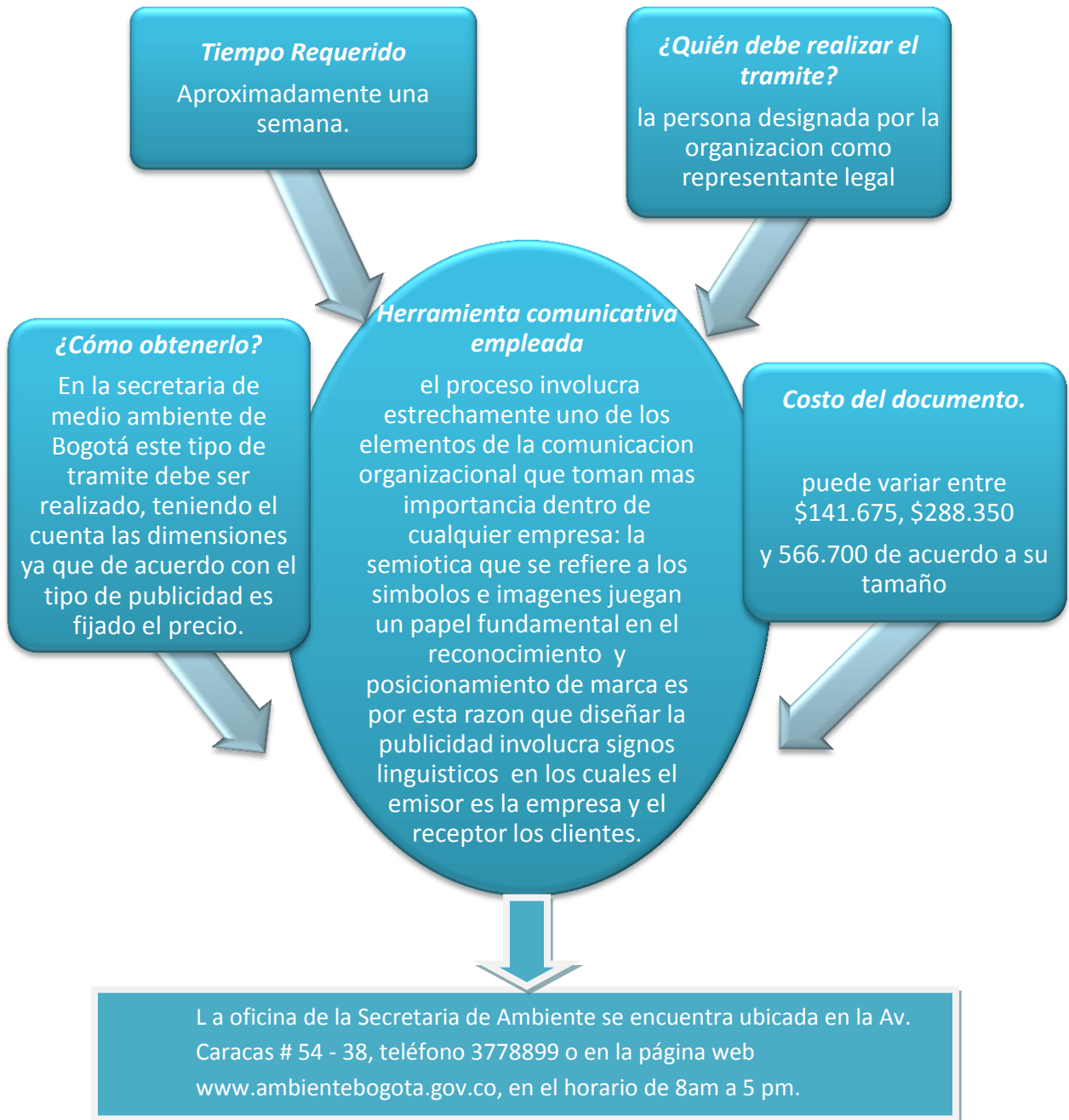
Figura 56 Registro de marca y logo



**Fuente:** Propia, basada en la Superintendencia de Industria y Comercio.

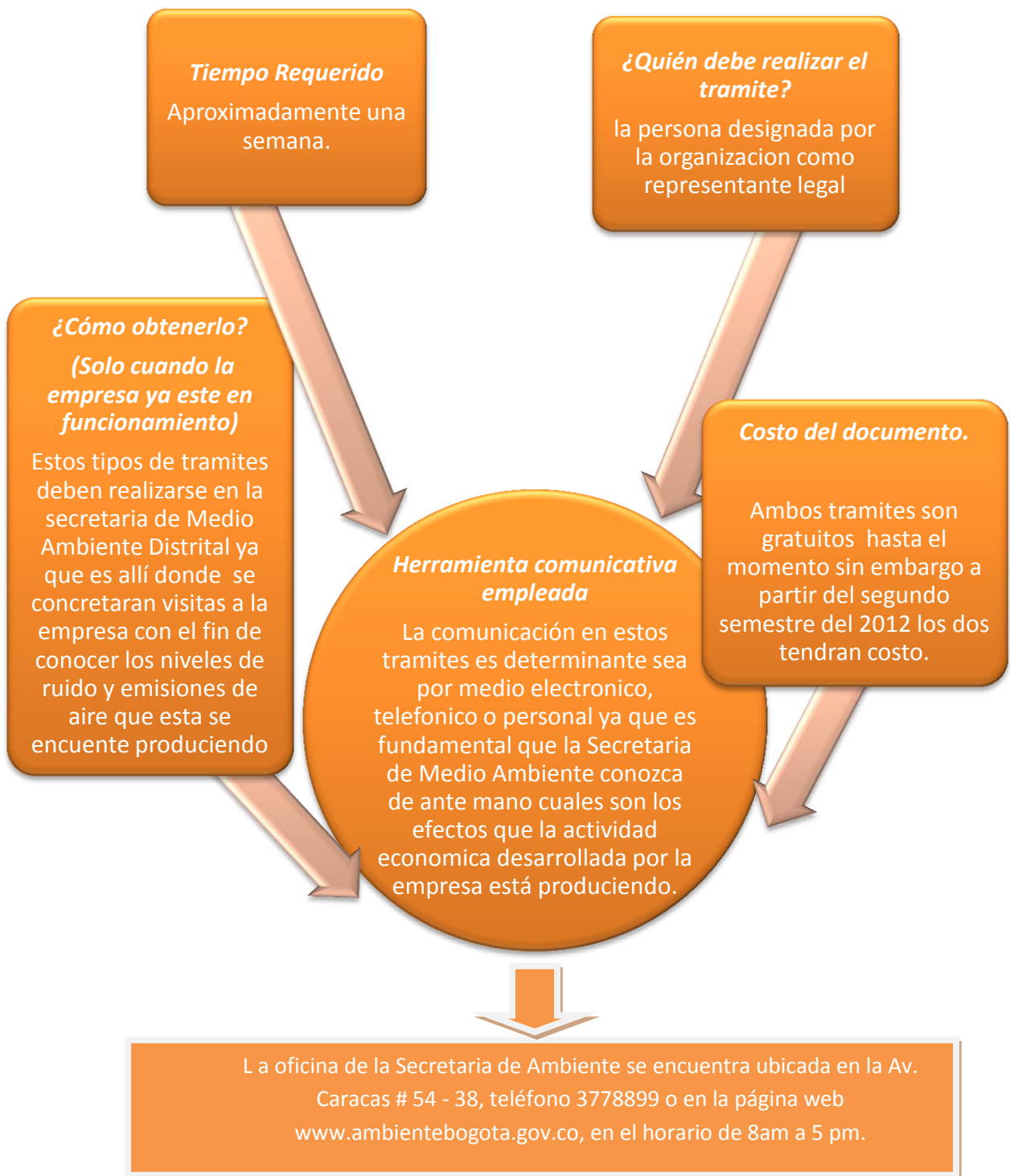
## 6.2.4 En Secretaria Distrital de Medio Ambiente

