

Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le de crédito al documento y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Chía - Cundinamarca

WEB2PRINT PLAN DE NEGOCIO PARA OPTAR AL TITULO DE
ESPECIALISTA EN GERENCIA COMERCIAL CON ENFASIS EN VENTAS

YULI PAOLA MORENO MEDINA

RAUL MAURICIO GUTIERREZ MONTAÑA

Director: FERNANDO CHAVARRO MIRANDA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

INSTITUTO POSTGRADOS FORUM

ESPECIALIZACIÓN GERENCIA COMERCIAL – VENTAS

BOGOTA DC. 2014

WEB2PRINT PLAN DE NEGOCIO PARA OPTAR AL TITULO DE
ESPECIALISTA EN GERENCIA COMERCIAL CON ENFASIS EN VENTAS

YULI PAOLA MORENO MEDINA

RAUL MAURICIO GUTIERREZ MONTAÑA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

INSTITUTO POSTGRADOS FORUM

ESPECIALIZACIÓN GERENCIA COMERCIAL – VENTAS

BOGOTA DC. 2014

TABLA DE CONTENIDO

1. Objetivo	6
2. Alcance del proyecto	6
3. Idea de negocio	6
4. Descripción de la idea de negocio	7
5. ¿Qué problema resuelve?	8
6. Propuesta de valor	9
7. ¿Qué necesidades satisface web2print?	10
8. Definición de oportunidad	11
9. Análisis del Entorno	13
10. Análisis del macro entorno	13
11. Perspectivas de crecimiento en un entorno complejo	13
12. Incremento del gasto publicitario en América Latina	15
13. Inversión continuada en un contexto de globalización	16
14. Visión para Colombia	16
15. Comportamiento Sectorial	22
16. Factores claves que conforman el entorno macroeconómico	23
17. Factor Económico	23
18. Factor Sociocultural	23
19. Factor Político Legal	24
20. Análisis micro entorno	25
21. Matriz de competencia	25
21.1. Investigación de mercados	26

22. Preservando el medio ambiente	31
23. Cada vez más rápido	32
24. Cables un mal necesario	33
25. Estudio y estrategia de mercado	33
25.1. Tipología Básica de proyectos	34
25.2. Consumidor	36
25.3. Producto	38
25.4. Precio	39
25.5. Distribución	42
25.6. Publicidad	42
25.7. Definición de la población objetivo	43
25.8. Perfil del consumidor	43
25.9. Demanda potencial y participación	43
26. Estudio Técnico	43
26.1. Especificaciones Técnicas	44
26.2. Garantía	46
26.3. Consultoría Adicional	48
27. Estudio Administrativo	48
27.1. Organigrama de la organización	49
28. Estudio Financiero	49
28.1. Estudio de viabilidad Financiera	49
29. Balance General del proyecto Web2print	50
29.1. Tasa Interna de retorno	53
30. Estudio Legal	53

30.1. Definición y constitución	54
30.2. Dirección, Administración, Representación y Revisoría Fiscal de la Sociedad	57
30.3. Verificación del uso del suelo	62
30.4. Registro mercantil en la cámara de comercio de Bogotá	63
30.5. Registro de factura y resolución	64
30.6. Libros comerciales	65
30.7. Derechos de patente	66
30.8. Documentos que componen la solicitud de patente	66
31. Descripción del proyecto	67
32. Referencias	78
33. Apéndices	79
33.1. Apéndice A	79
33.2, Apéndice B.	90
33.3. Apéndice C.	98
33.4. Apéndice D	101

1. Objetivo

Web2Print brinda al usuario final una solución de última tecnología para la impresión de sus documentos, gracias al diseño y elaboración de kioscos para uso de los estudiantes de la Universidad de la Sabana y en el futuro de todas la universidades a nivel nacional, tanto públicas como privadas, con el fin de brindar una herramienta de trabajo para el desempeño de las actividades académicas.

2. Alcance del proyecto

Para la Universidad de la Sabana se contempla la elaboración de ocho (8) kioscos con tarjetas de proximidad las cuales contienen el control de acceso, con base al estudio de movilidad de los estudiantes y campus universitario.

3. Idea de negocio

La irrupción de nuevos modelos de negocio impulsados por las nuevas tecnologías afecta a los sectores educativo y ejecutivo en Colombia. Los estudiantes así como los trabajadores Colombianos cada vez tienen menos tiempo entre sus obligaciones, el transporte, el clima, la complejidad de la vida moderna y diferentes factores que toman fuerza en el día a día, dando cabida a nuevas alternativas de negocio que permitan optimizar labores y ahorrar dinero.

Web2print permite trasladar los productos gráficos (Impresiones) a la web y aumentar la eficiencia, mejorando los procesos de preventa, venta, análisis y seguimiento de clientes, Web2print permitirá realizar la descarga de la aplicación directamente a dispositivos Android y IOS.

En la figura 1 se observa el logo con el que se identificara Web2print para poder acceder a realizar la descarga online.



Figura 1. Logo de identificación

4. Descripción de la idea de negocio

El mundo de hoy vive en constante cambio, la base más sólida para una empresa es innovar, pues es la clave para asegurar un buen crecimiento económico, es lo que permite aportar un valor diferencial a los futuros clientes, frente a la competencia, el ideal es convertirse en referencia y llegar a marcar una tendencia.

Los cambios son necesarios para generar crecimiento en las empresas, es importante empezar a tener diferenciaciones en la metodología comercial, por ejemplo empezar a generar más acercamiento con los clientes, en los dos aspectos, tanto personal como comercial, ofreciéndoles una amplia gama de posibilidades y soluciones que les permitan incrementar la confianza en las empresas, logrando que

se motiven a seguir creciendo de la mano de sus proveedores y a su vez los posicionen como grandes concededores y líderes de los negocios.

La tecnología Web2Print es una realidad que ya está aquí y se empezara impulsar en el sector educativo en Colombia para mejorar los procesos, es una oportunidad de negocio pues cada día, los consumidores toman más conciencia de las herramientas que brinda Internet y ésta se ha convertido en una de las mejores formas de selección a la hora de comprar

Los motivos para vender en la red son innumerables, los más destacados son:

- Se tiene acceso a más clientes potenciales gracias a una mayor cobertura geográfica.
- No existen horarios ya que en internet los proveedores trabajan 24x7
- Se tiene la posibilidad de recibir pedidos durante 24 horas, los 365 días al año.
- Se conoce más a los clientes, su perfil y se optimiza la comunicación con ellos.
- Se les ofrece a los clientes una solución de impresión altamente personalizada.

Se reducen los tiempos de procesado y ejecución de los pedidos y se aumenta la productividad al realizar todos los procesos administrativos y muchos de preproducción, en línea.

5. ¿ Que problemas resuelve?

En este momento Web2print, es una oportunidad de negocio, pronto será una necesidad. Con la solución Printers Website, los estudiantes podrán utilizar su sitio web para recibir cotizaciones de cuanto les pueden llegar a costar sus impresiones de trabajos y si se encuentran en el campus universitario se pueden acercar a cualquiera

de los dispositivos de impresión los cuales liberaran su impresión con tan solo digitar su código de estudiante o su cedula de ciudadanía.

También puede servir para crear nuevos documentos en línea, subirlos a la red en el mismo momento, hacer pedidos y realizar pagos. El usuario de Web2Print podrá utilizar nuestro website para gestionar de manera más eficiente los trabajos en producción y para automatizar sus procesos.

Podemos resumir en cuatro valores agregados la implementación de Web2Print en un ambiente educativo:

1. Ahorro de tiempo y desplazamiento.
2. Ahorro de dinero.
3. Incremento de la Productividad
4. Maximizar el valor en los estudiantes y empleados de la Universidad.

6. Propuesta de valor

Los clientes tendrán accesibilidad a la plataforma de impresión. Solución Online desde cualquier dispositivo móvil, celulares, android, tablas y computadores.

- Esta herramienta es fácil de usar con una plataforma amigable que lo guiara paso a paso.
- Mejor manejo del tiempo, no tiene necesidad de esperar turnos ni de hacer filas, se optimiza el tiempo en desplazamientos a ubicaciones centralizadas y de paso a su destino.
- Control y ahorro del dinero los clientes pueden saber cuánto le cuesta su impresión de forma oportuna.

Atención 7 días a la semana las 24 horas del día los 365 días del año, no tendrá que detenerse por fechas ni horas de atención.

En la figura 2 se ilustra el valor agregado que los estudiantes y empleados de la Universidad de la Sabana pueden percibir en la implementación del proyecto.



*Figura 2.*Propuesta de valor de Web2print

Los clientes podrán:

- Comprar sus productos sin salir de casa o de su entorno de trabajo, desde donde se encuentren.
- Realizar pedidos en cualquier momento: 24 horas, 365 días al año.
- El cliente consigue exactamente lo que quiere, ya que sólo tiene que acceder a la página web para crear su propio diseño, ver y aprobar sus pruebas y finalmente, dar la orden de impresión.

7. ¿Qué necesidades satisface web2print?

Web2print ha surgido gracias al desarrollo de las tecnologías digitales y la utilización masiva de internet por parte de empresas y particulares permite el envío y

recepción de ficheros informáticos, la personalización de documentos, el chequeo online, el seguimiento en tiempo real del estado de producción de los pedidos y la conexión entre cliente y proveedor, es un servicio online en internet que permite la impresión del documento digital en un documento físico desde cualquier tipo de dispositivo (Celulares inteligentes, tablas, computadores, etc.); Basado en un equipo de herramientas de software que facilitan la entrada de pedidos a través de la web, es un servicio basado en tecnología cloud y/o en la nube, que busca satisfacer la necesidad de impresión del documento de forma segura, ágil y oportuna, brinda un acceso en tiempo real 24hrs al día, los 365 días al año, con facilidad de pago ya que permite acceder al pago por medio de tarjetas de crédito y débito de cuentas de ahorro.

8. Definición de oportunidad

La tecnología SaaS (Software as a Service) ya está extendida en los departamentos de TI de las empresas. Al no necesitar una gran inversión inicial, ni elevados costes de mantenimiento, permite a la mayoría de compañías usar el software almacenado en la nube cómo y cuándo lo necesiten. En consecuencia, el cliente únicamente paga por los servicios que requiere; haciendo de SaaS un sistema con gran futuro en un sector como el de la impresión, donde muchos de los proveedores de servicios son pequeñas y medianas empresas con presupuestos y recursos informáticos limitados.

La combinación de tecnología SaaS y soluciones Web2print permite tener al alcance las aplicaciones informáticas más novedosas para todo tipo de imprentas, con independencia de su tamaño o presupuesto. Éstas pueden empezar con una oferta básica y tratar de introducir este nuevo servicio en algunos de los trabajos de sus clientes habituales. Así las dos partes comprobarán rápidamente los beneficios que el método representa para ambos y podrán ir ampliando los servicios a medida que el negocio crezca.

Sin embargo, en muchos casos esta oportunidad no se ha aprovechado. En parte debido a la cautela inherente que caracteriza la industria de la impresión, pero también por los propios proveedores de servicios SaaS, que no son plenamente conscientes de las soluciones que pueden llegar a ofrecer al sector. La tecnología Web2print debería ser la base de la comunicación entre los impresores y sus clientes ya que es mucho más que una simple tienda digital para vender servicios de impresión. Facilita un canal de comunicación exclusivo para transmitir mensajes de marketing a los clientes, así como promocionar servicios y productos nuevos. Por otro lado, los clientes de los impresores valorarán la facilidad con que podrán encargar los trabajos de impresión a través de internet. Y no sólo eso, ya que la tecnología Web2print proporciona una plataforma única de comunicación bidireccional y de información sobre el estado de los trabajos.

Con este plan de negocio Web2print dará un impulso al uso de las tecnologías online como solución común en el sector de la impresión. Por ello, ofrecemos una solución *NowPrint*, que permite disfrutar de todas las ventajas de la tecnología SaaS. Los impresores descubrirán que tienen a su alcance una solución online, flexible y escalable, que permite un uso gradual y aporta multitud de aplicaciones como datos variables, sistemas MIS, flujos de trabajo de producción o álbumes fotográficos. Todas ellas viables de usarse en la nube.

Ha llegado el momento de que el sector educativo aproveche las ventajas de la tecnología Web2print y reciban el apoyo necesario para comunicar dichas ventajas a sus estudiantes. Con las soluciones escalables y rentables que ya existen, el siguiente paso deberá ser su adopción en los Campus Universitarios. Con este plan de negocio el compromiso es apoyar a los clientes en cada uno de los pasos a realizar para alcanzar sus metas y que saquen el máximo partido de la tecnología Web2print.

9. Análisis del entorno

En este capítulo se busca profundizar y conocer más sobre la economía del país y su comportamiento haciendo un análisis tanto en el macro como en el micro entorno.

10. Análisis del macro entorno

Para tener un mejor conocimiento de la economía del país es necesario saber a qué se está enfrentando los nuevos negocios, pues se debe tener un panorama económico claro para de esta forma planear de la mejor manera posible cada negocio y buscar siempre tener ganancias y puntos a favor.

11. Perspectivas de crecimiento en un entorno complejo

- Con un crecimiento proyectado de 4% para 2013, América Latina mantiene indicadores positivos durante casi toda la última década.
- El PIB gráfico se coloca ligeramente por debajo de las tasas de crecimiento de las economías nacionales, en México 3%, en Brasil 4%, en Colombia 3%, en Perú 5.8%.
- Las empresas y sectores más dinámicos de la industria gráfica se han modernizado tecnológicamente y mantienen una importante capacidad de inversión.
- La impresión de empaques constituye el segmento de mejor pronóstico de la industria. Ha cambiado la estructura del sector, atrayendo la competencia y estimulando la consolidación (DANE, s.f).