Figura 57 Registro de publicidad exterior



**Fuente:** Propia, basado en la Secretaria de Medio Ambiente.

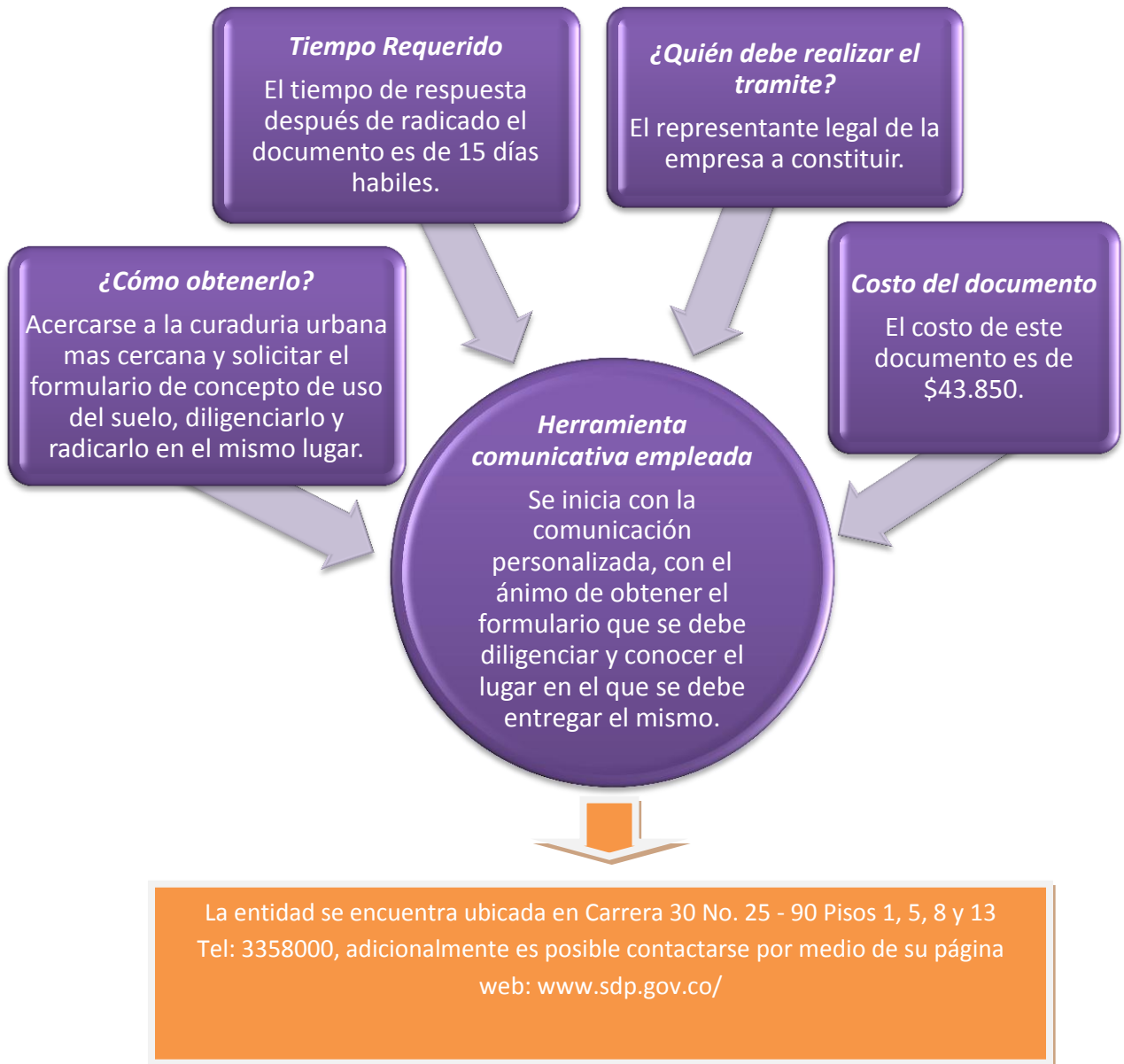
**Figura 58** Registro del aire y niveles de ruido



**Fuente:** Propia, basada en la Secretaria de Medio Ambiente.

## 6.2.5 En Secretaría de Planeación

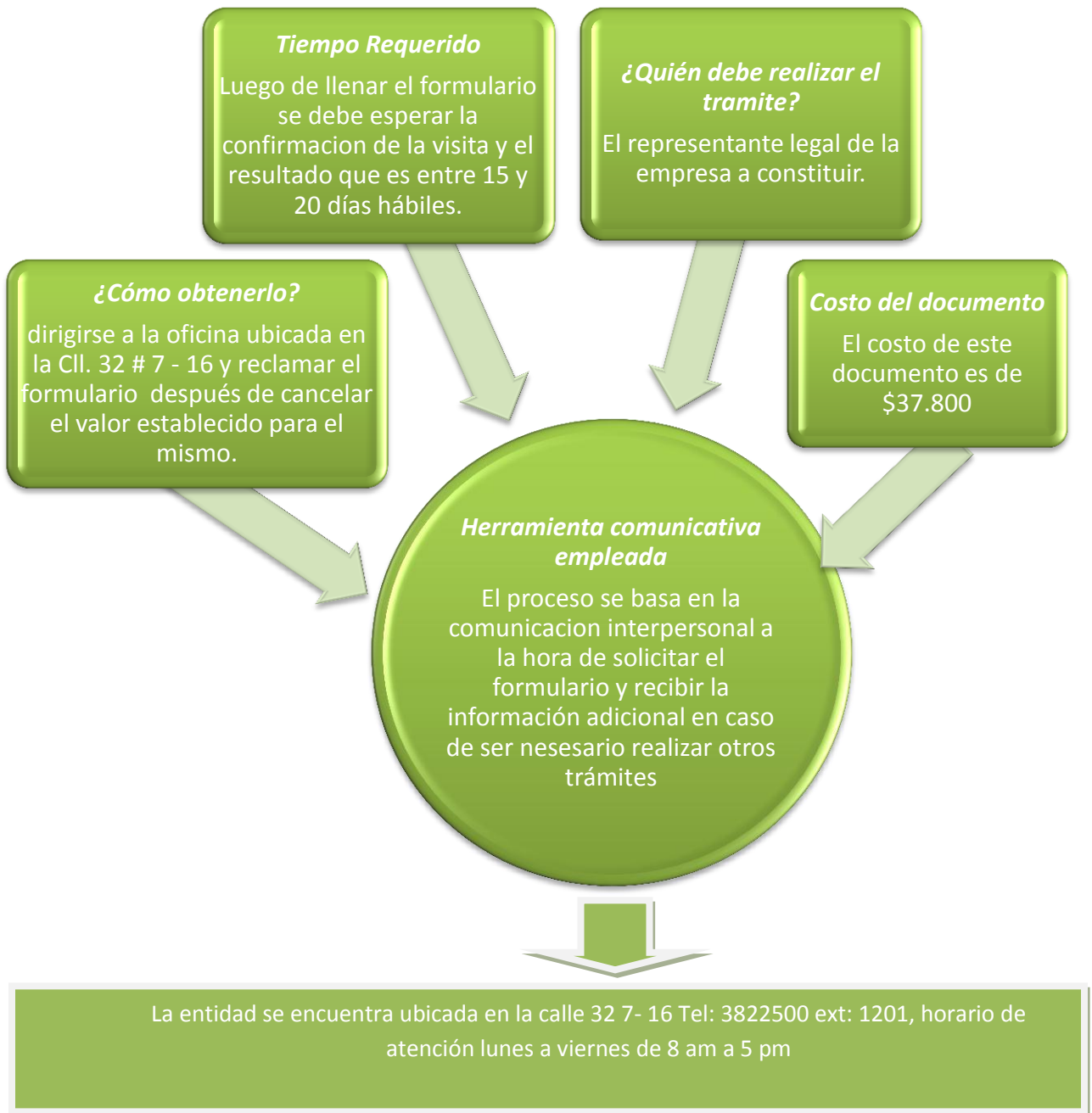
Figura 59 Concepto de uso del suelo



Fuente: Propia, basada en la Secretaría Distrital de Planeación.

## 6.2.6 En el Cuerpo Oficial de Bomberos

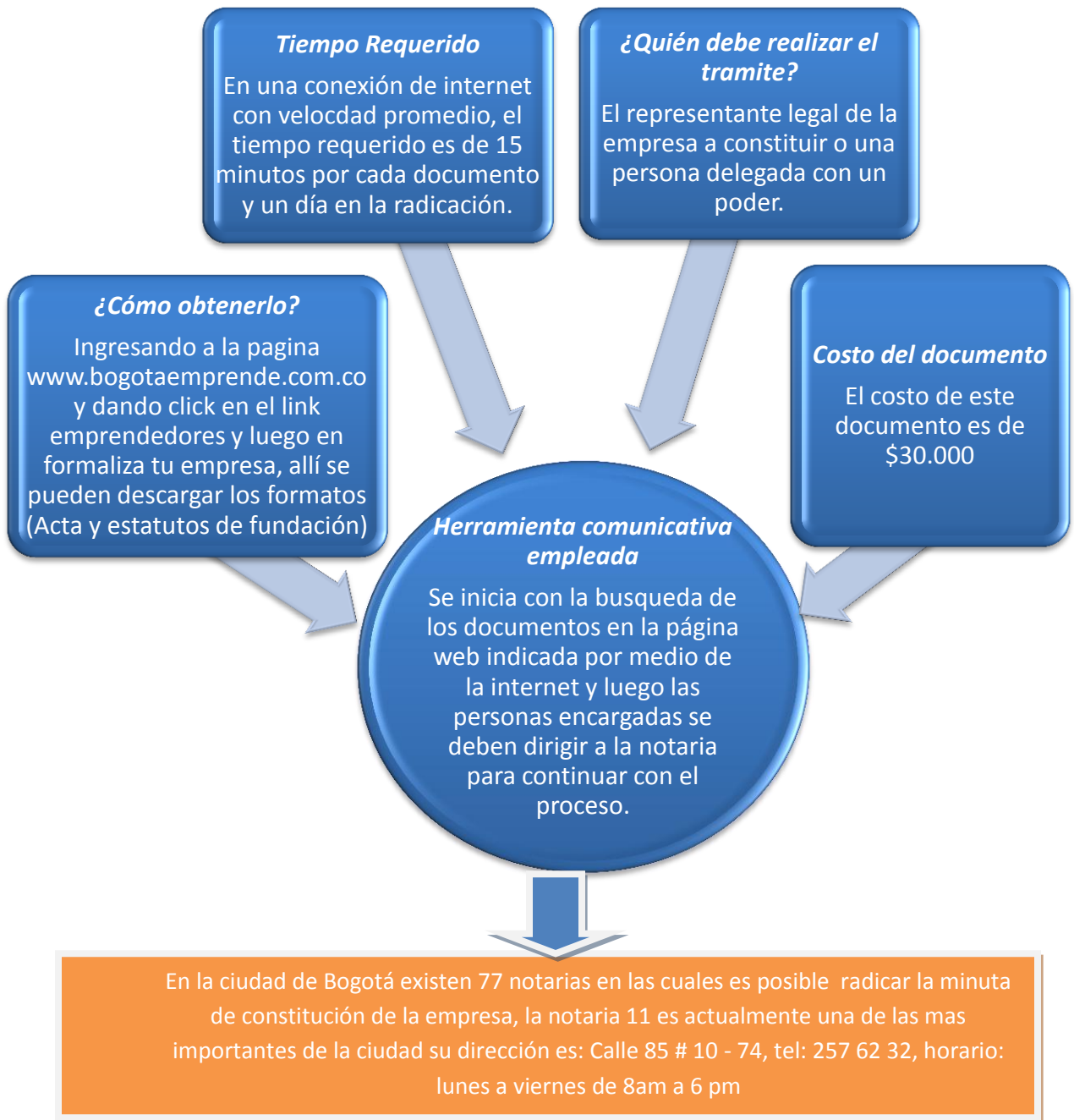
**Figura 60 Solicitud de revisión técnica y de seguridad**



**Fuente:** Propia, Basado en el cuerpo de Bomberos.

## 6.2.7 En Notaría

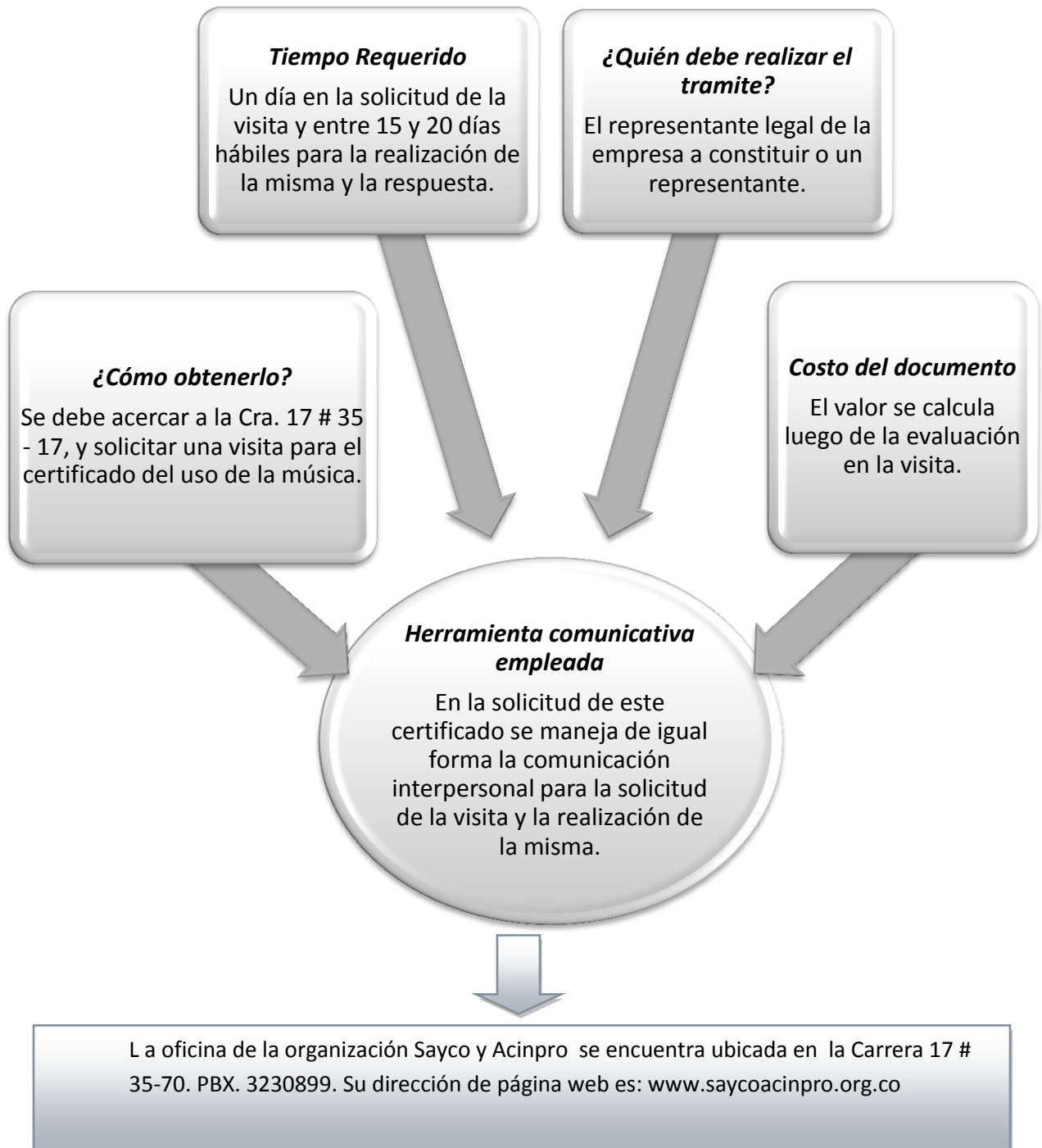
**Figura 61** Realización de Minuta de Constitución



**Fuente:** Propia, basado un modelo notarial de minuta.

## 6.2.8 En Sayco & Acinpro

Figura 62 Certificado del uso de música dentro del establecimiento



**Fuente:** Propia, basado en Sayco y Acinpro

## 6.2.9 En el INVIMA

Figura 63 Registro sanitario de alimentos



Fuente: Propia, basado en Invima.

### 6.3 Matriz de la metodología realizada

El siguiente cuadro permite establecer la ruta de trabajo planteada en el desarrollo del plan de intervención que se elaboró para la empresa en estudio (Juanchoarepa), en ella se tienen en cuenta las actividades que posibilitaron el logro de objetivos, el tiempo que fue requerido para cada uno de los trámites, el responsable de llevar a cabo cada tarea y de igual forma el costo en el que la empresa debe incurrir para acceder a los beneficios de legalización

**Figura 64 Matriz**

<i>Objetivo</i>	<i>Actividad</i>	<i>Instrumento</i>	<i>Responsable</i>	<i>Resultado</i>	<i>Costos</i>
Realizar un diagnóstico que permita identificar las debilidades y fortalezas del estado de formalización actual de la organización Juanchoarepa	Realización de una entrevista a la fundadora de la empresa con el fin de conocer información que aporte al desarrollo del plan de intervención	Entrevista	Asesores externos	Se conocieron las problemáticas más acentuadas de la organización y las dificultades que la misma ha tenido	Incluido en el valor de la consultoría
	Visita a la Cámara de Comercio	Charla informativa	Asesores externos	Se tuvo conocimiento de los documentos requeridos por esta entidad para la formalización: Matricula mercantil y Certificado de existencia y representación legal	\$30.000
	Visita a la Secretaria Distrital de Medio Ambiente	Charla informativa	Asesores externos	Se tuvo conocimiento de los documentos requeridos por esta entidad para que una nueva empresa pueda vincularse a ella: Registro de publicidad visual, registro del aire y registro del nivel del ruido.	\$730.000 Puede aumentar de acuerdo al tamaño de la empresa

Identificar la documentación, entidades, relaciones y procedimientos que se deben establecer para llevar a cabo la constitución legal de la empresa.

Visita a la Secretaría Distrital de Planeación	Charla informativa	Asesores externos	Se tuvo conocimiento de los documentos requeridos por esta entidad para la formalización: Consulta de uso del suelo	\$43.850
Visita a Sayco y Acinpro	Charla informativa	Asesores externos	Se tuvo conocimiento de los documentos requeridos por esta entidad para la formalización: Certificado de uso de música dentro del establecimiento.	Varía dependiendo el uso de la música.
Visita al INVIMA	Charla informativa	Asesores externos	Se tuvo conocimiento de los documentos requeridos por esta entidad para la formalización: Registro sanitarios de alimentos y permiso sanitario de alimentos.	\$1.945.670
Visita a la DIAN	Charla informativa	Asesores externos	Se tuvo conocimiento de los documentos requeridos por esta entidad para la formalización: Registro Único Tributario y Número de Identificación Tributaria.	No tiene costo.
Visita a la Secretaria Distrital de Hacienda	Charla informativa	Asesores externos	Se tuvo conocimiento de los documentos requeridos por esta entidad para la formalización: Registro de Información tributaria RIT	No tiene costo
Visita al cuerpo oficial de Bomberos	Charla informativa	Asesores externos	Se tuvo conocimiento de los documentos requeridos por esta entidad para la formalización: Solicitud de revisión técnica de seguridad.	\$37.800

	Visita a la Superintendencia de Industria y Comercio	Charla informativa	Asesores externos	Se tuvo conocimiento de los documentos requeridos por esta entidad para la formalización: Consulta de Registro de marca, registro de patentes y expedición de certificado de pesas.	\$1.580.000
	Visita a la notaria	Charla informativa	Asesores externos	Se tuvo conocimiento de los documentos requeridos por esta entidad para la formalización: Realización de la minuta de constitución	\$30.000
	Formular un plan de acción en el que desde la comunicación se evidencie, proponga y presupueste cada una de las etapas y procesos a seguir para la legalización y permanente desarrollo de la empresa Juanchoarepa y el fortalecimiento de sus prácticas de responsabilidad social.	Diagnosticar, presupuestar y guiar a través de la comunicación organizacional el proceso de formalización de la empresa como un primer paso para ser socialmente responsable	Creación del plan de intervención	Asesores externos	Propuesta de trabajo y recomendaciones.