Mientras el mundo debate intensamente sobre las políticas necesarias para recobrar el crecimiento de las economías avanzadas, el Fondo Monetario Internacional

proyectó para América Latina un crecimiento de 4% en 2013. De esta forma, los indicadores positivos de crecimiento en la zona alcanzan una década casi continua con la excepción de la caída ocasionada por la crisis financiera internacional en 2009, si bien el período se ha caracterizado por fases sucesivas de aceleración y desaceleración (FMI. Regional Economic Outlook, Octubre de 2012).

América Latina conservó en 2013 su posicionamiento como una región en crecimiento, con un ingreso neto de capitales robusto especialmente en Brasil, México, Chile, Argentina, República Dominicana, Perú y Colombia, reservas internacionales estables, condiciones externas que favorecen la expansión del crédito, y una elevada dinámica de las inversiones de las empresas translatinas de México y Chile en el exterior, según la CEPAL. (DANE, 2013)Un entorno mundial complejo

Durante la Reunión Anual del FMI y el Banco Mundial celebrada en Tokio en octubre de 2012, el pronóstico de crecimiento mundial fue revisado a la baja a 3.3% para 2012 y a 3.6% para 2013, lo cual coloca a la zona latinoamericana con tasas de crecimiento por encima de la tasa global, y como una de las áreas del mundo con mejores perspectivas. Sin embargo, las proyecciones de crecimiento moderado y débil en diversas regiones del mundo pondrán ciertos límites a las oportunidades de los países latinoamericanos. (DANE, s.f)

México, país para el que el FMI estimo un PIB de 3.5% en 2013, frente a 3.8% en 2012, podrá sostener un intercambio comercial por encima de la media regional aunque vivirá una fase moderada de desaceleración; además, Estados Unidos, su principal socio comercial así como el de otros países centroamericanos, sólo alcanzó una tasa de crecimiento estimada en 2.75 a finales de 2013. Los socios de la zona euro vieron desacelerar el intercambio con estas economías cuya tasa de crecimiento alcanzó apenas 1% en el segundo semestre de 2013.

El FMI y otras autoridades económicas mundiales han dejado en claro que de no tener éxito las políticas económicas para controlar la zona euro y para contener el

crecidísimo déficit fiscal de los Estado Unidos, las perspectivas de crecimiento podrían empeorar y, en el caso de América Latina, a pesar de la resiliencia de sus economías, conducir a una fase de desaceleración. (DANE s.f.)

12. Incremento del gasto publicitario en América Latina

El gasto publicitario constituye el factor individual decisivo en la expansión o contracción del mercado de la industria gráfica en todo el mundo. Los pronósticos para 2013 mostraron una doble vertiente de la que no es ajena América Latina. En la vertiente ascendente se pronosticó un incremento continuo del gasto publicitario global para 2013 y 2014 de 4.6% y 5.2%, cifras halagüeñas capaces de sostener un crecimiento modesto de los medios impresos, sin embargo, deben competir por recursos con la publicidad en internet, el medio con la mayor tasa de crecimiento, 15.1%, frente a los medios tradicionales que solo alcanzarán 2.3%, en 2013. La publicidad en internet alcanza una participación de 21.4% del total del gasto publicitario para 2014 (Advertising Expenditure Forecasts, September 2012, ZenithOptimedia).

La participación de los mercados emergentes en el gasto publicitario mundial en 2012 fue de 36% del total, valuado este último en 520.000 millones de dólares. La tasa promedio de crecimiento para estos mercados es de 8%, y la tasa específica para América Latina es aún superior, 10.1%, cifra de la que se beneficiaron especialmente los diarios y las revistas, muchos de los cuales captan también publicidad en internet. De hecho, Brasil y Argentina se encuentran entre las diez naciones cuya contribución al crecimiento del gasto publicitario en el mundo será más grande, entre 2011- 2014, alcanzando en el 2013 el quinto puesto superando en valor al Reino Unido y después de Estados Unidos, Japón, China y Alemania.(DANE s.f.)

13. Inversión continuada en un contexto de globalización

Los sectores más dinámicos de la industria gráfica latinoamericana se han modernizado tecnológicamente, y han mantenido una importante capacidad de inversión a pesar de las oscilaciones creadas por la aceleración y desaceleración del crecimiento en los últimos diez años. Un significativo grupo de grandes empresas, particularmente en México y Brasil, ha adquirido definitivamente el status de empresas de talla mundial en sus mercados, considerando sus niveles de eficiencia, calidad y servicio, aunque su impacto en el sector no ha sido aún suficiente para modificar la balanza comercial negativa en sus países. Además, un sector de empresas medianas y pequeñas ha logrado crecimientos sostenidos y afronta ahora el reto de la renovación tecnológica para incrementar su competitividad en un contexto de competencia globalizada. . (DANE s.f)

El peso ganado por las gráficas de la región se demuestra en el hecho de que para algunas empresas proveedoras de la industria la participación de sus ventas en América Latina ha pasado de un dígito, como era tradicional durante las últimas décadas del siglo pasado, a dos dígitos, como lo expresó recientemente Fabrizio Valentini, presidente de Agfa Graphics Brasil y América Latina. . (DANE s.f)

14. Visión para Colombia

Colombia mostró en 2013 un desempeño económico similar al del año anterior y cumplió el primer año de entrada en vigencia de un tratado de libre comercio con Estados Unidos, una herramienta que se espera estimule las exportaciones, el crecimiento económico agregando un punto porcentual, el empleo y la competitividad respecto a otras naciones latinoamericanas con tratados similares. La tasa de crecimiento del PIB gráfico fue de 2 y 3%..(DANE s.f)

El Departamento de Investigaciones Económicas de Andigraf, la Asociación Colombiana de la Industria de la Comunicación Gráfica, informó que en el acumulado del primer semestre de 2012 la industria reporta un decrecimiento de 0.6%

en la producción real en relación al mismo período del año anterior; sin embargo, el segmento de empaques y etiquetas de mayor dinamismo, mostró un crecimiento de 12.7%. Aunque los indicadores muestran una desaceleración de la economía, según María Alexandra Gruesso, presidenta de la asociación, “se espera que el auge del consumo en el último trimestre sea favorable, especialmente para los segmentos de empaques y etiquetas, así como para el sector de publicocomerciales, jalonado por el buen comportamiento en este periodo de sectores clientes como bebidas, comercio, cosméticos y alimentos”. .(DANE s.f)

En el acumulado de agosto de 2012, las exportaciones mostraron una disminución de 5% en el valor exportado, influenciado por una caída de 21% en el valor exportado de libros cuyas ventas representan el 32% de las exportaciones de la industria. Las ventas a Estados Unidos disminuyeron 23% en el acumulado Enero-Agosto de 2012, respecto al mismo periodo del año anterior, con caídas en empaques de papel y cartón, libros, material publicitario y comercial y publicaciones periódicas, a pesar del repunte de los segmentos de artículos escolares y de oficina y etiquetas. .(DANE s.f)

En relación con las oportunidades que brinda el mercado de Estados Unidos, abiertas por la reciente entrada en vigor del acuerdo comercial, la presidenta de la asociación ha manifestado que “es necesario encontrar un puente eficaz entre los proveedores colombianos y los compradores americanos: explorar las oportunidades existentes para las industrias que consumen nuestros productos y aprovechar las compras públicas realizadas por las instituciones de ese país”. .(DANE s.f)

La impresión de empaques constituye el segmento de mejor pronóstico de la industria. Las encuestas a los convertidores latinoamericanos publicadas por la revista Conversión en 2012 (www.conversion.com), muestran crecimientos sostenidos en las tres principales categorías. .(DANE s.f)

Entre los convertidores de empaques flexibles, 79% de los encuestados reportó crecimiento superior a 6% de sus ventas, y 54% crecimiento de sus utilidades superior a 6%, en moneda local, entre 2010-2011. Además, 95% de los encuestados manifestó expectativas de crecimiento positivo de su industria en 2012, con respecto al año anterior. Una perspectiva que se extenderá muy probablemente a 2013 dadas las cifras macroeconómicas para la región. .(DANE s.f)

De modo similar, entre los convertidores de etiquetas 72% de los encuestados reportó crecimiento de sus ventas superior a 6%, y 55% crecimiento de sus utilidades, superior a 6%, en moneda local, entre 2010-2011. Además, 94% de los encuestados manifestó expectativas de crecimiento de su industria en 2012, con respecto al año anterior. Entre los productores de cajas plegadizas 74% de los encuestados reportó crecimiento de sus ventas superior a 6%, y 70% crecimiento de sus utilidades, superior a 6%, en su moneda local, entre 2010-2011. Además, 86% de los encuestados manifestó expectativas de crecimiento de su industria en 2012, con respecto al año anterior. .(DANE s.f)¹⁵. Producto Interno Bruto Las Cuentas Nacionales Trimestrales constituyen una síntesis de la información de coyuntura económica, mediante la cual se articulan los indicadores de estadísticas básicas en los principales agregados macroeconómicos. Para tal efecto, las cuentas trimestrales se soportan en los estándares internacionales de medición económica definidos por la Organización de Naciones Unidas y el Fondo Monetario Internacional. (DANE s.f.)

A continuación se presentan los principales cambios de la dinámica económica colombiana a corto plazo, particularmente a nivel trimestral para las variaciones del Producto Interno Bruto (PIB), el consumo, las exportaciones, las importaciones y la inversión, entre otras variables. Estas cifras son utilizadas ampliamente por analistas, políticos, la prensa, la comunidad empresarial y el público en general, como indicador sintético de la actividad económica del país, para la toma de decisiones. (DANE s.f.)

En el segundo trimestre del año 2013 la economía colombiana Creció 4,2% con relación al mismo trimestre de 2012. Frente al trimestre inmediatamente anterior, el PIB aumentó 2,2% (DANE s.f.)

El mayor crecimiento para este periodo, comparado con el mismo trimestre de 2012, se dio en las siguientes actividades: 7,6% en agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; 6,4% en construcción; 4,7% en servicios sociales, comunales y personales y 4,7% en suministro de electricidad, gas y agua. El menor crecimiento se presentó en las siguientes ramas de actividad: 2,8% en transporte, almacenamiento y comunicaciones; y 1,2% en industrias manufactureras. (DANE s.f.)

Al comparar con el trimestre inmediatamente anterior, el mayor crecimiento se presentó en las siguientes actividades: 4,4% en industrias manufactureras; 1,7% en construcción; 2,3% en comercio, reparación, restaurantes y hoteles; 2,1% en el sector agropecuario, silvicultura, caza y pesca; 2,3% en suministro de electricidad, gas y agua. (DANE s.f.)

Desde el punto de vista de la demanda, los componentes del PIB presentaron los siguientes comportamientos en el segundo trimestre de 2013: 2,9% en la formación bruta de capital, 4,6% en el consumo final y 7,6% de las exportaciones; todos comparados con el segundo trimestre de 2012. (DANE s.f.)

Durante la primera mitad del año 2013, el Producto Interno Bruto creció en 3,4% respecto al primer semestre de 2012. Durante este periodo, los mayores crecimientos se presentaron en 9,7% en construcción; 6,2% en agropecuario, silvicultura, caza y pesca; 4,5% en servicios sociales, comunales y personales. Por su parte, industrias manufactureras presentó un decrecimiento de 1,6%. (DANE s.f.)

Desde el punto de vista de la demanda, el comportamiento del PIB en el primer semestre de 2013 estuvo asociado al crecimiento del consumo final en 4,1%, de la formación bruta de capital en 3,0% y de las exportaciones en 2,4%, todos comparados con el mismo periodo de 2012. (DANE s.f.)

Comportamiento de la economía colombiana durante el segundo trimestre de 2013, resultados generales: En el segundo trimestre del año 2013 la economía colombiana creció 4,2% con relación al mismo trimestre de 2012. Frente al trimestre inmediatamente anterior, el PIB aumentó 2,2%. (DANE s.f.)

En la tabla. 1 podemos ver el producto Interno Bruto con su variación anual y trimestral del año 2011, 2012 y 2013 según el DANE y la Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales.