**Fuente:** propia.

## 6.4 Estimación financiera de la implementación de la propuesta

El gráfico presentado a continuación permite establecer los costos que en el momento a partir del cual la organización inicie la implementación de la propuesta debe cancelar a los consultores externos, quienes por medio del diagnóstico realizado a la empresa Juanchoarepa establecieron uno a uno los valores presentados.

**Figura 65** Estimación financiera

Concepto	Costo	Otros
Consulta nombre de la empresa	0 Pesos	0 Pesos
Consulta de la marca y actividad económica	0 Pesos	0 Pesos
Matricula mercantil	\$30.000	\$10.000 Transporte y documentos adicionales
RUT	0 Pesos	\$10.000 Transporte y documentos adicionales
NIT	0 Pesos	\$10.000 Transporte y documentos adicionales
Registro de marca y logo	\$139.976 Costo inicial \$1.442.246 Costos posteriores	\$20.000 Transporte y documentos adicionales
Registro de publicidad exterior	\$141.675	\$20.000 Transporte y documentos adicionales
Registro del aire y niveles de ruido	0 pesos	\$20.000 Transporte y documentos adicionales
Concepto de uso del suelo	\$43.850	\$20.000 Transporte y documentos adicionales
Solicitud de revisión técnica y de seguridad	\$37.800	\$20.000 Transporte y documentos adicionales
Minuta de constitución	\$30.000	\$30.000 Transporte y documentos adicionales
Certificado de uso música dentro del establecimiento	Valor estimado después de la visita	\$10.000 Transporte
Registro Sanitario de alimentos	\$1.945.670	\$30.000 Transporte y documentos adicionales
Permiso sanitario de alimentos	\$434.470	\$30.000 Transporte y documentos adicionales
Afiliación EPS, ARP y Caja de compensación familiar	\$10.000 por cada empleado	\$50.000 Transporte y documentos adicionales
<b>Total</b>	<b>\$4.245.697</b>	<b>\$280.000</b>
<b>Total</b>		<b>\$4.525.697</b>

**Fuente:** propia

## 6.5 Costos de la Interventoría

**Figura 66 Interventoría**

<b>Actividad</b>	<b>Tiempo requerido</b>	<b>Costo</b>	<b>Indicador</b>
Análisis de los documentos requeridos para llevar a cabo la formalización de la empresa.	1 Semana	\$200.000	Analizar la actividad económica de la empresa para identificar los trámites necesarios.
Contacto con las entidades encargadas de la formalización.	1 mes	\$1.150.000	Identificar entidades y documentos requeridos para la formalización de la empresa a través de herramientas comunicativas
Construcción de todo el proceso comunicativo que permitirá realizar la formalización de la empresa	1 Semana	\$1.000.000	Determinar ¿cómo debe ser el proceso comunicativo? Y su forma de implementación en beneficio de la empresa intervenida.
Implementación de las estrategias de comunicación organizacional que posibilitaran el proceso de legalización de la empresa Juanchoarepa	2 semanas	\$ 500.000	Crear estrategias de comunicación que permitan a la organización realizar su proceso de legalización con facilidad y eficacia.
Puesta en marcha del plan de legalización a través de estrategias de comunicación organizacional.	1 mes	\$ 700.000	Llevar a cabo el plan de legalización de la empresa Juanchoarepa que le permita consolidarse ante su mercado objetivo y ser líder en su actividad económica
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.550.000</b>

**Fuente:** Propio

## 7 Bibliografía

Revista Dinero. ¿En que gastan los colombianos? 26 de febrero de 2012, tomado de: <http://www.dinero.com/caratula/edicion-impresa/articulo/en-gastan-colombianos/70833>

Cámara de Comercio de Bogotá. Aspectos a considerar en la creación de empresas. 26 de febrero de 2012, tomado de: <http://www.ccb.org.co/portal/default.aspx>

Revista Razón y Palabra. Comprender la Comunicación. 27 de febrero de 2012, tomado de: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico\\_75/27\\_Olmedo\\_M75.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/27_Olmedo_M75.pdf)

Blog pasión por emprender. 25 frases celebres de Robert Kiyosaki. 28 de febrero de 2012, tomado de: <http://pasionporemprender.blogspot.com/2008/07/robert-kiyosaki-25-frases-clubres.html>

Espinosa, D. Comunicación organizacional y RSE más que información. 28 de febrero de 2012, tomado de: [http://www.comunicanet.com.ar/index.php?option=com\\_content&task=view&id=21&Itemid=30](http://www.comunicanet.com.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=21&Itemid=30)

Drucker, P. Frases de Peter Drucker. 28 de febrero de 2012, tomado de: <http://mundifrases.com/frase/lo-mas-importante-de-la-comunicacion-es-escuchar/23668>

Espinosa, D. Comunicación organizacional y RSE más que información. 28 de febrero de 2012, tomado de: [http://www.comunicanet.com.ar/index.php?option=com\\_content&task=view&id=21&Itemid=30](http://www.comunicanet.com.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=21&Itemid=30)

Muñiz, E. La comunicación Interna. 28 de febrero de 2012, tomado de:  
<http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>

Drucker, P. Frases celebres de Peter Drucker sobre gestión, administración, innovación, éxito y liderazgo. 28 de febrero de 2012, tomado de:  
<http://www.negociosyemprendimiento.org/2009/06/frases-celebres-de-peter-drucker-sobre.html>

Bogotá Emprende. Formas Jurídicas. 6 de marzo de 2012, tomado de:  
[http://www.bogotaemprende.com/documentos/4361\\_Formas\\_Juridicas\\_26072011.pdf](http://www.bogotaemprende.com/documentos/4361_Formas_Juridicas_26072011.pdf)

Fondo Social Europeo. Origen de las Ideas de Negocio. 6 de marzo de 2012, tomado de: [http://www.bitagora.es/PartPublica/Comunes/Articles/\\_K3IzRteqkRfL-kBw\\_3KO7Ki5ZaKXdfjlaOeZqbd2BnY](http://www.bitagora.es/PartPublica/Comunes/Articles/_K3IzRteqkRfL-kBw_3KO7Ki5ZaKXdfjlaOeZqbd2BnY)

Drucker, P. La innovación y el empresario innovador. Editorial Norma. 7 de marzo de 2012.

Darin, S. Las condiciones para convertir una idea en un negocio. 7 de marzo de 2012, tomado de: <http://www.slideshare.net/jlocatell/los-elementos-de-una-buena-idea-de-negocio-presentation>

Agudelo, J. Consumo y mercadeo. 7 de marzo de 2012, tomado de:  
<http://consumoymercadeo.blogspot.com/2011/03/arepas-en-colombia.html>

Real Academia de la Lengua Española. Legalizar. 16 de Abril de 2012, tomado de:  
[www.rae.com](http://www.rae.com)

Gomez. L. Medidas de apoyo a la creación de empresas en el Caribe. 16 de abril de 2012, tomado de: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/268/26810207.pdf>

Diario la Republica. Ventajas de la legalización y constitución de una empresa. 16 de Abril de 2012, tomado de: [http://www.tormo.com.co/resumen/1083/Ventajas\\_de\\_la\\_legalizacion\\_y\\_constitucion\\_de\\_una\\_empresa.html](http://www.tormo.com.co/resumen/1083/Ventajas_de_la_legalizacion_y_constitucion_de_una_empresa.html)

Cámara de Comercio de Bogotá. Pasos para formalizar una empresa. 16 de abril de 2012, tomado de: <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=97&conID=3413>

Cámara de Comercio de Cali. Requisitos para la minuta de constitución por documento privado. 16 de abril de 2012, tomado de: <http://www.ccc.org.co/como-crear-su-empresa/registrarla-minuta-en-una-notaria/>

Lagos, Y. La escritura pública. 17 de abril de 2012, tomado de: <http://www.gerencie.com/escritura-publica.html>

Cámara de Comercio de Bogotá. ¿Qué es una sociedad?. 17 de abril de 2012, tomado de: [www.ccb.gov.co](http://www.ccb.gov.co)

Superintendencia de Sociedades. Sociedad por acciones simplificadas. 19 de abril de 2012, tomado de: [http://www.ideascontables.260mb.com/REVISTA\\_CONTABLE/pdfs/Cartilla%20S.A.S.pdf](http://www.ideascontables.260mb.com/REVISTA_CONTABLE/pdfs/Cartilla%20S.A.S.pdf)

Cámara de Comercio de Bogotá. Formas Jurídicas para legalizar la empresa. 17 de abril de 2012, tomado de: [http://www.bogotaemprende.com/documentos/4361\\_Formas\\_Juridicas\\_26072011.pdf](http://www.bogotaemprende.com/documentos/4361_Formas_Juridicas_26072011.pdf)

DIAN. Registro Único Tributario. 20 de abril de 2012, tomado de: [www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co)

Confecamaras. Generalidades del Registro Mercantil. 20 de abril de 2012, tomado de:

[http://www.cciptales.org.co/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=30&Itemid=33](http://www.cciptales.org.co/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=30&Itemid=33)

Cámara de Comercio de Neiva. Caratula única empresarial. 20 de abril de 2012, tomado de: <http://www.ccneiva.org/index.php?objeto=registroformulario>

Confecamaras. Formulario adicional de registro con otras entidades. 20 de abril de 2012, tomado de:

<http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=97&conID=3413>

Superintendencia de Industria y Comercio. Marcas y otros signos distintivos. 23 de Abril de 2012, tomado de: <http://www.sic.gov.co/es/web/guest/marcas>

Superintendencia de Industria y comercio. Patentes y nuevas creaciones. 23 de abril de 2012, tomado de: <http://www.sic.gov.co/es/web/guest/patentes>

Bogotá emprende. Solicitud del concepto del uso del suelo. 23 de abril de 2012, en: <http://www.bogotaemprende.com/portal/default.aspx>

Gobierno en línea. Permiso de vertimientos. 23 de abril de 2012, tomado de: <http://www.gobiernoenlinea.gov.co/web/guest/home/-/government-services/1836-suit/maximized>

Portal del estado Colombiano. Concesión de aguas subterráneas. 23 de abril de 2012, tomado de: <http://www.gobiernoenlinea.gov.co/tramite.aspx?traID=4957>

Corporación autónoma regional del Magdalena. Emisiones atmosféricas. 23 de Abril de 2012, tomado de: [http://www.corpamag.gov.co/index.php?Itemid=83&id=63&option=com\\_content&task=view](http://www.corpamag.gov.co/index.php?Itemid=83&id=63&option=com_content&task=view)

Guía de trámites y servicios. Registro de libro de operaciones de industrias forestales en el distrito capital. 23 de abril de 2012, tomado de: [http://www.bogota.gov.co/portel/libreria/php/frame\\_detalle\\_scv.php?h\\_id=26654](http://www.bogota.gov.co/portel/libreria/php/frame_detalle_scv.php?h_id=26654)

Portal del estado Colombiano. Concesión de aguas superficiales. 23 de abril de 2012, tomado de: <http://www.gobiernoenlinea.gov.co/tramite.aspx?traID=4957>

Corporación autónoma del Tolima. Licencia ambiental. 23 de abril de 2012, tomado de: [http://www.cortolima.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=101&Itemid=81](http://www.cortolima.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=101&Itemid=81)

Guía de trámites y servicios. Apertura de establecimientos comerciales. 23 de abril de 2012, tomado de: [http://www.bogota.gov.co/portel/libreria/php/frame\\_detalle\\_scv.php?h\\_id=23470](http://www.bogota.gov.co/portel/libreria/php/frame_detalle_scv.php?h_id=23470)

Bogotá emprende. Certificados después del inicio de la empresa. 24 de abril de 2012, tomado de: [www.bogotaemprende.com](http://www.bogotaemprende.com)

Leyes Colombianas. Ley 100. 21 de abril de 2012. Tomado de: [www.colombia.com/actualidad/images/2008/leyes/ley100.pdf](http://www.colombia.com/actualidad/images/2008/leyes/ley100.pdf)

Arenas, G. La estructura del sistema colombiano de seguridad social. 21 de abril de 2012. Pág. 159. Capítulo 6

Ojeda, C. Guía para la creación de empresas frente a los trámites del estado. 12 de mayo de 2012. Pág. 9. Capítulo 1.

## 8 Anexos

### Anexo 1 Minuta de una S.A.S

**(NOMBRE DE LA EMPRESA) 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 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

### 8.2 Capítulo I

### 8.3 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 (\_\_\_\_\_) 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 (INCLUIR NUMERO) acciones ordinarias 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. (si el capital suscrito es igual al pagado por favor elimine este parágrafo).

**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.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiere, 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 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.

**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.

**Anexo 2** Constitución ante la Cámara de Comercio



2
REG-PRE-PPS-F-028
03/05/2010

Bogotá, D. C., \_\_\_\_\_

Señores  
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ  
Departamento de Legal  
Ciudad

Con el presente documento informo a ustedes que la sociedad denominada

\_\_\_\_\_ que presento para inscripción, es de naturaleza CIVIL  ó COMERCIAL

La manifestación hecha en este documento en ningún caso podrá modificar el contenido de los estatutos.

Por favor diligencie los siguientes datos para realizar transferencia electrónica en caso de ser necesaria una devolución de dinero:

1. Dirección de correo electrónico: \_\_\_\_\_
2. No de cuenta \_\_\_\_\_ titular de la cuenta \_\_\_\_\_  
tipo de cuenta (corriente o ahorros) \_\_\_\_\_

Atentamente,

\_\_\_\_\_  
Nombre del representante legal

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
C. C. No. \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_



# Anexo 4 RUT

		<b>Formulario del Registro Único Tributario</b> Hoja Principal				<b>001</b>	
Especio reservado para la DIAN 				2. Concepto: 0 4 4. Número de formulario (415)7707212484(8020)001400606795 0			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT):		6. DV:		12. Administración:		14. Buzón electrónico:	
8 3 0 0 0 2 5 6 6		-		7		1	
IDENTIFICACION							
24. Tipo de contribuyente:		26. Tipo de documento:		25. Número de identificación:		27. Fecha expedición:	
Persona jurídica		1					
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: SOCIEDAD COLOMBIANA DE FISICA							
36. Nombre comercial: SOCIEDAD COLOMBIANA DE FISICA				37. Sigla:			
UBICACION							
38. País:		39. Departamento:		40. Ciudad/Municipio:			
COLOMBIA		1 6 9 Quindío		6 3 Armenia		0 0 1	
41. Dirección: C R 1 5 C L 1 2 N O R T E E D U N I V E R S I D A D D E L Q U I N D I O B L O P T O E L E C							
42. Correo electrónico: HEARIZA@UNIQUINDIO.EDU.CO		43. Apartado aéreo:		44. Teléfono 1: 6 7 4 6 0 1 8 3		45. Teléfono 2: 6 7 4 6 0 2 3 2	
CLASIFICACION							
Actividad principal		Actividad económica				Ocupación	
46. Código:		47. Fecha inicio actividad:		48. Código:		49. Fecha inicio actividad:	
7 3 1 0		1995 04 05					
				50. Código:		51. Código:	
				1 2			
						52. Número establecimientos:	
Responsabilidades							
53. Código: 0 7 0 6							
07. Retención en la fuente a título de renta							
06. Ingresos y patrimonio.							
Usuarios aduaneros				Exportadores			
54. Código:				55. Forma:		56. Tipo:	
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10							
				57. Modo:		58. cPC:	
				1 2 3			
Para uso exclusivo de la DIAN							
59. Anexos: SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>				60. No. de Folios:		61. Fecha: 2005 08 03	
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponden exactamente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 15 Decreto 2788 del 31 de Agosto de 2004. Firma del solicitante: 				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma del funcionario autorizado: 984. Nombre: MAGDA LORENA RIVERA QUICENO 985. Cargo: CARGO SUPER			

Anexo 5 RIT

**RIT**  
**ESTABLECIMIENTO**  
**DE COMERCIO**

Registro de Información Tributaria  
 Dirección Distrital de Impuestos  
 Lea las Instrucciones al respaldo  
 Oficinas ancloneras, bofetadoras ni arrendadoras



**A. OPCION DE USO (Sólo pide marcar una casilla por formulario)**

1. Apertura       2. Actualización       3. Cierre

**B. DATOS DEL CONTRIBUYENTE**

4. Tipo de Documento      5. Apellidos y Nombre o Razón Social del contribuyente

C.C.     NIT     T.I.

No.  D.V.