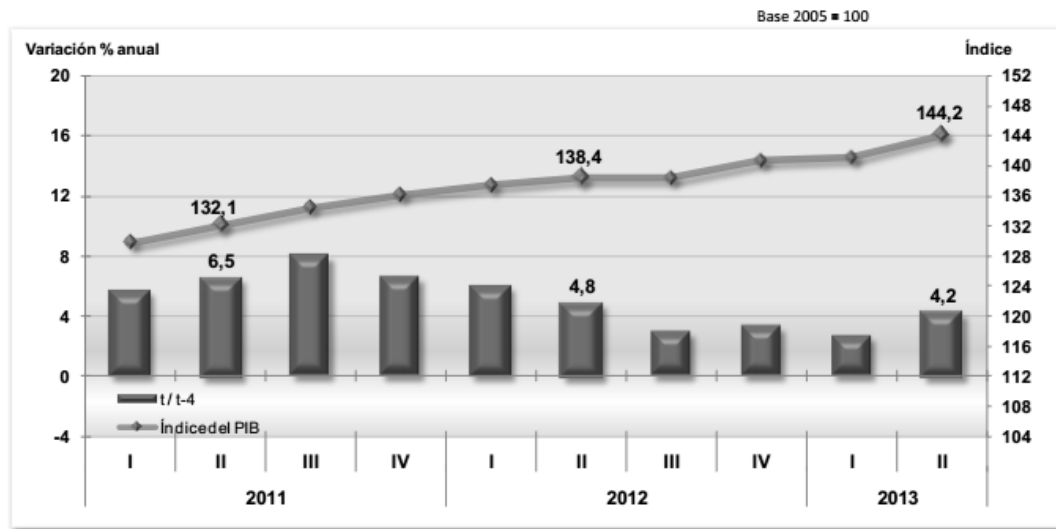
Series desestacionalizadas		
Periodo	Variación anual (%)	Variación trimestral (%)
2011 - I	5,6	1,5
II	6,5	1,8
III	8,0	1,8
IV	6,5	1,3
2012 - I	5,9	0,9
II	4,8	0,7
III	2,9	0,0
IV	3,3	1,7
2013 - I	2,7	0,3
II	4,2	2,2

Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

Tabla 1 Variación anual y trimestral del año 2011, 2012 y 2013 según el DANE.

La Tasa anual de crecimiento del PIB con su variación porcentual anual de los años 2011, 2012 y 2013 la podemos ver comparativamente en la Tabla 2 Datos según el DANE y la Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales.

2011 / I - 2013 / II

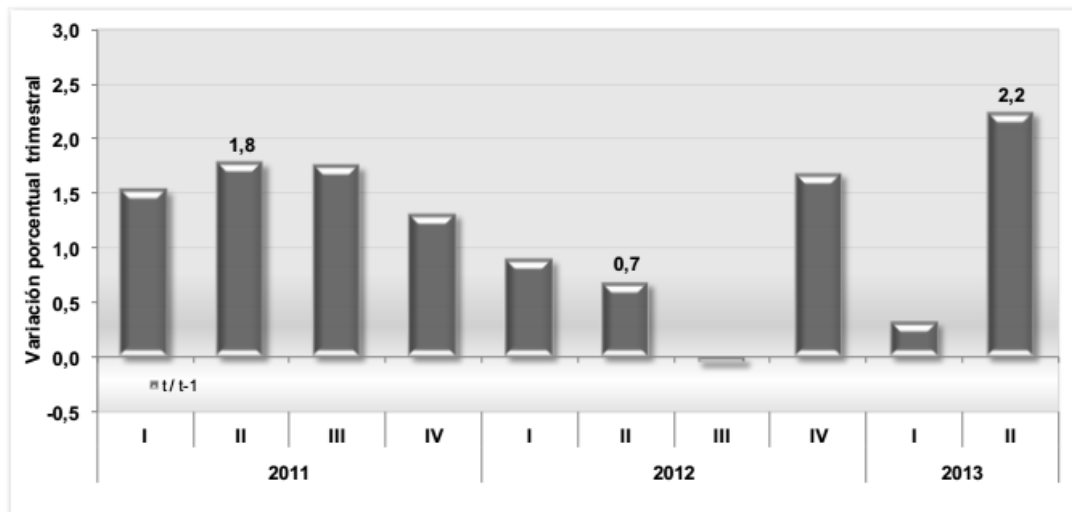


Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

Tabla 2. Crecimiento del PIB

La Tasa trimestral de crecimiento del PIB de los años 2011, 2012 y 2013 la podemos observar y comparar en la Tabla .3; Datos según el DANE y la Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales.

2011 / I - 2013 / II



Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

Tabla 3. Tasa trimestral de crecimiento del PIB

15. Comportamiento sectorial del PIB

Al analizar el resultado del PIB en el segundo trimestre de 2013, comparado con el mismo periodo de 2012 por grandes ramas de actividad, se observaron las siguientes variaciones: 7,6% en agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; 6,4% en construcción; 4,7% en servicios sociales, comunales y personales; 4,7% en suministro de electricidad, gas y agua; 4,3% en explotación de minas y canteras; 4,1% en comercio, reparación, restaurantes y hoteles; 3,9% en establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas; 2,8% en transporte, almacenamiento y comunicaciones; y 1,2% en industrias manufactureras. Por su parte, los impuestos, derechos y subvenciones, en conjunto, aumentaron 3,0%. (DANE s.f.)

Para entender mejor el comportamiento del PIB lo dividimos por Ramas de Actividades económicas las cuales podemos ver en la

2013 - II / 2012 - II

Variación porcentual anual - Series desestacionalizadas

Ramas de actividad	Variación porcentual
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	7,6
Explotación de minas y canteras	4,3
Industrias manufactureras	1,2
Suministro de electricidad, gas y agua	4,7
Construcción	6,4
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	4,1
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2,8
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas	3,9
Actividades de servicios sociales, comunales y personales	4,7
Subtotal valor agregado	4,3
Impuestos menos subvenciones sobre la producción e importaciones	3,0
PRODUCTO INTERNO BRUTO	4,2

Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

Tabla 4. Comportamiento del PIB

16. Factores claves que conforman el entorno macroeconómico

A continuación se hace una breve descripción de los diferentes factores que afectan directamente el entorno macro económico de la economía para cualquier tipo de negocio.

17. Factor Económico

La economía mundial y su crecimiento o decrecimiento, se pueden asociar, a los constantes cambios en la tecnología la cual hace parte trascendental de la actualidad, influye con gran importancia en la economía ya que la innovación tecnológica es de gran utilidad para alcanzar mayores cuotas de competitividad en los mercados internacionales y es el factor que más influye actualmente en el aumento de la competitividad de los países. La globalización y la revolución informática, está muy adherida a la economía globalizada, con la implementación del internet, la tv digital, los satélites, los instrumentos en la medicina, los trenes eléctricos, los celulares de videoconferencias, y otros muchos artículos electrónicos y avanzados, han hecho que las actividades económicas se faciliten en un 100% .El fuerte proceso de innovación tecnológica que han experimentado las economías avanzadas durante los últimos años, conjuntamente con los efectos de la globalización económica y el cambio en los patrones de consumo de los hogares, definen una nueva economía, que se caracteriza por una incorporación progresiva de la información y el conocimiento en la estructura del valor añadido, lo que nos permite definir esta situación nueva como la economía del conocimiento.

18. Factor Sociocultural

La tecnología es un factor indispensable para la vida de todas las personas hoy en día, el desarrollo de las telecomunicaciones y del transporte han hecho posible que cualquier acontecimiento que se produzca se conozca mundialmente en pocos

minutos. La consecuencia inmediata ha sido la mezcla y el conocimiento de las diferentes culturas más allá de las fronteras de los distintos países, a este fenómeno se le ha denominado globalización y marca una nueva era histórica.

A medida que pasa el tiempo la tecnología va evolucionando, poco a poco las cosas mejoran, cada vez la vida es más fácil, ahora se tiene la percepción que sin la tecnología no es posible vivir, un ejemplo sencillo es la evolución de los celulares cada día vemos como un celular nuevo llega al mundo, y se hace indispensable hasta para las edades más pequeñas, es algo imprescindible para este siglo.

19. Político Legal

Los avances tecnológicos han venido a facilitar la vida de las personas, a hacerla más práctica, más cómoda e incluso, más rápida. Pero no sólo eso, sino que también ha transformado sus medios de expresión, le ha proporcionado al hombre las herramientas adecuadas para expresarse y para hacer valer su voz, es claro, que el uso de la tecnología también depende del régimen político de cada país, la experiencia muestra, que los regímenes autoritarios tienden a evitar que sus ciudadanos tengan un gran acceso a la utilización de medios tecnológicos, el fin de evitarlo es, precisamente, el no perder el control de las conciencias de sus ciudadanos, ello porque el abrirle a las personas el conocimiento tecnológico, y sobre todo, el acceso a la información, las llevaría a cuestionarse la autoridad y el poder de sus gobiernos. En un estado autoritario y benefactor, el gobierno desea tener a la gente de su lado y mostrarle la existencia de otra realidad podría minar esa lealtad. Es así como en países como Cuba, el uso de internet se encuentra restringido y en Rusia, los medios de comunicación han pasado a poder del estado.

En contraparte, se encuentran los regímenes democráticos y liberales, como lo es Colombia, Aquí, la tecnología adquiere especial relevancia, debido a que existe una mayor libertad del individuo para acceder a ella, esto ayudado por los valores que promueven los regímenes democráticos como la libertad de expresión, la

participación, el respeto a las decisiones y opiniones, se encuentran incluidos valores como la tolerancia y la igualdad. Por tal motivo, en los regímenes democráticos y la opinión pública adquiere una relevancia muy especial.

20. Análisis micro entorno

A continuación se puede observar el análisis de competencia que se realizó para este proyecto.

21. Matriz de Competencia.

Para este análisis se tomaron como competidores: Office Depot, Auros Copias y Comercial papelerera.

COMPETIDOR 1			COMPETIDOR 2			COMPETIDOR 3		
								
OFFICE DEPOT			AUROS COPIAS			COMERCIAL PAPELERA		
www.officedepot.com.co			www.auros.com.co/			www.comercialpapelerera.com.co/		
Propuesta de valor	Precio Publico	Características	Propuesta de valor	Precio Publico	Características	Propuesta de valor	Precio Publico	características

Supermercado de artículos de oficina.	B/N \$150 Color \$1500	Impresiones, Copias, Artículos de ofimática.	Rapidez en copiado, impresión de todo tipo.	B/N \$150 Color \$1500	Equipos de copiado, escaneo, fax, impresión con servicio al público.	de Servicios de impresión y copiado al 24Hrs.	B/N \$1050 Color \$1500	Todo tipo de producto de papelería y oficina en un mismo lugar. Lo que necesite para sus estudios.
--	---------------------------	--	---	---------------------------	--	---	----------------------------	--

21.1. Investigación de mercados

Calculo del tamaño de la muestra. Se realizaron 20 encuestas a estudiantes de la Universidad de la Sabana. (Ver apéndice A).

TAMAÑO DE MUESTRA PARA UNA VARIABLE CUALITATIVA						
$n = \frac{K^2 PQ}{e^2}$		P		0,65	0,35	
Donde,		E		0,025		
n:	Tamaño de la muestra					Nivel de confianza
K:	Nivel de confianza			90	95	99
e:	error de muestreo	Error de Muestreo		1,64	1,96	2,58
P:	Probabilidad de acierto	E	e^2	2,6896	3,8416	6,6564
Q:	Probabilidad de fracaso: 1-P	0,025	0,000625	979	1.398	2.423
		0,05	0,0025	245	350	606
		0,075	0,005625	109	155	269

0,1	0,01	61	87	151
-----	------	----	----	-----

22. Preservando el medio ambiente

La preocupación por la forma como la impresión afecta el medio ambiente va mucho más allá de la tala de árboles que se utilizan para producir papel. Los fabricantes trabajan en equipos que consuman menos energía y en tintas y suministros que produzcan menos residuos tóxicos. (Ricoh s.f.)

En este campo, la tinta sólida -creada hace casi 20 años, pero que hace poco llegó a la madurez- se presenta como la opción más ecológica, pues ofrece la misma calidad de la impresión láser, pero genera un 90 por ciento menos de desperdicio, consume menos energía y la tinta no es tóxica. (Ricoh s.f.)

Esta tecnología de Xerox está disponible en impresoras y multifuncionales de la línea Phaser, para pequeñas y medianas empresas, y en los equipos ColorQube 9200, de alto rendimiento, para las organizaciones con mayores demandas de impresión. (Ricoh s.f.)

Uno de los elementos más contaminantes de la industria de la impresión es el tóner láser, que exige más de 3 litros de petróleo para su fabricación. Cada año, los toners generan cientos de miles de toneladas de plástico, que se descompone en 1.000 años. (Ricoh s.f.)

Si bien los fabricantes de equipos no estimulan el uso de toners remanufacturados porque pueden estimular la falsificación, y la mala calidad puede dañar los equipos, compañías como Imation han incursionado en este campo y garantizan calidad. (Ricoh s.f.)

Imation presentó recientemente en Colombia sus toners Earthwise, compatibles con impresoras, multifuncionales y copiadoras de varias marcas como HP y Canon, certificados con normas ISO 9001 (de calidad) e ISO 14001 (ambiental). La compañía los califica como ecológicos porque reducen las emisiones de carbono y cada año ahorran 40.000 toneladas de plástico. (Ricoh s.f.)

23. Cada vez más rápido

La velocidad de impresión sigue siendo uno de los campos que más motivan a los fabricantes, y por supuesto a las empresas que necesitan imprimir altos volúmenes.

Esta velocidad se ha medido tanto en la cantidad de páginas impresas por minuto (PPM) como por el tiempo que tarda un equipo en cargar un documento e imprimir su primera página, pero una nueva norma, el estándar internacional ISO 24734, mide la velocidad de impresión en imágenes por minuto (IPM). (Ricoh s.f.)

Con esta nueva norma, que por lo pronto sólo opera para impresoras de inyección de tinta para las otras tecnologías la medición por PPM sigue vigente-, los compradores serán los más beneficiados porque tendrán claridad sobre la verdadera velocidad de los equipos. (Ricoh s.f.)

Algunos fabricantes también han manifestado su satisfacción, porque creen que sí tienen las mayores velocidades y sus rivales no podrán acomodar sus cifras.

En este terreno, las impresoras láser más veloces de fabricantes como HP, Xerox y Lexmark prometen velocidades de hasta 200 PPM en impresión monocromática y más de 100 en impresión a color, mientras que en tinta sólida la impresora más veloz es la ColorQube 9200, que alcanza las 85 PPM, y en inyección de tinta Canon, HP, Epson y otros fabricantes rondan las 50 PPM. (Ricoh s.f.)

24. Cables, un 'mal necesario' que desaparece

Hasta ahora, los cables habían representado un 'mal necesario' en las empresas, pues las pocas opciones de impresión inalámbrica se enfocaban en impresoras para el hogar. Pero esto ha cambiado. (Ricoh s.f.)

Xerox, por ejemplo, incluye en algunos de sus equipos soluciones de impresión vía Internet, que permiten a empleados autorizados enviar sus documentos a través de su celular o un computador desde cualquier parte del mundo. (Ricoh s.f.)

Así mismo, la impresión vía Wi-Fi sigue avanzando y fabricantes como Canon ya tienen impresoras y multifuncionales para pequeñas oficinas con esta función. Las Pixma MX350 y MX340, anunciadas recientemente, son impresoras de bajo costo orientadas a las empresas que pueden imprimir documentos y fotografías enviados desde portátiles, iPhones, iPods y otros dispositivos con conexión Wi-Fi. (Ricoh s.f.)

25. Estudio y estrategia de mercado

El mercado al que web2print pertenece es el mercado de la industria gráfica.

En 2008, el gobierno eligió al gremio gráfico para hacer parte del proyecto de transformación productiva, iniciativa que busca fortalecer diferentes sectores para transformarlos en dinamizadores de la economía.

En Colombia, alrededor de 9.000 empresas de artes gráficas prestan diferentes servicios. Cuatro son las grandes categorías que le dan un orden al sector y lo dividen en empaques y etiquetas, publicidad y comercial, editorial, y periódicos y revistas. Sin embargo, para tener un mejor panorama de la industria gráfica hay que considerar que el proceso de la impresión de cualquier cosa desde una tarjeta a un libro tiene detrás una titánica cadena productiva que incluye desde las empresas que se encargan

de fabricar el papel, pasando por el autor del contenido, hasta empresas de diseño y publicidad que moldean el producto final. Jenny Miranda, coordinadora del Proyecto de Talla Mundial de la Asociación Colombiana de la Industria de la Comunicación Gráfica, Andigraf, aclara el panorama: “La cadena de la industria gráfica nacional está compuesta por proveedores de insumos y materiales que son papeles y tintas, por los proveedores de tecnología, por las empresas que transforman los materiales e insumos en productos gráficos impresos o digitales, por los sectores que se valen de los productos gráficos para comercializar sus mercancías por ejemplo, una empresa de cosméticos que compra x cantidad de cajas para vender maquillaje y, por último, está el consumidor”. En un contexto más claro, la transformación productiva es un buen abrebocas para adentrarse en la situación de la industria gráfica colombiana. Jenny Miranda continúa con su exposición. “A finales de 2008, el gobierno decidió que una de sus medidas para hacer al país más competitivo, era convertir los sectores de la economía en jugadores de talla mundial. Se abrió un concurso para todos los sectores industriales y fuimos favorecidos. En el caso de la comunicación gráfica, el proyecto de talla mundial busca nivelar al sector con las industrias gráficas más competitivas del mundo. Para lograr este objetivo, hemos estudiado lo que nos falta para llegar a ese nivel y por medio de un plan de trabajo que valora iniciativas públicas y privadas, implementar las medidas necesarias”. (Ricoh s.f.)

Después de hacer un profundo análisis y con la ayuda de la consultora McKinsey, el gremio detectó los frentes en los que hay que poner la mira para obtener la excelencia. María Reina Andrade, presidente de Andigraf, habla del tema: “El primer ítem que arrojó el estudio es que tenemos que invertir en el capital humano para que se adapte a las nuevas tendencias de la industria, con énfasis en la parte digital; los puntos sobre los que debemos trabajar son la regulación jurídica para volver al sector más competitivo, el fortalecimiento y la promoción de la industria nacional e internacional, el fortalecimiento del gremio, las buenas prácticas asociativas y la inversión en infraestructura”. Pensar en cómo las 130 empresas asociadas a Andigraf trabajan para mejorar el mercado puede parecer una locura; al fin y al cabo, si se hila

fino, se puede concluir que cada una maneja intereses particulares. Sin embargo, de la mano del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y de Andigraf, el gremio cuenta con tres comités de trabajo integrados por representantes de los sectores público y privado que tienen en su horizonte convertirlo en uno de los más fuertes del país. (Ricoh s.f.)

El objetivo de este estudio es analizar el mercado colombiano de impresoras de escritorio trimestralmente, en donde se describe lo que está pasando en los diferentes segmentos en cuanto a su participación de ventas, tamaños y modelos.

Debido a la convergencia entre comunicaciones y tecnología para oficina, a partir de este año el estudio comprende impresoras multifuncionales digitales para uso en red.

Para un mayor análisis de dicho mercado, las impresoras se subdivide en:

- **Impresoras de matriz de punto:** en donde se miran todas las impresoras del mercado con 9 Pines, y 24 Pines.
- **Láser:** en donde se miran todas las impresoras del mercado con las siguientes velocidades <14 ppm, 14-20 ppm, 21-30 ppm, 31-44 ppm, 45-50 ppm, >=51 ppm, Color Desktop <6 ppm, Color Desktop 6-9 ppm, Color Desktop >=10 ppm),
- **Inyección De Tinta:** en donde se miran todas las impresoras del mercado con las siguientes velocidades , Color <=5 ppm, Color >5 ppm),
- **Tinta Sólida:** En donde se miran todas las impresoras del mercado.
- **Multifuncionales:** Se miran todas las Multifuncionales del mercado, tanto las Multifuncionales de inyección de tinta, como las Multifuncionales láser.

La información y cuantificación de despachos es obtenida a través de entrevistas con los canales, mayoristas, y fabricantes. (Ricoh s.f.)

Ahorro de tinta y energía, menos cables, mayor velocidad y hasta cuidado del planeta son aspectos para tener en cuenta a la hora de elegir los equipos que mejor se acomodan a su empresa.

La competencia entre los fabricantes de impresoras, años atrás, se centraba en la resolución -la 'guerra de los píxeles'-, la velocidad y la calidad fotográfica.

Hoy, el escenario de la batalla es mucho más complejo, pero a la vez más beneficioso para los usuarios tanto de empresas como de hogar pues cuentan con muchas más opciones para escoger (que van desde la impresora de inyección de tinta, hasta láser y la de tinta sólida). Incluso, esa puja representa ventajas también para el planeta. (Ricoh s.f.)

Desde hace un tiempo vienen ganando fuerza la 'impresión verde', la popularización de los multifuncionales, la mayor versatilidad de los equipos y, paradójicamente, la mayor facilidad de uso. (Ricoh s.f.)

Además, se ha evidenciado un cambio en el paradigma de la venta de impresoras a la de soluciones de gestión documental -para la impresión en empresas. (Ricoh s.f.)

En Colombia, los principales fabricantes tienen en su portafolio equipos y soluciones que responden a estas tendencias mundiales. (Ricoh s.f.)

Por otro lado, cuando una empresa planea la compra de equipos de impresión, sin importar su tamaño o número de empleados, debe plantearse algunas preguntas: ¿cuántas páginas, en promedio, imprime al mes?, ¿qué tan importante es imprimir a color?, ¿tiene espacio suficiente para añadir a la impresora un escáner, una fotocopidora y un fax?, ¿se justifica invertir más en un multifuncional?, ¿cuántos empleados utilizarán el mismo equipo? (Ricoh s.f.)

De las respuestas se desprenderá la tecnología que deba escoger, teniendo opciones como inyección para impresión en bajos volúmenes y con mucho color,

láser y tinta sólida para altos volúmenes en blanco y negro o color. Además, la clase de equipo, donde aparecen las impresoras o multifuncionales. (Ricoh s.f.)

Otro aspecto clave es la velocidad, cuando se requiere imprimir en altos volúmenes. (Ricoh s.f.)

Y desde luego, el software incorporado, en caso que se quiera contar con opciones avanzadas de impresión, así como si se requieren varios usuarios para el mismo equipo o si se necesita dar un paso hacia el concepto de gestión documental. (Ricoh s.f.)

A continuación, usted podrá conocer algunos de los equipos y productos que se enmarcan en las tendencias antes mencionadas y que buscan responder a los requerimientos de empresas y organizaciones. (Ricoh s.f.)

El proyecto web2print se puede clasificar como proyecto independiente, Las inversiones independientes son las que se pueden realizar sin depender ni afectar o ser afectadas por otros proyectos. Dos proyectos independientes pueden conducir a la decisión de hacer ambos, ninguno o sólo uno cualquiera de ellos. Por ejemplo, la decisión de comprar o alquilar oficinas es independiente de la decisión que se tome respecto al sistema informático. (Evaluación de proyectos de Inversión en la Empresa (Nassir Sapag Chain).

Una primera clasificación de estos proyectos es en función de la finalidad de la inversión, es decir, del objetivo de la asignación de recursos, que permite distinguir entre proyectos que buscan crear nuevos negocios o empresas y proyectos que buscan evaluar un cambio, mejora o modernización en una empresa existente. . (Evaluación de proyectos de Inversión en la Empresa (Nassir Sapag Chain)

A continuación podemos observar en el Diagrama de Flujo 1, la tipología de proyectos que se utilizó en la estructura del plan de negocio Web2Print. . (Evaluación de proyectos de Inversión en la Empresa (Nassir Sapag Chain))

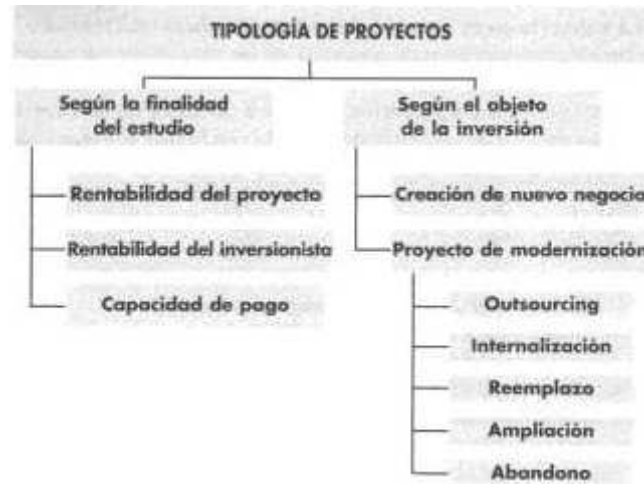


Diagrama de Flujo 1. Fuente: (Evaluación de proyectos de Inversión en la Empresa (Nassir Sapag Chain). Estructura del plan de negocio

25.1. Tipología básica de proyectos

Por último, cada uno de los casos anteriores puede clasificarse, también, en función de su fuente de financiamiento, distinguiéndose entre aquéllos financiados con *leasing*, los financiados por endeudamiento ya sea con el sistema financiero o con proveedores los financiados con recursos propios y los financiados con una combinación de fuentes. Muchas veces, la ampliación ocasionará aumentos tan importantes en los niveles de ingresos, que harán estimar como muy conveniente la modernización, hacer a todo el negocio rentable. En este caso, deberá incluirse otro tipo de consideraciones complementarias de las únicamente económicas que provee el estudio de proyectos para tomar la mejor decisión. Pero también los proyectos se pueden clasificar en función de la *finalidad del estudio*, es decir, de acuerdo con lo que se espera medir con su realización. En este contexto, es posible identificar tres

tipos de proyectos que obligan a conocer tres formas diferentes de construir los flujos de caja para lograr el resultado deseado:

- a. Estudios para medir la rentabilidad de la inversión, independientemente de dónde provengan los fondos.
- b. Estudios para medir la rentabilidad de los recursos propios invertidos en el proyecto.
- c. Estudios para medir la capacidad del propio proyecto para enfrentar los compromisos de pago asumidos en un eventual endeudamiento para su realización. . (Evaluación de proyectos de Inversión en la Empresa (Nassir Sapag Chain))

Es frecuente, por ejemplo, confundir la rentabilidad del proyecto con la rentabilidad del inversionista. Mientras en el primer caso se busca medir la rentabilidad de un negocio, independientemente de quién lo haga, en el segundo interesa, contrariamente, medir la rentabilidad de los recursos propios de quien realiza la inversión en la eventualidad de que se lleve a cabo el proyecto. Considérese el siguiente ejemplo para observar la diferencia en el resultado entre ambas opciones. . (Evaluación de proyectos de Inversión en la Empresa (Nassir Sapag Chain))

25.2. Consumidor

Con el paso de los años la tecnología ha sido trascendental en la evolución del hombre, tanto así que las etapas por las que ha pasado en su evolución se pueden clasificar por generaciones según la edad de las personas, en este orden de ideas se encuentran en el mercado de la tecnología, los Baby Boomers, X, Y, Z los cuales son clientes potenciales. Se considera que la generación de los tradicionalistas (nacidos antes de 1945) son personas que se caracterizan en ser poco dadas al cambio y por esta razón, no son considerados como clientes potenciales.