**C. DATOS DE ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO UBICADOS EN BOGOTÁ D.C.**

1	a. Matricula mercantil	b. Nombre comercial del establecimiento	c. Fecha de Apertura <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Día Mes Año	d. Teléfono
	e. Dirección del establecimiento		f. Fecha de Cierre <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Día Mes Año	g. CHIP (*)
2	a. Matricula mercantil	b. Nombre comercial del establecimiento	c. Fecha de Apertura <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Día Mes Año	d. Teléfono
	e. Dirección del establecimiento		f. Fecha de Cierre <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Día Mes Año	g. CHIP (*)
3	a. Matricula mercantil	b. Nombre comercial del establecimiento	c. Fecha de Apertura <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Día Mes Año	d. Teléfono
	e. Dirección del establecimiento		f. Fecha de Cierre <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Día Mes Año	g. CHIP (*)
4	a. Matricula mercantil	b. Nombre comercial del establecimiento	c. Fecha de Apertura <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Día Mes Año	d. Teléfono
	e. Dirección del establecimiento		f. Fecha de Cierre <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Día Mes Año	g. CHIP (*)
5	a. Matricula mercantil	b. Nombre comercial del establecimiento	c. Fecha de Apertura <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Día Mes Año	d. Teléfono
	e. Dirección del establecimiento		f. Fecha de Cierre <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Día Mes Año	g. CHIP (*)

**E. FIRMAS**

6. Contribuyente o Representante Legal      7. Persona que realiza el trámite (\*)

Nombre:       Nombre:

C.C.     C.E.     Otro     No       C.C.     C.E.     Otro     No

ESTE FORMULARIO Y SU RADICACIÓN NO TIENEN COSTO ALGUNO  
 (\*) El regado de esta información es de carácter opcional. La omisión de estos datos no causan las sanciones contempladas por la ley para la no inscripción/actualización del Registro de Información Tributaria RIT.

# Anexo 6 Registro Único Empresarial



**CONFECAMARAS**

**REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL  
ANEXO MATRÍCULA MERCANTIL O RENOVACIÓN  
PERSONAS NATURALES, SOCIEDADES, EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO,  
ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO, SUCURSALES O AGENCIAS**

CÓDIGO DE LA CÁMARA    AÑO

- Diligencia con exactitud, a máquina o letra impresa, los datos que se solicitan en este anexo.
- La información adicional a la prevista por el artículo 32 del Código de Comercio, se utiliza en los estudios que, de acuerdo con la ley, adelanta la Cámara de Comercio. Autorizo el uso y divulgación de toda la información reportada en el presente anexo.
- **Importante:** los datos consignados en este anexo, deben ser absolutamente verídicos y en consecuencia corresponder exactamente a la realidad del matriculado. Por lo anterior, se advierte que cualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley Penal (artículo 38, Código de Comercio)
- No diligencie los espacios sombreados, son de uso exclusivo de la Cámara de Comercio.

Registro Único Empresarial No. <input type="text"/>		SOLO PARA PERSONAS NATURALES EXTRANJERAS																			
		NACIONALIDAD <input type="text"/>																			
<b>INFORMACIÓN COMERCIAL</b>	<b>ENTIDADES DE CRÉDITO CON LAS CUALES HA CELEBRADO OPERACIONES</b>																				
	NOMBRE DE LA ENTIDAD	OFICINA																			
	NOMBRE DE LA ENTIDAD	OFICINA																			
	<b>REFERENCIAS DE DOS COMERCIANTES INSCRITOS</b>																				
	NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO																		
<b>INFORMACIÓN FINANCIERA</b>	<b>INFORMACIÓN FINANCIERA</b>																				
	LOS SIGUIENTES DATOS DEBEN CORRESPONDER AL BALANCE DE APERTURA O A DICIEMBRE 31 DEL ÚLTIMO AÑO (INCLUYENDO AJUSTES POR INFLACIÓN)																				
	<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>																		
	Corriente \$	Pasivo Corriente \$	Ingresos Operacionales \$																		
	Fijo Neto \$	Largo Plazo \$	Gtos. Operacionales de Ventas \$																		
	Otros \$	Pasivo Total \$	Gtos. Operacionales de Administración \$																		
	Valorizaciones \$	Patrimonio Total \$	Utilidad / Pérdida Operacional \$																		
	Activo Total \$	Pasivo + Patrimonio \$	Utilidad / Pérdida Neta \$																		
	(Sin ajustes por inflación)																				
	ACTIVO TOTAL \$																				
<b>DATOS BÁSICOS</b>	<b>DATOS DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO, SUCURSAL O AGENCIA</b>																				
	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO <input type="checkbox"/>	SUCURSAL <input type="checkbox"/>	AGENCIA <input type="checkbox"/>																		
	MATRÍCULA <input type="checkbox"/>	RENOVACIÓN <input type="checkbox"/>	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA																		
	DIRECCIÓN	ZONA POSTAL	MUNICIPIO																		
	TELÉFONO(S)	FAX	BUZÓN ELECTRÓNICO																		
	DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL	MUNICIPIO	DEPARTAMENTO																		
<b>INFORMACIÓN ECONÓMICA</b>	<b>ACTIVIDAD MERCANTIL DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA</b>																				
	Especifique en orden de importancia su actividad mercantil		CLASIFICACIÓN CIIU																		
	1.		<table border="1" style="width:100%; height: 40px;"> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>																		
2.																					
3.																					
PERSONAL VINCULADO AL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA		ACTIVOS VINCULADOS AL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA																			
<b>PROPIETARIOS</b>	<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ESTABLECIMIENTO</b>																				
	PROPIETARIO ÚNICO <input type="checkbox"/>	SOCIEDAD DE HECHO <input type="checkbox"/>	COPROPIETARIO <input type="checkbox"/>																		
	EL LOCAL DONDE FUNCIONA EL ESTABLECIMIENTO ES: PROPIO <input type="checkbox"/> AJENO <input type="checkbox"/>																				
	<b>PROPIETARIO(S) DEL ESTABLECIMIENTO SUCURSAL O AGENCIA</b>																				
	NOMBRE(S) DE LA(S) PERSONA(S) O SOCIEDAD(ES) PROPIETARIO(S) DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO, SUCURSAL O AGENCIA (Si son más de dos relaciones en hoja anexa)																				
	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DEL PROPIETARIO	C.C.O NIT.																			
	NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR	FIRMA																			
	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DEL PROPIETARIO	C.C.O NIT.																			
	NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR	FIRMA																			
	NOMBRE DEL ADMINISTRADOR	C.C. No.																			
<b>APORTES EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO</b>																					
APORTES LABORALES \$	%	APORTES ACTIVOS \$ %																			
APORTES LABORALES ADICIONALES \$	%	APORTES EN DINERO \$ %																			
TOTAL APORTES \$																					
<b>FIRMA</b>		<b>ESPACIO RESERVADO PARA LA CÁMARA DE COMERCIO</b>																			
FIRMA DEL MATRICULADO, REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR		FIRMA Y SELLO DE LA CÁMARA DE COMERCIO																			
DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN No. <input type="text"/>																					

# Anexo 7 Caratula Única Empresarial




## REGISTRO UNICO EMPRESARIAL CARATULA UNICA EMPRESARIAL

IDENTIFICACION																									
NIT	01	C.C.	02	C.E.	03	PASAPORTE	04	REGISTRO MERCANTIL / SIN ANIMO DE LUCRO / DE PROPONENTES																	
No.			D.V.			INSCRIPCION / MATRICULA	01	RENOVACION	02																
País Pasaporte						CAMARA	INSCRIPCION / MATRICULA																		
UBICACION Y DATOS GENERALES																									
1. NOMBRE O RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA				LGGR																					
2. NOMBRE COMERCIAL				3. SIGLA																					
4. DOMICILIO PRINCIPAL O DIRECCION DE GERENCIA				5. MUNICIPIO																					
6. DEPARTAMENTO				7. TELEFONO		8. FAX		9. A.A.																	
10. E-MAIL				11. PAGINA WEB																					
12. DIRECCION PARA NOTIFICACION				LGPN		13. MUNICIPIO																			
14. DEPARTAMENTO				15. TELEFONO		16. FAX		17. A.A.																	
18. E-MAIL				19. PAGINA WEB																					
TIPO DE ORGANIZACION																									
SOCIEDAD COLECTIVA	01	SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE	02	SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES	03	SOCIEDAD LIMITADA	04																		
SOCIEDAD ANONIMA	05	SOCIEDAD DE ECONOMIA MIXTA	06	SUCURSAL DE SOCIEDAD EXTRANJERA	07	EMPRESA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL ESTADO	08																		
EMPRESA UNIPERSONAL	09	SOCIEDAD DE HECHO	10	PERSONA NATURAL	11																				
ORGANIZACIONES DE ECONOMIA SOLIDARIA ESPECIFIQUE	12	COOPERATIVA	12.1	PRECOOPERATIVA	12.2	INSTITUCIONES AUXILIARES DE ECONOMIA SOLIDARIA	12.3																		
		EMPRESA DE SERVICIOS EN FORMA DE ADMON. PUBLICA COOPERATIVA	12.4	FONDO DE EMPLEADOS	12.5	COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO	12.6																		
		ASOCIACION MUTUAL	12.7	EMPRESA SOLIDARIA DE SALUD	12.8	EMPRESA COMUNITARIA	12.9																		
		FEDERACION Y CONFEDERACION	12.10	EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO	12.11																				
ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO	13	CUAL			OTROS	99	CUAL																		
FECHA DE CONSTITUCION																									
A A A A M M D D		HASTA		A A A A M M D D		COMPOSICION DEL CAPITAL SOCIAL																			
						1. NACIONAL		2. EXTRANJERO																	
						1.1 PUBLICO		2.1 PUBLICO																	
						1.2 PRIVADO		2.2 PRIVADO																	
ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA																									
ACTIVA	01	ETAPA PREOPERATIVA	02	EN CONCORDATO	03																				
INTERVENIDA	04	EN LIQUIDACION	05	ACUERDOS DE REESTRUCTURACION	06																				
NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA, DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD ECONOMICA QUE DESARROLLAN																									
1. AGROPECUARIOS		2. MINEROS		3. MANUFACTUREROS		4. SERVICIOS PUBLICOS																			
5. CONSTRUCCION Y OBRAS CIVILES		6. COMERCIALES		7. RESTAURANTES Y HOTELES		8. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO																			
9. COMUNICACION		10. FINANCIEROS, SEGUROS E INMOBILIARIOS		11. SERVICIOS COMUNALES Y PERSONALES																					
ACTIVIDADES ECONOMICAS (Describe por orden de importancia las principales actividades económicas)																									
1.				<b>CIU REV. 3 A.C.</b> <table border="1" style="width: 100px; height: 100px; border-collapse: collapse;"> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>																					
2.																									
3.																									
4.																									
5.																									
FECHA DE DILIGENCIAMIENTO		REPRESENTANTE LEGAL O INSCRITO		PERSONA QUE DILIGENCIA																					
DIA	MES	AÑO	NOMBRE	NOMBRE																					
			FIRMA	CARGO	TEL.																				
			C.C.	E-MAIL																					
PARA USO EXCLUSIVO DE LA ENTIDAD																									
FECHA DE RECEPCION			FUNCIONARIO QUE RECIBE EL FORMULARIO		PARA CONSULTAS O ACLARACIONES DIRIGIRSE A:																				
DIA	MES	AÑO	NOMBRE		TELEFONO																				
			FIRMA		E-MAIL																				
					WEB																				