Algunos de los consumidores para el tipo de tecnología web2print, son de generaciones que tienen un estilo de vida muy marcado como podemos ver en la figura 3, donde la generación X tiene unas tendencias muy definidas hacia las redes sociales como Facebook, Twitter entre otras. Heredando estas tendencias de comportamiento a las siguientes generaciones quienes desde que nacen ya están conectados a la red, Internet se convierte en un todo, es el medio de comunicación, es un profesor, un sabelotodo. Al estar en un mundo conectado se puede ver como la Globalización se toma el mundo y los negocios internacionales son una realidad para las naciones de todo el mundo.



Figura 3 Generacion X

Los Baby Boomers son todos aquellos entre los años 1945 a 1964 es una generación que actualmente se focaliza a ejecutivos altos y tomadores de decisiones, el trabajo es lo más importante para ellos, valoran la productividad y no tolera el ocio, aprecia los símbolos de status y el crecimiento vertical en una compañía, en esta generación, la mujer se incorpora definitivamente al mercado laboral, se cambia el modelo tradicional de familia, algunos son estudiantes de Maestrías y Doctorados, se identifican como clientes potenciales ya que muchos de esta generación son docentes y altos ejecutivos donde el tiempo es el activo más valioso para ellos, por lo cual la facilidad de imprimir online es un proceso novedoso el cual puede ser de gran provecho para sus labores diarias, son una generación con poder adquisitivo, que está en constante movimiento y a pesar que les ha costado adaptarse a la tecnología les es fácil acceder a ella.

La generación X, son todos aquellos nacidos entre 1965 y 1981. Es una generación que ha vivido en un mundo de constantes cambios, no logra desprenderse del todo de las culturas organizacionales, es la generación de la transición, con mayor fricción con las que vienen (Y, Z), En esta generación se vive la llegada del Internet por lo cual se consideran clientes potenciales, pues se les puede satisfacer la necesidad de impresión de manera oportuna, se les brinda facilidad de pago y el control de sus gastos. Esta generación está enfocada a ejecutivos medios, estudiantes de Postgrado y ejecutivos que dependen mucho del manejo adecuado del documento, siendo todo aquello llamativo para el negocio pues en esta generación, imprimen informes, propuestas y trabajos universitarios.

La generación Y, siendo todos aquellos nacidos entre 1982 a 1994, También llamados Millennials, son multitareas, no conciben la realidad sin tecnología, la calidad de vida tiene prioridad, son emprendedores, es la generación que usa más tipos de tecnología para entretenimiento: Internet, SMS, Reproductor de CD, MP3, MP4, DVD entre otros. Lo que era un lujo para la generación X para la generación Y son productos “básicos” por estas características de esta generación se identifican

como clientes potenciales a los que se les satisface la necesidad de una impresión oportuna.

La generación Z, son todos aquellos nacidos entre 1995 a la actualidad definitivamente son clientes potenciales ya que son niños y jóvenes independientes que ven la tecnología como algo natural, les atraen nuevos cambios, son estudiantes los cuales deben imprimir tareas, guías y trabajos, poseen alta propensión al consumo, poseen acceso y manejo a toda su tecnología: Internet, mensajes instantáneos, SMS, celulares, iPod, iPad, Notebook, etc. Ven a la tecnología como elemento fundamental (no conciben el acceso a la información sin la existencia de Google) Sus medios de comunicación utilizados principalmente son redes sociales y profundizan los entornos virtuales siendo el futuro consumidor perfecto de Web2Print.

25.3. Producto

Impresión Online: Web2Print permitirá bajar un app o se puede acceder a un web site de forma gratuita con el fin de poder cotizar si el servicio de impresión en el que estoy interesado. Una vez se tenga el precio definido y la ubicación del dispositivo de liberación del documento, se procede a hacer el pago y retiro desde el punto más cercano mi documento.

Web2print es una solución de última tecnología basada en la interacción entre hardware y software especializados en e-business, creación de PDF y en la industria de la imprenta. Ayudamos nuestros clientes a usar internet para automatizar la creación de archivos, hacer pedidos y los procesos de producción de impresión. Esta solución se ha desarrollado con éxito en América del Norte, América del Sur, Europa, África y Australia. El Designer permite que los kioscos centralizados en los que se liberaran los documentos cargados en cola de trabajo de forma en online, llegar a ofrecer funciones de diseño en línea directamente en el sitio web. En este caso

ofreciendo puntualmente a los estudiantes una herramienta para la impresión de trabajo y documentos que día a día deben de imprimir.

Los estudiantes podrán acceder y reproducir documentos, de modo que sistema logre admitir la carga y producción de documentos enviados por el cliente en formatos Microsoft® Word, PowerPoint y PDF, así como la combinación de estos documentos del cliente con los disponibles en el catálogo del portal. De esta forma Web2Print llega a un mercado más amplio, ya que satisface las necesidades que la mayoría de los proveedores de servicios de impresión tienen actualmente, y proporciona una amplia variedad de aplicaciones que van desde folletos hasta cuadernillos. Además, permite incluir tapas personalizadas, pestañas con datos variables y otros indicadores, proporcionando una versatilidad sin precedentes y un valor añadido al cumplir con la producción de los trabajos presentados por el cliente. Los usuarios que visiten el portal también pueden seleccionar una opción vinculante y ver una vista previa más realista y en 3D del trabajo. Otras funciones incluyen el cálculo dinámico de precios y una primera vista automática en línea.

25.4. Precio

La impresión consta de varios aspectos, más cuando la impresión se hace en casa. Ya que hay que contar con el costo del hardware y adicionar el costo de los consumibles como cartuchos y otras piezas que generen desgaste, así como otros costos ocultos como son la energía.

Se promedia que el costo de una hoja en un equipo versión Home es de \$ 350 pesos por hoja.

En los centros de servicio de atención al público de impresión se deben contemplar aparte de los costos normales la mano de obra y el arriendo del local, lo que da un promedio de impresión hoja al público de \$200 pesos.

WEB2PRINT Valor por impresión en Hoja tamaño Carta		
Impresión	B/N	\$100,00
	COLOR	\$250,00
WEB2PRINT Valor por impresión en Hoja tamaño Oficio		
Impresión	B/N	\$150,00
	COLOR	\$300,00
WEB2PRINT Valor por impresión en Hoja tamaño Doble Carta		
Impresión	B/N	\$250,00
	COLOR	\$600,00
WEB2PRINT Valor por impresión en Hoja tamaño media Carta		
Impresión	B/N	\$100,00
	COLOR	\$200,00

Se llega a determinar este valor por hoja según el siguiente análisis de costos:

Costo operativo de consumibles por equipo	
Blanco y negro	Color

Costo Hoja	por Volumen estimado por equipo	Costo por Hoja	Volumen estimado por equipo
\$24,00	100.000	\$150,00	10.000

Costo del Hardware y del Software (Inversión única inicial depreciada a 3 años)

Descripción	Cantidad	Valor total
EQUIPO MPC3503SP	1	\$10.000.000,00
SOFTWARE ONLINE	1	\$2.000.000,00
Web Site	1	\$3.000.000,00

Costo Papel

Descripción	Cantidad	Valor total
Costo hoja de papel tamaño carta	1	\$12,00
Costo hoja de papel tamaño Oficio	1	\$14,00
Costo hoja de papel tamaño Doble carta	1	\$40,00
Costo hoja de papel tamaño Media Carta	1	\$ 7,00

Costo arriendo espacio de 1 metro x 1 metro aproximado \$1'00.000 mensuales.

25.5. Distribución

El sistema está alojado en la nube, el cliente puede acceder a liberar su impresión al punto más cercano

25.6. Publicidad

La estrategia publicitaria se basa en campañas promocionales en las universidades por medio de volantes en las cafeterías y afiches en los salones de clases, se complementara con la apertura de un grupo en las redes sociales como Twitter y Facebook, donde los usuarios podrán compartir las experiencias. Para este proyecto se cuenta mucho con el “voz a voz” ya que es el mismo usuario quien comparte su experiencia con otros potenciales consumidores.

En la figura 5 se visualiza la estrategia publicitaria dirigida a medios de comunicación online.



Figura 5. Estrategia publicitaria

25.7. Definición de la población objetivo.

La población objeto está definida a las universidades de la ciudad de Bogotá, Inicialmente a la Universidad de la Sabana, para los estudiantes de pregrado de todas las carreras, los estudiantes de postgrado Fórum y a los estudiantes de Maestría Inalde, de igual forma a todos los empleados de la universidad, oficinas administrativas, docentes y empleados directos e indirectos.

25.8. Perfil del consumidor.

Estudiantes Universitarios de las principales ciudades de Colombia, tales como Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla. Ciudadanos Colombianos entre 17 y 45 años de edad pertenecientes a estratos 3, 4 y 5.

25.9. Demanda potencial y participación en el mercado

Personas con acceso a Internet estudiantes de entidades educativas reconocidas ante el ministerio de Educación Colombiano que tengan Código de estudiante y estén en pregrado, postgrado, doctorados y maestrías.

Personas naturales, trabajadores activos de todas las empresas en Colombia, que presenten licitaciones e informes y que necesiten entregar sus impresiones a tiempo y de manera fácil.

26. Estudio técnico

Solución de Kioscos informativos, opción de diseño para los kioscos: En el figura 4 se muestra la opción de diseño para los kioscos que se proponen para la Universidad de la Sabana como dispositivos de liberación del documento:



Figura 4 Diseño para los kioscos

26.1. Especificaciones Técnicas.

A continuación se describen las características de los kioscos solicitados:

Referencia k-ti2014

CARACTERISTICAS

MEDIDAS

- CHASIS: Kiosco de altura de 1.25mt de alto, ancho 0.55mts X 0.60mts.
 - Chasis en acero cold rolled calibre 16 terminado en pintura al horno electroestática hasta dos colores.
 - Recubrimiento frontal en lámina de Acero Inoxidable calibre 22.
 - Chapa de seguridad de acceso a componentes internos.
 - Compuerta de acceso.
 - Diseño en vinilo adhesivo incluido.
-

INCLUYE

- Monitor industrial ELO intelltouch referencia 2239L, con protección anti vandálica.
 - Barebone (Processor Core i5 4570 (3.2ghz), board Intel H81 (4gb/500gb) - WiFi.
 - Windows 7/8 profesional de 64 bits.
 - Cordón de alimentación 3 X16 encauchetado de 1.5mts con terminación macho y polo a tierra.
 - Toma de seguridad L530r 30 amperios.
 - Punto externo Rj45.
 - UPS APC 650W.
 - Fan cooler 5" 12v.
 - GARANTIA 3 Años Fan cooler 5" 12v.
 - GARANTIA 3 Años
-

Kioscos. La solución de los kioscos es estimada de acuerdo a la información compartida por la Universidad de la sabana requerida en este proyecto.

Cantida d	Característica
8	Kiosco K- TI2014 de altura de 1.45mt de alto, ancho 0.55mts X 0.60mts.
8	El control de Acceso de Proximidad BioPw – F20100 está diseñado para pequeñas y medianas empresas, - Fácil instalación con un amigable programa - Diseño ergonómico para paredes o una mesa, Función de Voz para verificación de identificación - Entrega de reportes de entradas y salidas, también permite exportar los archivos en formatos .TXT - Sistema Stand Alone y/o para una red de hasta 255 equipos. - Comunicación TCP/IP, RS232 o RS485 - Diseñado en un material resistente, con modos de verificación de solo tarjeta de proximidad - Capacidad de 30000 Tarjetas y 50000 registros con Tarjetas de proximidad. - Velocidad de 1 segundo en la búsqueda y verificación - Capacidad de Almacenamiento de hasta 50.000 Registros. - Tamaño de 153 x 95 x 35.5 mm. - Fuente de poder de 12V No incluida. Incluye Software Control Accesos
8	Licencia de software para manejo de impresión basada en control de proximidad, se instala por maquina servidor de impresión permite n usuarios

diseño para los kioscos
diseño para los kioscos

Referencia	Descripción
MIFARE13.56	Tarjeta de Proximidad MIFARE 13.56 Mhz 1K Delgada BioPrw IDCARD
MIFARE13.57	Tarjeta de Proximidad MIFARE 13.56 Mhz 4K Delgada BioPrw IDCARD
IMPRTN	Impresión tarjeta una tinta Negra
IMPRTC	Impresión Tarjeta a Color
TAR10AD	Tarjeta PVC Calibre 10 Mil con adhesivo, con impresión una tinta negra
TAR11AD	Tarjeta PVC Calibre 10 Mil con adhesivo, con Impresión Tarjeta a Color

26.2. Garantía

Los equipos cuentan con garantía de 3 años por defectos de fabricación, si se presenta un daño y este es ocasionado por defectos de fabricación no genera costo, si por el contrario el daño es causado por un factor externo se deberá acudir al seguro para que proceda con el cubrimiento de los costos de la reparación, cambio de pieza, reconfiguración, desplazamiento etc.