REPORTE CUALQUIER CAMBIO QUE SE PRODUZCA EN LOS DATOS PREDILIGENCIADOS

FORMULARIO PARA REGISTRAR EMPRESAS Y SERVICIOS S.A. - V. 04/05/2014

## Anexo 8 Registro de marcas y lemas

	Espacio reservado para el adhesivo de radicación
<b>DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS REGISTRO DE MARCAS Y LEMAS COMERCIALES</b>	
Marca de:    Producto <input type="checkbox"/> Servicio <input type="checkbox"/> Colectiva <input type="checkbox"/> De certificación <input type="checkbox"/> Lema comercial	
1. DATOS DEL SOLICITANTE: <input type="checkbox"/> Persona natural <input type="checkbox"/> Persona Jurídica	
Apellido(s): <small>(trátándose sólo de persona natural)</small>	Nombre(s): <small>(trátándose sólo de persona natural)</small>
Designación oficial completa de la entidad/nombre social: <small>(diligenciar tratándose de persona jurídica)</small> Nombre del representante legal _____	
Documento de identificación: <input type="checkbox"/> C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> NIT <input type="checkbox"/> Otro _____ Número de identificación: _____	
Nacionalidad del solicitante/Pais de Constitución	Dirección del solicitante
	Pais _____ Ciudad _____
Correo electrónico	No. Fax
	Número telefónico
Tipo de empresa: <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____ <span style="float: right;"><small>(Indique que tipo)</small></span>	
2. DATOS DEL APODERADO:	
Apellido(s) y nombre(s)	No. Documento identidad
	No. Tarjeta profesional
Dirección para envío de correspondencia	Correo electrónico
Pais	No. Telefónico
Estado - Ciudad	No. Fax
Número de Radicación o Protocolo de poder general _____	
<input type="checkbox"/> Autorizo expresamente a la Superintendencia de Industria y Comercio para que todas las comunicaciones sean enviadas a través de la dirección de correo electrónico	
3. SIGNO A REGISTRAR	
Tipo de marca: <input type="checkbox"/> Nominativa <input type="checkbox"/> Figurativa <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/> Sonora <input type="checkbox"/> Tridimensional <input type="checkbox"/> Olfativa <input type="checkbox"/> Otras	8 X 8
Denominación del signo a registrar: _____ _____	
Marca asociada si es lema: _____ _____	
<small>PI01-F01 vr7 (2012-04-18)</small>	

## Anexo 9 Registro de publicidad exterior



### APLICATIVO PARA LIQUIDACION DEL SERVICIO DE EVALUACION DE LOS TRAMITES DE LA SUBDIRECCION DE CALIDAD DEL AIRE, AUDITIVA Y VISUAL



#### REGISTRO DE ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL.

Trámite- Evaluación	SMMLV	Tarifa Cobro	Cantidad de Elementos	Valor a pagar
Registro de Publicidad exterior visual - avisos hasta 3m2	0,25	\$141.675,00	1	\$ 141.675,00
Registro de Publicidad exterior visual - avisos de 3m2 a 10m2	0,50	\$283.350,00	1	\$ 283.350,00
Registro de Publicidad exterior visual - avisos de mas de 10m2	1,00	\$566.700,00	1	\$ 566.700,00

Trámite- Evaluación	SMMLV	Tarifa Cobro	Cantidad de Elementos	Cantidad de m <sup>2</sup>	Valor a pagar
Registro de Publicidad exterior visual -PEV en vehículos (por m2)	0,08	\$45.336,00	1	1	\$ 45.336,00
Registro de Publicidad exterior visual para eventos temporales (dumis, inflables, globos entre otros ) y mobiliario urbano (por m2)	0,10	\$56.670,00	1	1	\$ 56.670,00
Registro de Publicidad exterior visual - avisos separados de fachada, vallas de obra (por m2)	0,12	\$68.004,00	1	1	\$ 68.004,00

Trámite- Evaluación	SMMLV	Tarifa Cobro	Cantidad de Elementos	Valor a pagar
Registro de Publicidad exterior visual - valla tubular	6,00	\$3.400.200,00	1	\$ 3.400.200,00
Registro de Publicidad exterior visual - pantallas LED	8,00	\$4.533.600,00	1	\$ 4.533.600,00

Salario Mínimo Mensual Legal Vigente 2012	\$ 566.700
---	------------

INSTRUCCIONES PARA LA LIQUIDACION DE COBRO DEL SERVICIO DE EVALUACION
1. Escoja el tipo de elemento de publicidad exterior visual objeto de Registro
2. Diligencie en la casilla azul la información solicitada, recuerde que esta liquidación se hace por elemento de publicidad exterior visual.
3. El valor correspondiente a pagar corresponde al de la casilla verde

Anexo 10 Registro Sayco y Acinpro



**SAYCO**  
Sociedad de Autores  
y Compositores de Colombia

**PAZ Y SALVO**  
Personería Jurídica No. 0596 del 16 de Julio de 1987  
NIT. 800.021.811-9  
No. 80000000



**ACINPRO**  
Asociación Colombiana de Interpretes  
y Productores Fonográficos

IDENTIFICACION		RAZON SOCIAL		ACTIVIDAD	
CODIGO		N° PRESENTACION LEGAL		CIUDAD	
TELEFONO		DIRECCION		DEPARTAMENTO	
PUNTO DE REGISTRO		FECHA DE EMISION		VALIDA HASTA	
UD	AA	DD	MM	DD	AA
VALOR MENSUAL		MSEJES			
SON:		PUNTO DE REGISTRO		VALOR A PAGAR	
EFFECTIVO				\$	
CHEQUE				\$	
ALFABEDA				\$	
OBSERVACIONES:					
FIRMA USUARIO			NOMBRE RESPONSABLE		

BOGOTA: Cl. 17 No. 15-20 Tel: 321 08 37 - 321 08 95 - 321 08 99  
 Cl. 38 Sur No. 28-29 Cl. 253 Tel: 210 49 12 - 195 32 86  
 MANIZALES: Cl. 29 No. 27-27 Cl. 466 Ed. Comadres Tel: 554 72 92-721 71 82

MEDIO: Cl. 16 No. 33-35 Piso 2 de 10 Torre 46 Tel: 303 01 29  
 BUCARARA: Cl. 22 No. 46-35 Cl. A Piso 2 Tel: 340 50 09 - 351 40 51  
 NEIVA: Cl. 5-32 Cl. 206 Centro Ejecutivo Santa Ana Tel: 371 18 31

CALI: Av. 5 Norte No. 19N-04 Cl. 3012 Tel: 990 10 93  
 B/MANGA: Cl. 36 No. 13-51 Cl. 391 Edif. Marval Tel: 642 20 88  
 IBAGUE: Cl. 4 No. 12-47 Cl. 308 Ed. America Tel: 262 17 07 - 261 33 26

**Sociedad de Autores y Compositores de Colombia**  
RESOLUCION MIN. GOBIERNO No. 001 del 17 de NOVIEMBRE de 1982

**Asociacion Colombiana De Interpretes y Productores Fonograficos**  
RESOLUCION MIN. GOBIERNO No. 002 del 27 de DICIEMBRE de 1982



**ORGANIZACION SAYCO - ACINPRO**

ENTIDAD GREMIAL SIN ANIMO DE LUCRO - MATRICULA MERCANTIL No. 50002148  
RESOLUCION No. 0596 DE NOVIEMBRE 18 DE 1987 de la ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA, D.C.  
NIT. 800.021.811-9

BUHX086158

[www.saycoacinpro.org.co](http://www.saycoacinpro.org.co)






"VALIDO UNICAMENTE CON EL TIMBRE O SELLO DEL BANCO"