Cantidad	Característica	Valor Unitario	Valor Total
8	Kiosco K- TI2014 de altura de 1.45mt de alto, ancho 0.55mts X 0.60mts.	6.900.000,00	55.200.000,00

8	El control de Acceso de Proximidad BioPrw – F20100 está diseñado para pequeñas y medianas empresas, - Fácil instalación con un amigable programa - Diseño ergonómico para paredes o una mesa, Función de Voz para verificación de identificación - Entrega de reportes de entradas y salidas, también permite exportar los archivos en formatos .TXT - Sistema Stand Alone y/o para una red de hasta 255 equipos. - Comunicación TCP/IP, RS232 o RS485 - Diseñado en un material resistente, con modos de verificación de solo tarjeta de proximidad - Capacidad de 30000 Tarjetas y 50000 registros con Tarjetas de proximidad. - Velocidad de 1 segundo en la búsqueda y verificación - Capacidad de Almacenamiento de hasta 50.000 Registros. - Tamaño de 153 x 95 x 35.5 mm. - Fuente de poder de 12V No incluida. Incluye Software Control Accesos	725.000,00	5.800.000,00
8	Licencia de software para manejo de impresión basada en control de proximidad, se instala por maquina servidor de impresión permite n usuarios	1.200.000,00	9.600.000,00
1	NIVEL 2: Soporte de mantenimiento preventivo anual con 6 visitas al año (limpieza total de partes y verificación de software y virus). Presencia luego de reportada una falla para evaluar daño o restaurar funcionamiento en horario 6x12 no mayor a 24 horas y corrección remota o vía telefónica no mayor a 6 horas.	13.800.000,00	13.800.000,00
Total antes de IVA			84.400.000,00

Referencia	Descripción	Costo	x
		Unidad	
MIFARE13.56	Tarjeta de Proximidad MIFARE 13.56 Mhz 1K Delgada BioPrw IDCARD	5.000 + IVA	
MIFARE13.57	Tarjeta de Proximidad MIFARE 13.56 Mhz 4K Delgada BioPrw IDCARD	10.000 + IVA	
IMPRTN	Impresión tarjeta una tinta Negra	800 + IVA	

IMPRTC	Impresión Tarjeta a Color	1.600 + IVA
TAR10AD	Tarjeta PVC Calibre 10 Mil con adhesivo, con impresión una tinta negra	2.800 + IVA
TAR11AD	Tarjeta PVC Calibre 10 Mil con adhesivo, con Impresión Tarjeta a Color	3.700 + IVA

26.3. Consultoría Adicional.

Para la prestación de los servicios profesionales que estén fuera del alcance inicial al proyecto se consideran básicamente los siguientes costos:

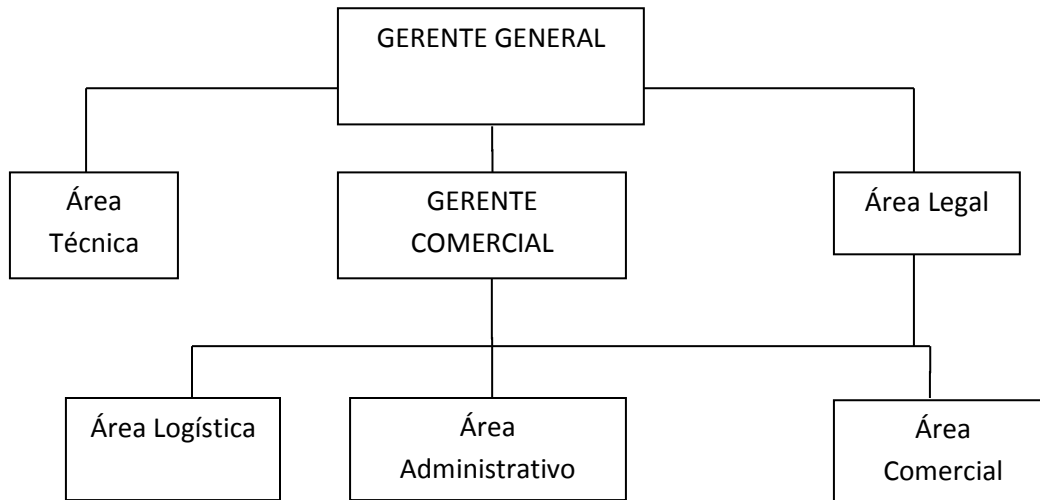
Tipo de Recurso	Precio Dólares
Hora Adicional de Consultoría Recurso RICOH	\$ 80,00

27. Estudio Administrativo

Para el desarrollo e implementación de web2print se contara con una Gerencia General, la cual manejará la parte Técnica y legal de la empresa y una Gerencia comercial que se encargara de la parte, administrativa, comercial y logística, el Gerente General será Raúl Mauricio Gutiérrez y la Gerente Comercial será Yuli Paola Moreno.

La idea para iniciar es que cada uno de los gerentes tendrá una oficina en sus respectivas casas, ubicadas estratégicamente cerca de la Universidad de la Sabana en donde se empezara a desarrollar el proyecto, siendo así, una de las oficinas quedara ubicada en Cajica y la otra, en el Norte de la ciudad de Bogotá, lo cual facilitara los desplazamientos para cualquiera de los dos, teniendo en cuenta que los Quioscos serán instalados en la Universidad, se contara con los carros de los Gerentes para los desplazamientos de urgencia que se presenten y de ser necesaria la intervención de un técnico se contara con una moto para facilitar el desplazamiento por la ciudad y llegar a tiempo a cumplir con los requerimientos del momento.

27.1 Organigrama de la Organización



28. Estudio Financiero

En este capítulo se observa el análisis económico completo y la viabilidad para el proyecto Web2print,

28.1. Estudios de viabilidad financiera

La decisión de emprender una inversión, como todo proceso decisional, tiene cuatro componentes básicos:

- a. el *decisor*, que puede ser un inversionista, financista o analista.
- b. las *variables controlables* por el decisor, que pueden hacer variar el resultado de un mismo proyecto dependiendo de quién sea él.
- c. las *variables no controlables* por el decisor y que influyen en el resultado del

proyecto.

d. las *opciones* o proyectos que se deben evaluar para solucionar un problema o aprovechar una oportunidad de negocios.

Para esto es fundamental identificar todas las opciones y sus viabilidades como único camino para lograr uno óptimo con la decisión, el análisis del entorno donde se sitúa la empresa y del proyecto que se evalúa implementar es fundamental para determinar el impacto de las variables controlables y no controlables, así como para definir las distintas opciones mediante las cuales es posible emprender la inversión. En el Diagrama de Flujo No.3, podemos entender los diferentes entornos que encontramos para el estudio de viabilidad de Web2Print.



Diagrama de Flujo 3. Entornos para la viabilidad de Web2Print.

29. Balance General del proyecto Web2print

Para desarrollar el análisis financiero de este proyecto se tuvieron en cuenta la cantidad de carreras de pre grado y el número de programas de especialización con un número de estudiantes aproximado de 4400, por lo tanto se promedió un número de copias de 125 diarias por Kiosko de impresión durante 24 días por 10 meses, teniendo en cuenta los diferentes tipos de impresión se clasificó cada uno por producto A, B, C, Y D, como se observa a continuación:

Valor por impresión en Hoja tamaño Carta B/N Prod A

Valor por impresión en Hoja tamaño Carta Color Prod A

Valor por impresión en Hoja tamaño Oficio B/N Prod B

Valor por impresión en Hoja tamaño Oficio Color Prod B

Valor por impresión en Hoja tamaño Doble Carta B/N Prod C

Valor por impresión en Hoja tamaño Media Carta Color Prod D

Para realizar el balance General de web2print se tuvieron en cuenta todas las variables involucradas en el desarrollo del proyecto, tales como los activos, pasivos, patrimonio, propiedad, planta, equipo y demás en el apéndice D se pueden observar todos los cálculos en Excel que se realizaron para desarrollar este capítulo.

Para empezar con este proyecto se tiene en cuenta que los 8 equipos serán financiados por IBM, a 3 años con una tasa de 0% y los 8 tienen un costo de \$55'200.000, Para el balance presentado y las futuras proyecciones de ventas realizadas a 3 años, se asume una inflación del 2,3% año tras año.

También es necesario tener en cuenta datos como la política de recaudo y los gastos generales de administración mensuales para poder tener un panorama claro sobre el estado financiero del proyecto, por ejemplo los salarios para empezar se estiman bajos teniendo en cuenta que siempre al empezar un proyecto se debe pensar más en invertir que en ganar, el valor del arriendo por kiosko y los impuestos.

Teniendo en cuenta que este negocio se desarrolla básicamente en cuatro tipo de productos los cuales se describieron anteriormente se realizó el pronóstico de ventas para cada uno de ellos a tres años con un crecimiento de 2 % para el segundo año y de 3% para el tercer año. Todo el desarrollo de estos cálculos se detalla en el apéndice D.

El flujo de efectivo para el primer año, será de \$ 13.901.411 para el segundo año será de \$ 23.331.806 y para el tercer año será de \$ 40.483.463.

Cabe resaltar que dentro del concepto de costos de ventas están incluidos, el consumo de papel, cartuchos y mantenimientos preventivos mensuales de los equipos los cuales tienen un costo de \$12 por hoja, lo que aproximadamente da como resultado un costo de \$600.000 al mes, se tiene en cuenta también el valor del consumo de energía, internet y agua de cada una de las oficinas de los Gerentes tanto General como comercial, que será en la casa de cada uno, y se asume un costo mensual en servicios de \$100.000, para cada uno

Teniendo estos resultados para los flujos de caja de cada año, se calculó el VPN y la TIR, para terminar de revisar la viabilidad de este proyecto, los cálculos los vemos a continuación:

El primer cálculo que realizamos fue el del Valor Presente Neto a continuación vemos la formula aplicada:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Lo calculamos asumiendo una tasa de 2% de rentabilidad, con la inversión inicial de \$55'200.000 y el flujo de efectivo para los 3 años, obteniendo como resultado un VPN: **\$ 19.005.546,04**

Con este resultado podemos ver que trayendo los valores de las proyecciones y teniendo en cuenta el crecimiento de 2% y 3 % para el año 2 y 3 a un valor actual o presente, nuestra inversión inicial no se deprecia tanto y por lo mismo el proyecto es viable.

29.1. Tasa Interna de Retorno

Calculando la TIR tomamos los mismos datos para al VPN, la formula aplicada es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} - I = 0$$

El resultado obtenido para la Tasa Interna de Retorno para este proyecto es de 16,06%, demostrando así que el proyecto tiene una viabilidad económica aterrizada, teniendo en cuenta que a mayor TIR mayor rentabilidad da el negocio con este resultado, podemos concluir que el proyecto web2print, presentara buenas ganancias a los inversionistas.

Una vez realizadas las proyecciones del proyecto web2print, se puede analizar que la viabilidad de éxito de este proyecto es aceptable teniendo en cuenta que esta proyección es solo para 8 Kioskos de impresión , sin tener en cuenta que el objetivo es continuar creciendo en la diferente universidades del país con este proyecto.

30. Estudio Legal

La empresa Web2Print está conformada por dos personas naturales Raúl Mauricio Gutiérrez y Yuli Paola Moreno, el desarrollo de la empresa integrada será mediante Sociedad por acciones simplificadas.

Por ser Sociedad por acciones simplificadas, se debe tener en cuenta, que según la Ley 1258 de diciembre de 2008, las sociedades por acciones simplificada (SAS), podrán constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes, es una sociedad

de capitales, su naturaleza será siempre comercial y se creará mediante documento privado, la representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, designada en la forma prevista en los estatuto, a falta de estipulaciones, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos o contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad. Esta ley, obedece a la tendencia de flexibilización del derecho societario e introduce un tipo social híbrido, con autonomía, tipicidad definida y con una regulación vinculada al régimen general de las sociedades, este nuevo tipo brinda a los empresarios del país las ventajas de las sociedades anónimas y al mismo tiempo les permite diseñar los mecanismos de gobernabilidad de sus empresas a la medida de sus necesidades. (Cámara de Comercio 2010).

En términos generales este nuevo tipo societario ofrece flexibilidad en temas tales como: constitución, organización y funcionamiento, convocatorias, reformas estatutarias y reorganización de la sociedad, juntas directivas y acuerdos de accionistas, entre otros. La Ley contiene 46 artículos y adiciona al Código de Comercio, ya que crea una nueva figura societaria, su constitución y prueba, reglas especiales sobre el capital y las acciones, organización, reformas estatutarias y reorganización, disolución y liquidación y, disposiciones finales. (Cámara de Comercio 2010).

30.1. Definición y constitución.

El artículo 1 ya define que las SAS podrán ser constituidas por una o varias personas naturales o jurídicas y ésta normativa, en concordancia con el inciso segundo del artículo 46, es la que le da permanencia en la legislación mercantil colombiana a las sociedades unipersonales pero bajo esta ley y no como fueron creadas en la ley de emprendimiento, artículo 22 de la Ley 1014 de 2.006. Esto es,

que no se les aplicará la legislación vigente a las empresas unipersonales de donde deviene su nombre. (Cámara de Comercio 2010).

Lo anterior significa que una persona natural se podrá constituir en sociedad por acciones simplificadas, con los beneficios de la ley de emprendimiento pero con las formalidades y efectos de las SAS, igual puede suceder con una persona jurídica; es decir ya no se les dará el tratamiento establecido en la Ley 222 de 1995 y por tanto se asimilarán a sociedades anónimas y no a limitadas. Así se puede inferir de la lectura de los artículos 1 y 2 de la nueva ley, puesto que el segundo es claro en señalar que para efectos tributarios se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas, pero igual dice que esta sociedad es una sociedad de capitales y ello implica que, no de personas ampliando su tratamiento del efecto tributario a todos los demás. (Cámara de Comercio 2010).

Seleccionar redacción del documento

La voluntad de constituir una sociedad comercial del tipo: Sociedad por acciones simplificada (SAS), la cual se regirá por los siguientes estatutos. (Cámara de Comercio 2010).