Su pago OPORTUNO es el reconocimiento a la creacion MUSICAL

Invierta en el Derecho de autor y dele **▶ PLAY** a su negocio



8498419798VGR65G1VSRTHVJRT6V4HTS156T81RTV1561V7981655SER1C05P61CH961TLV56R4V56T1RV65T1V6RT

CODIGO	NIT	PROPIETARIO O ADMINISTRADOR			
ACTIVIDAD		RAZON SOCIAL			
DIRECCION		CENTRO DE COSTOS	CIUDAD / MUNICIPIO	TELEFONO	

**USUARIO**

FECHA LIMITE DE PAGO  
2010/MARZO/15

\$

Periodo Liquidado	Meses	Valor Mensual	TOTAL
		\$	\$
		\$	\$
		\$	\$
		\$	\$
		\$	\$
		\$	\$
		\$	\$

Cancele un total de \$ ,00

S. M. L. V

FECHA DE EXPEDICION

SI PAGA, VALIDO HASTA

SON: \_\_\_\_\_ M/CIE \_\_\_\_\_

Cancele oportunamente y evitese tramites y costo adicionales  
 ESTE PAGO NO ESTA SUJETO A RETENCION EN LA FUENTE - NO SOMOS RESPONSABLES DEL IVA  
**VER INSTRUCCIONES LA RESPALDO**  
 SAYCO Y ACINPRO UNICAS ENTIDADES AUTORIZADAS POR EL ESTADO PARA RECAUDAR DERECHOS DE AUTOR DE MANERA COLECTIVA  
 << NO SE DEJE ENGAÑAR >>

OBSERVACIONES:

## Anexo 11 Permiso sanitario INVIMA



### FORMATO ÚNICO DE ALIMENTOS PERMISO SANITARIO Decreto 4444 de 2005

Código: F06-PM01-RS

Versión: 9

Página: 1 de 2

Fecha de Emisión:  
23/03/2012

## INFORMACIÓN BÁSICA (Obligatoria para todos los trámites)

No diligencie los espacios sombreados, Presente su documentación sin tachaduras ni enmendaduras, legajada y foliada (numerada), en carpeta blanca. Diligencie los formularios con letra clara y legible, con tinta de color negro, en computador o máquina de escribir. Verifique la normatividad sanitaria aplicable a su producto y Dec. 4444 de 2005.

**RECUERDE:** Antes de diligenciar el formulario verificar el Instructivo de trámites para que pueda diligenciar completamente el formulario exigido por disposición legal (Decreto 4444 de 2005 Artículo 4º)

### 1. DATOS GENERALES DEL TITULAR

Nombre o razón social:	
Nit o Cédula de Ciudadanía:	
Dirección:	Ciudad:
Departamento:	País:
Propietario: <input type="checkbox"/> Representante legal: <input type="checkbox"/>	
Nombre del representante legal:	
Documento Identidad (1)	
Dirección para notificación:	Ciudad/ Dpto.:
Email (18):	Teléfono(s):

### 2. DATOS DEL RESPONSABLE DE LA TRANSACCIÓN BANCARIA (2)

Nombre o razón social:	
Dirección:	Cédula de ciudadanía (1)
Ciudad:	Teléfono(s):
Código de tarifa (3)	Valor (\$):

## Anexo 12 Permiso de emisiones atmosféricas



Libertad y Orden  
Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial  
República de Colombia

SINA

### FORMULARIO ÚNICO NACIONAL DE SOLICITUD DE PERMISO DE EMISIONES ATMOSFÉRICAS FUENTES FIJAS Base legal: Decretos 02 de 1982 y 948 de 1995

<b>DATOS DEL SOLICITANTE</b>		
1. Persona Natural <input type="checkbox"/>		
Persona Jurídica <input type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada <input type="checkbox"/>		
2. Nombre o Razón Social: _____		
C.C. <input type="checkbox"/> NIT <input type="checkbox"/> No. _____ de _____		
Representante Legal: _____		
C.C. No. _____ de _____		
Dirección: _____ Ciudad: _____		
Teléfono (s): _____ Fax: _____ E-mail: _____		
3. Apoderado (si tiene): _____ T.P.: _____		
C.C. No. _____ de _____		
Dirección: _____ Ciudad: _____		
Teléfono (s): _____ Fax: _____ E-mail: _____		
<b>DATOS DEL PREDIO</b>		
1. Nombre del predio: _____		
2. Nombre del propietario del predio: _____		
3. Ubicación: Urbano <input type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/>		
Dirección: _____ Departamento: _____		
Municipio: _____ Vereda y/o Corregimiento: _____		
4. Destinación económica del Predio: _____		
5. Georeferenciación: Coordenadas: X _____ Y _____ 6. Altura sobre el nivel del mar (msnm): _____		
7. Costo del proyecto: \$ _____ Valor en letras: _____		
<b>INFORMACIÓN DEL PROYECTO QUE ORIGINA LA EMISIÓN</b>		
1. Nombre del Proyecto: _____		
2. Actividad a desarrollar: _____		
3. Concepto sobre uso del suelo donde se ubicará el proyecto: _____		
4. Fecha proyectada de iniciación actividad y terminación de obra o actividad: _____		
<b>FUENTE DE EMISIÓN</b>		
1. Tipo	2. Equipo de control	3. Combustible
Caldera / horno <input type="checkbox"/>	Precipitador <input type="checkbox"/>	Carbón <input type="checkbox"/>
Incineración <input type="checkbox"/>	Lavadores <input type="checkbox"/>	Diesel 1 <input type="checkbox"/> Diesel 2 <input type="checkbox"/>
Dispersa <input type="checkbox"/>	Filtro manga <input type="checkbox"/>	Crudo de castilla <input type="checkbox"/>
Secadores <input type="checkbox"/>	Cidones <input type="checkbox"/>	Emulsión o Suspensión <input type="checkbox"/>
Área fuente <input type="checkbox"/>	Cámaras <input type="checkbox"/>	Gas Natural <input type="checkbox"/> Gas propano <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Fuel oil 2 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/>
Cuál? _____	Cuál? _____	Aceites usados sin tratar % <input type="checkbox"/>
		Aceites tratados % <input type="checkbox"/>
		Madera <input type="checkbox"/>
		Otro <input type="checkbox"/> Cuál? _____
<b>DOCUMENTACIÓN QUE DEBE ANEXAR A LA SOLICITUD</b>		
1. Documentos que acrediten la personería jurídica del solicitante		
Sociedades: Certificado de existencia y representación legal (expedición no superior a 3 meses)		
Junta de Acción Comunal: Certificado de existencia y representación legal o del documento que haga sus veces, expedido por la autoridad competente (expedición no superior a tres (3) meses).		
2. Poder debidamente otorgado (cuando se actúe por medio de apoderado).		
Propietario del inmueble: Certificado de tradición y libertad (expedición no superior a 3 meses)		
Tenedor: Prueba adecuada que lo acredite como tal.		
Poseedor: Prueba adecuada que lo acredite como tal.		
3. Plancha IGAC de ubicación del proyecto.		
4. Información meteorológica básica del área de afectación por las emisiones.		
5. Información señalada en los literales f, g, h, y j del artículo 75 del decreto 948 de 1995.		
6. Información señalada en el parágrafo del artículo 75 del Decreto 948 de 1995, en los casos de refinерías de petróleo, fábricas de cementos, plantas químicas y petroquímicas, siderúrgicas, quemas abiertas controladas en actividades agroindustriales y plantas termoeléctricas.		
7. Descripción de los sistemas de control de emisiones existentes o proyectados.		
8. Información de carácter técnico sobre producción prevista o actual, proyectos de expansión, cambios de tecnología y proyecciones de producción a cinco (5) años.		
<b>FIRMA DEL SOLICITANTE O APODERADO DEBIDAMENTE CONSTITUIDO</b>		
		<b>FECHA:</b> _____

### **Anexo 13** Entrevista

- 1** ¿Cuál fue la principal razón por la cual nació la idea de la empresa Juanchoarepa?
  
- 2** ¿Cuáles fueron las principales dificultades que encontraron al tratar de continuar con su idea de negocio?
  
- 3** ¿Cuáles son las problemáticas más grandes que la empresa presentó durante su funcionamiento?
  
- 4** ¿De las problemáticas que fueron mencionadas por usted anteriormente cuál es la que necesita más pronta solución para continuar con el negocio?
  
- 5** ¿En el momento en el cual el negocio empezó a crecer no pensaron en legalizarlo?

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Juan Pablo Cárdenas Segura

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 1015423725

Nombre Completo Olga Juliana Casallas Ortega

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 1015423724

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Asesoría en Comunicación Organizacional para la Constitución legal de la empresa Juanchodarepa

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI  NO   
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realicé (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>Juan Pablo Cárdenas Segura</u>	NOMBRE COMPLETO: <u>Diana Juliana Casallas Ortega</u>
FIRMA: <u>Juan Pablo Cárdenas S</u>	FIRMA: <u>Diana Casallas O.</u>
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>1015423725</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>1015423724</u>
FACULTAD: <u>HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES</u>	FACULTAD: <u>HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES</u>
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>LENGUAS MODERNAS</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: <u>LENGUAS MODERNAS</u>

NOMBRE COMPLETO: _____	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: 10 de julio de 2012