Nombre, Nacionalidad, Domicilio, Objeto y Duración de la Sociedad

La sociedad se denomina “NOMBRE DE LA SOCIEDAD” SAS. Es una sociedad comercial por acciones simplificada, de nacionalidad colombiana. El domicilio principal de la sociedad es la ciudad de “DOMICILIO DE LA SOCIEDAD”. La sociedad podrá crear sucursales, agencias y establecimientos por decisión de su Asamblea General de Accionistas. (Cámara de Comercio 2010).

Artículo 2. Objeto

La sociedad se puede realizar, en Colombia y en el exterior cualquier actividad lícita, comercial o civil. (Cámara de Comercio 2010).

Artículo 3. Duración

La sociedad tendrá vigencia indefinida. (Cámara de Comercio 2010).

Capital y Acciones**Artículo 4. Capital Autorizado, Suscrito y Pagado.**

VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES	DE LAS ACCIONES	\$ DIGITAR ACCIONES (EN NÚMEROS)	VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES
CLASE DE ACCIONES	Nominativas y Ordinarias		
CAPITAL AUTORIZADO			
No. DE ACCIONES NÚMERO DE AUTORIZADAS	ACCIONES	VALOR TOTAL VALOR AUTORIZADO	CAPITAL
CAPITAL SUSCRITO			
No. DE ACCIONES NÚMERO DE ACCIONES SUSCRITAS	VALOR TOTAL VALOR CAPITAL SUSCRITO		
CAPITAL PAGADO			
No. DE ACCIONES NÚMERO DE ACCIONES PAGADAS	VALOR TOTAL VALOR DEL CAPITAL PAGADO		

Artículo 5. Derechos derivados de cada acción. Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario: a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad; b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio; c) El de negociar las acciones con sujeción a la ley y a los estatutos; d) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008; y e) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad. (Cámara de Comercio 2010).

30.2. Dirección, Administración, Representación y Revisoría Fiscal de la Sociedad

Artículo 6. Órganos Sociales. La dirección de la sociedad es ejercida por la Asamblea General de Accionistas o, de modificarse su composición accionaria en tal sentido y de conformidad con la ley, lo será por su único accionista. La administración y representación legal está a cargo del Representante legal. (Cámara de Comercio 2010).

Artículo 7. Dirección de la Sociedad: Asamblea General de Accionistas. La Asamblea se compone de los accionistas inscritos en el Libro de Registro de acciones, o de sus representantes o mandatarios reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La asamblea ejerce las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio. La asamblea será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas. En cualquier tipo de reunión, la mayoría decisoria estará conformada por el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente al menos la mitad más una de las acciones presentes. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito. (Cámara de Comercio 2010).

Artículo 8. Administración y Representación Legal de la Sociedad. La administración y representación legal de la sociedad está en cabeza del representante legal, quien tendrá un suplente que podrá reemplazarlo en sus faltas absolutas, temporales o accidentales (Cámara de Comercio 2010).

La representación legal puede ser ejercida por personas naturales o jurídicas, la Asamblea General de Accionistas, designara a los representantes legales por el período que libremente determine o en forma indefinida, si así lo dispone, y sin perjuicio de que los nombramientos sean revocados libremente en cualquier tiempo. (Cámara de Comercio 2010).

Artículo 9. Facultades de los representantes legales. Los representantes legales pueden celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad. (Cámara de Comercio 2010).

Artículo 10. Revisoría Fiscal. La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad. (Cámara de Comercio 2010).

Artículo 11. Estados Financieros y Derecho de Inspección. La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley. (Cámara de Comercio 2010).

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación. (Cámara de Comercio 2010).

Artículo 12. Reserva Legal. De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito. (Cámara de Comercio 2010).

Artículo 13. Utilidades, Reservas y Dividendos. Aprobados los estados financieros de fin de ejercicio, la Asamblea de Accionistas procederá a distribuir las utilidades, disponiendo lo pertinente a reservas y dividendos. La repartición de dividendos se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en efectivo, en las épocas que defina la Asamblea de Accionistas al decretarlo sin exceder de un año para el pago total; si así lo deciden los accionistas en Asamblea, podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad. En este último caso, no serán aplicables los artículos 155 y 455 del Código de Comercio. (Cámara de Comercio 2010).

Artículo 14. Causales de Disolución.

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

1. Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuera prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.
2. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
3. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
4. Por las causales previstas en los estatutos.
5. Por la voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.
6. Por orden de autoridad competente.
7. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo de cincuenta por ciento del capital suscrito. (Cámara de Comercio 2010).

Artículo 15. Liquidación. Llegado el caso de disolución de la sociedad, se procederá a la liquidación y distribución de los bienes de acuerdo con lo prescrito en la ley en relación con las sociedades de responsabilidad limitada. (Cámara de Comercio 2010).

Artículo 16. Liquidador. Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrara liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal. (Cámara de Comercio 2010).

Artículo 17. Sujeción a las Normas Legales. En cuanto al desarrollo y término de la liquidación, el liquidador o los liquidadores se sujetarán a las normas legales vigentes en el momento de efectuarse la liquidación. (Cámara de Comercio 2010).

Artículo 19. Arbitramento. Todas las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, será resuelta por un tribunal arbitral compuesto por **SELECCIONE LA CANTIDAD DE ARBITROS** en **SELECCIONE EL TIPO DE ARBITRAJE**, designados por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá. El tribunal, sesionará en el Centro antes mencionado y se sujetará a las tarifas y reglas de procedimiento vigentes en él para el momento en que la solicitud de arbitraje sea presentada. (Cámara de Comercio 2010).

Artículo 20. Remisión Normativa. De conformidad con lo dispuesto en los artículos 4 del Código de Comercio y 45 de la ley 1258 de 2008, en lo no previsto en estos estatutos la sociedad se registrará por lo dispuesto en la ley 1258 de 2008; en su defecto, por lo dispuesto en las normas legales aplicables a las sociedades anónimas; y en defecto de éstas, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales previstas en el Título I del libro Segundo del Código de Comercio. (Cámara de Comercio 2010). (Cámara de Comercio 2010).

Artículo 1. Transitorio. Nombramientos. Hasta cuando la Asamblea disponga lo contrario, sin perjuicio de las facultades de elección y remoción consagradas en estos estatutos, se hacen los siguientes nombramientos: (Cámara de Comercio 2010).

Representante Legal-SELECCIONE EL TIPO DE REPRESENTANTE LEGAL

Se designa en este cargo a: REDACTAR EL NOMBRE Y APELLIDOS DEL REPRESENTANTE LEGAL, identificado con la SELECCIONAR EL TIPO DE IDENTIFICACIÓN No. REDACTAR EL NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN de SELECCIONAR EL LUGAR DE EXPEDICIÓN DEL DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN.

La persona designada como Representante Legal SELECCIONE EL TIPO DE REPRESENTANTE LEGAL MODO DE ACEPTACIÓN DEL CARGO

Nombre del constituyente - Identificación del constituyente

Para la definición del nombre de la empresa se debe validar la disponibilidad de nombre (homonimia), con el fin de evitar la homonimia, es decir, constatar que este nombre no está registrado en ninguna Cámara de Comercio del país, el control nacional de homonimia permite que el registro de nombres de sociedades y establecimientos de comercio sea controlado no solo en la jurisdicción en la cual se realiza la inscripción del mismo sino también a nivel nacional, las cámaras de comercio ejercen el denominado control de homonimia, previsto en el artículo 35 del Código de Comercio: "Las cámaras de comercio se abstendrán de matricular a una comerciante o establecimiento de comercio con el mismo nombre de otro ya inscrito, mientras este no sea cancelado por orden de autoridad competente o a solicitud de quien haya obtenido la matrícula". (Cámara de Comercio 2010).

30.3. Verificación del uso del suelo.

Se debe conocer que no se puede establecer el negocio en un sitio prohibido, por esto es necesario consultar, previamente, en la Curaduría Urbana de la localidad si se puede instalar el establecimiento en el lugar que se ha escogido. Es conveniente, aunque no obligatorio, obtener en la Curaduría el certificado sobre el uso del suelo en la página de la Secretaría de Planeación Distrital, en la que es posible conocer la norma que aplica a un sector de interés. Para llegar a la norma, ubicar la manzana donde se encuentra el predio objeto de tu consulta mediante la dirección actual. (Cámara de Comercio 2010).

Inscripción en el Registro único tributario (RUT) administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), de acuerdo con la normatividad tributaria de la DIAN, a partir del 1 de febrero de 2005, toda persona natural o jurídica que pretenda matricularse en el Registro, el RUT constituye el nuevo y único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la DIAN. (Cámara de Comercio 2010).

Los pasos a seguir son: Ingresar a www.dian.gov.co opción Nuevo RUT, la opción Nuevos comerciantes que aún no cuentan con el NIT y diligencia el formulario que allí aparece.

Una vez diligenciado este formulario, se debe:

1. Imprimir el formulario de Registro Único Tributario que saldrá con la frase "Para trámite en Cámara" que contiene el número de radicación del formulario (casilla 4).
2. Firmar el Formulario RUT por el representante legal. En caso de enviar un tercero a realizar la matrícula mercantil, este formulario deberá estar con reconocimiento notarial de contenido y firma.

3. Cuando solicites personalmente la matrícula mercantil, presentar el original del documento de identificación del representante legal que desea obtener la matrícula mercantil.
4. Tener diligenciado el formulario de matrícula de la Cámara de Comercio de Bogotá y el formulario adicional de registro con otras entidades.
5. Verificar que el teléfono y el nombre registrado en el formulario de RUT sea idéntico al registrado en el formulario de matrícula de la Cámara de Comercio de Bogotá.
6. Ir con todos los documentos anteriormente mencionados a cualquier sede de atención al público de la Cámara de Comercio de Bogotá.
7. Tener en cuenta que la Cámara de Comercio de Bogotá al efectuar la matrícula mercantil de la persona jurídica remitirá a la DIAN la información pertinente para que esta asigne el NIT, el cual quedará consignado en el certificado de matrícula y de existencia y representación legal, Para quedar formalizado ante la DIAN, se deberá obtener el certificado del RUT que expide la DIAN. A partir del 1 de noviembre de 2005, el RUT puedes obtenerlo por primera vez en cualquier sede de la Cámara de Comercio. (Cámara de Comercio 2010).

30.4. Registro mercantil en la Cámara de Comercio de Bogotá

Para solicitar el registro se debe presentar copia de la escritura pública expedida en la notaría o el documento privado de constitución; si es del caso, deberá presentarla en la Cámara de Comercio, junto al formulario de Registro único empresarial (RUE) debidamente diligenciado; igualmente diligencia el formulario adicional de registro para fines tributarios, con el propósito de tramitar el Número de

identificación tributaria (NIT) que asigna la DIAN y la inscripción en el Registro de identificación tributaria (RIT) que lleva la Secretaría de Hacienda del Distrito si fuere el caso. (Cámara de Comercio 2010).

Se Pagan los derechos de inscripción ante la Cámara de Comercio para la matrícula mercantil de la sociedad, los cuales liquidará el cajero, con base en el capital de la sociedad. (Cámara de Comercio 2010).

La inscripción del documento de constitución causa, adicionalmente, un impuesto de registro a favor del departamento de Cundinamarca y del Distrito Capital de Bogotá, en una tarifa del 0,7% sobre el valor del capital. (Cámara de Comercio 2010).

Si las personas designadas para cargos de junta directiva o representante legal no son socios firmantes, deben anexarse las cartas de aceptación con el número de documento de identidad. (Cámara de Comercio 2010).

30.5. Registro de factura y resolución:

Si de acuerdo con la actividad desarrollada por el ti, resultas responsable del impuesto sobre las ventas IVA, debes solicitar autorización para la numeración de las facturas a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) de la jurisdicción correspondiente. (Cámara de Comercio 2010).

La oficina de la DIAN responsable de este trámite es la División de Gestión y Asistencia al Cliente; los documentos que se deben presentar allí son los siguientes:

- Formulario de inscripción en el Registro único tributario (RUT) de la DIAN.
- Formulario de solicitud de autorización de numeración para facturación debidamente diligenciado en original y copia.
- Fotocopia de la cédula del representante legal o de la persona natural.

- Este formulario se puede reclamar en la oficina de la entidad o bajarlo de internet entrando en la página de la DIAN www.dian.gov.co, por el link Servicios.
- Importante: antes de solicitar la autorización para numeración de facturación, debes estar inscrito en el Registro único tributario (RUT), en el régimen común de ventas si se trata de una persona jurídica, como en el caso de las sociedades comerciales o empresas unipersonales, entre otras, o en el régimen simplificado si se trata de una persona natural.
- Se Debe presentar personalmente para realizar la solicitud de autorización de numeración de facturación; si el trámite no lo realizas personalmente, debes enviar poder otorgado en debida forma. (Cámara de Comercio 2010).

30.6. Libros comerciales

Es un deber llevar a cabo la inscripción de los libros de comercio exigidos por la ley, entre los cuales están los siguientes:

Libro de registro de accionistas o de socios. Libro de actas de junta directiva (si la tuviere). Libros de contabilidad: Libro diario, el mayor y de balances y libro de inventario y de balances.

Una vez matriculada la sociedad o empresa, la persona natural o el representante legal debe presentar y solicitar el registro de los libros de comercio con carta dirigida a la Cámara de Comercio y diligenciar el formulario de solicitud respectivo. (Cámara de Comercio 2010).

30.7. Derechos de patente

La Patente es un privilegio que le otorga el Estado al inventor como reconocimiento de la inversión y esfuerzos realizados por éste para lograr una solución técnica que le aporte beneficios a la humanidad. Dicho privilegio consiste en el derecho a explotar exclusivamente el invento por un tiempo determinado. (Cámara de Comercio 2010).

Beneficios que se obtienen al patentar un invento. Ser el único que durante 20 años puede explotar el invento. La explotación puede consistir en comercializar exclusiva y directamente el producto patentado, o por intermedio de terceros otorgando licencias, o transfiriendo los derechos obtenidos mediante su venta para que un tercero explote la invención. En conclusión, el beneficio es económico para el inventor o titular de la patente. (Cámara de Comercio 2010).

La legislación vigente en materia de patentes está contenida en la Decisión 486 de 2000 de la Comisión de la Comunidad Andina, norma aplicable a todos los países miembros de la Comunidad Andina. Igualmente esta Decisión tiene su reglamentación en los decretos reglamentarios, y adicionalmente, la SIC expide la Circular Única que contiene el conjunto de directrices que guían a los usuarios acerca de la manera cómo se deben adelantar los trámites de propiedad industrial. Estas normas pueden ser consultadas en la sección de normativa de la página web de la SIC. (Cámara de Comercio 2010).

30.8. Documentos que componen la solicitud de patente.

1. Un formulario al que se denomina petitorio o Solicitud Nacional de Patentes. (Ver Anexos).
2. Resumen.
3. La descripción del invento.
4. Las reivindicaciones.

5. Figuras o ejemplos.
6. El comprobante de pago de la tasa establecida (la cual cambia cada año.
7. Si se presenta por intermedio de un abogado, debe presentarse el poder otorgado a éste. El poder no necesita de presentación personal, autenticación o legalización y podrá otorgarse mediante documento privado.
8. Si la solicitud la hace una empresa, no es necesario aportar el certificado de existencia y representación legal de la persona jurídica solicitante. La SIC podrá consultar los registros públicos de los Certificados de Existencia y Representación de las Cámara de Comercio.
9. Copia del contrato de cesión o bien del contrato en virtud del cual se presume la cesión cuando el solicitante no sea el inventor, por ejemplo: contrato de prestación de servicios o de trabajo. (Cámara de Comercio 2010).

31. Descripción del proyecto

Es una parte del documento técnico que explica clara y completamente la invención, de tal modo que un experto en la materia pueda ejecutarla. La descripción tiene como función divulgar la invención y servir de soporte a las reivindicaciones.

La descripción debe incluir la siguiente información:

- Sector tecnológico al que pertenece la invención.
- La tecnología anterior conocida por el inventor.
- Reseña de los dibujos.
- Descripción de la mejor manera de ejecutar la invención. (Cámara de Comercio 2010).

Contenido de una solicitud de patente para ser admitida y obtener una fecha de presentación

Para ser admitida y obtener fecha de presentación debe cumplir con los siguientes requisitos mínimos:

- La indicación de que se solicita la concesión de una patente.
- Datos de identificación del solicitante.
- La descripción de la invención.
- Dibujos de ser estos pertinentes.
- Comprobante de pago de la tasa de presentación de la solicitud.

Si no se cumplen los requisitos mínimos mencionados anteriormente, la Superintendencia de Industria y Comercio enviará una comunicación al solicitante en la que se le indicará que le hace falta para poder asignar fecha de presentación. El solicitante tendrá dos (2) meses para complementar la solicitud a partir de la fecha de notificación por parte de la SIC de la correspondiente comunicación. Una vez conteste el requerimiento aportando la información faltante, se le asignará fecha de presentación a la solicitud. (Cámara de Comercio 2010).

Etapas que debe cumplir la solicitud

El proceso de concesión de una patente está enmarcado en las siguientes etapas:

Examen de forma.

- A la solicitud se le realiza un examen formal (30 días hábiles) para verificar el cumplimiento de requisitos previstos en la legislación en especial los contemplados en los artículos 26 y 27 de la Decisión 486.
- Si hay algún requisito de forma que no se cumpla, la SIC requerirá al interesado para que se complete los elementos faltantes en un plazo de dos meses, prorrogables por otros dos meses.
- Si el interesado no completa los elementos faltantes, la solicitud de patente se considerará abandonada.
- Si la solicitud cumple los requisitos pasa a la siguiente etapa que es la publicación. (Cámara de Comercio 2010).

- La publicación tiene por objeto permitir a las personas enterarse de qué es lo que se está intentando proteger a través de la solicitud y les permite presentar oposiciones que intentan desvirtuar la posibilidad de que la solicitud se convierta en patente.
- El solicitante debe estar pendiente de responder las eventuales oposiciones que se presenten. (Cámara de Comercio 2010).

Solicitud o petición del examen de patentabilidad. Dentro de los siguientes seis meses contados desde la fecha de la publicación el interesado debe pedir que se examine si el invento es patentable. Si no se solicita la realización del examen de patentabilidad, la solicitud se considerará abandonada. (Cámara de Comercio 2010).

Examen de fondo o de patentabilidad. La SIC examina si el invento cumple con los requisitos de patentabilidad. Si encuentra que el invento no es patentable o que la solicitud no cumple con alguno de los requisitos para la concesión, requerirá al interesado. (Cámara de Comercio 2010).

Si hay respuesta al requerimiento, la solicitud se examina nuevamente, si el concepto es favorable se concede la patente sino se deniega.

Publicación de la solicitud

La solicitud permanecerá secreta durante dieciocho meses contados a partir de la fecha de la presentación de la solicitud, pero el solicitante puede pedir que se publique en una fecha anterior. Si se realiza la petición de publicarse antes de los 18 meses debe ser indicada por el interesado en el formulario o petitorio y depende de que la solicitud haya superado los requisitos de forma. La solicitud se publica en la Gaceta de Propiedad industrial y puede consultarla en la página web de la SIC. (Cámara de Comercio 2010).

Examen de patentabilidad

Es el examen por medio del cual se determina si el invento es patentable, es decir, si es nuevo, tiene nivel inventivo y aplicación industrial y si cumple con los requisitos establecidos en la legislación para la concesión de la patente. Se debe consultar el valor en la página web de la SIC, estas tasas cambian anualmente. Se debe solicitar el examen de patentabilidad dentro del plazo de seis meses contados desde la publicación en la Gaceta de Propiedad Industrial de la solicitud de patente. Si no se solicita la realización del examen de patentabilidad en el plazo indicado la solicitud cae en abandono. (Cámara de Comercio 2010).

Se concede la patente mediante un acto administrativo que es notificado al titular de los derechos que surgen de la concesión. A partir del momento de la concesión el titular debe estar pendiente de pagar las tasas de mantenimiento de la patente, porque de no ser así se podría declarar la caducidad de la misma. (Cámara de Comercio 2010).

Se niega la patente mediante un acto administrativo que es notificado al solicitante. Si el solicitante no está de acuerdo con la decisión puede interponer recurso de reposición ante la Superintendencia de Industria y Comercio, si durante el trámite se pueden hacer modificaciones de la invención inicialmente solicitada. La modificación no podrá implicar una ampliación del objeto de la protección inicialmente presentada. (Cámara de Comercio 2010).

Sí. Una solicitud de patente de invención puede convertirse en una patente de modelo de utilidad o en diseño industrial siempre y cuando la naturaleza de la invención lo permita. (Cámara de Comercio 2010).

Los cambios de modalidad se pueden hacer por petición del solicitante en cualquier momento del trámite o por sugerencia de la SIC, el solicitante podrá aceptar

o rechazar dicha sugerencia; en caso de que no sea aceptada, se seguirá el procedimiento de la modalidad original. (Cámara de Comercio 2010).

Sí. Las solicitudes de patentes pueden dividirse en dos o más solicitudes fraccionarias, pero ninguna de éstas podrá implicar una ampliación de la protección que corresponda a la divulgación de la solicitud inicial. (Cámara de Comercio 2010).

La división se puede hacer a petición del solicitante en cualquier momento del trámite, incluso, la SIC puede requerir al solicitante que divida su solicitud si no cumple con el requisito de unidad de invención. (Cámara de Comercio 2010).

Sí. Se pueden solicitar dos o más fusiones siempre y cuando ni implique una ampliación de la protección y que el resultado de la fusión cumpla con el requisito de unidad de invención. (Cámara de Comercio 2010).

Formularios a diligenciar

Se deberá diligenciar y radicar el formulario **PI02 - F05** de conversión, división o fisión. De igual forma debe pagar la tasa correspondiente. Tasas

Solicitud para la protección por patente en el país

La Superintendencia de Industria y Comercio es la única oficina nacional competente para tramitar y decidir las diferentes solicitudes que tienen que ver con la Propiedad Industrial, Patentes, Diseños Industriales y Marcas. Usted podrá presentar su solicitud de la siguiente manera:

De manera electrónica. A través de la página web: <http://sipi.sic.gov.co/>.

De manera Física. En Bogotá - Carrera 13 No. 27 – 00, SIC, Si se encuentra fuera de Bogotá, en las oficinas de Supersociedades de Cartagena, Cúcuta, Manizales, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga y Cali. (Cámara de Comercio 2010).

Tramites

Los tramites, los puede hacer cualquier persona que conozca la forma de presentar la solicitud, tenga claro el trámite a seguir, esté pendiente de los tiempos que el proceso demanda y responda los requerimientos que pueda generar la SIC durante el curso normal del trámite. (Cámara de Comercio 2010).

Pago de Tasas por trámite. Se debe pagar las siguientes tasas:

- Tasa por la presentación de la solicitud. (Contiene el derecho de presentar las 10 primeras reivindicaciones)
- Tasa por reivindicación adicional (A partir de la undécima reivindicación).
- Tasa por el examen de patentabilidad.
- Si solicita prorrogas para dar respuesta a algún tipo de requerimiento, conversión, fusión o división de una solicitud deberá pagar tasas. (Cámara de Comercio 2010).

Se debe tener en cuenta que las tasas cambian anualmente.

El dinero no es reembolsable por cuanto el inicio de los trámites de propiedad industrial genera gastos administrativos que son cubiertos por el pago de una tasa que se causa al momento de la presentación de la solicitud. Es así como cada año se fijan las tarifas para los diferentes trámites que se surten en la Delegatura para la Propiedad Industrial. (Cámara de Comercio 2010).

La Superintendencia de Industria y Comercio establece la posibilidad de que algunos solicitantes paguen un 25% menos de la tasa establecida en caso de ser solicitada por solicitantes nacionales, sean estos personas naturales, microempresas, centros de investigación y universidades. Para obtener este descuento, usted debe diligenciar el formato PI02 - F07 Reducción de tasas de solicitud de patente. (Ver anexos) (Cámara de Comercio 2010).

Solicitudes

Se puede hacer seguimiento al estado de la solicitud consultando el respectivo servicio en línea o puede llamar a los números de contacto **(571) 592 04 00** en la ciudad de Bogotá o a la línea gratuita nacional **018000 910 165**. (Cámara de Comercio 2010).

La patente no es un requisito o autorización de producción o comercialización del invento. Una vez radicada la solicitud, a ésta se le asigna un número, fecha y hora en que se presentó ante la Superintendencia de Industria y Comercio, la cual le genera la garantía al solicitante de tener un derecho prioritario sobre el invento. (Cámara de Comercio 2010).

El titular de una patente tiene la obligación de explotar la invención patentada directamente o a través de una persona autorizada por él. Asimismo, para mantener vigente la patente deberá pagar oportunamente las tasas periódicas o anualidades correspondientes. (Cámara de Comercio 2010).

Una vez concedida, el solicitante anualmente debe pagar una tasa para mantener vigente su patente, la cual debe ser consultada al momento del pago en la resolución de tarifas de Propiedad Industrial que se encuentre vigente, porque su monto puede variar. De no cancelar la tasa en los plazos establecidos la patente caducará. (Cámara de Comercio 2010).

Las anualidades deben pagarse por años adelantados. La primera anualidad deberá pagarse a más tardar el último día del mes en que fue presentada la solicitud, a partir de la concesión de la patente. Los pagos deben hacerse anualmente durante todo el plazo de duración de la patente, si se desea mantenerla vigente. (Cámara de Comercio 2010).

Sí. Una vez vencido el plazo podrá pagar la anualidad dentro de un periodo de gracia de seis (6) meses contado desde la fecha de inicio del periodo anual correspondiente. (Cámara de Comercio 2010).

En caso en que se realice el pago de la anualidad dentro del plazo de gracia, se debe pagar un recargo. (Cámara de Comercio 2010).

La SIC verifica dentro de los tiempos establecidos en la base de datos los pagos realizados, si no se encuentra registro alguno para mantener vigente la patente, ésta caducará. (Cámara de Comercio 2010).

Cuando una patente caduca, la invención pasa a ser de dominio público y cualquier persona puede utilizarla; es decir, el titular pierde el derecho exclusivo sobre su invención. (Cámara de Comercio 2010).

Una patente puede caducar por el incumplimiento de pago de una anualidad o porque ya venció el plazo de duración de la patente. (Cámara de Comercio 2010).

El titular debe explotar de manera exclusiva el invento, es decir, vender, comercializar, exportar, etc., el producto o procedimiento protegido. Puede licenciar y obtener regalías del licenciamiento o ceder la patente. (Cámara de Comercio 2010).

Si la patente no se explota dentro de los tres años siguientes a su concesión y, salvo justificación, la SIC podrá conceder licencias obligatorias a los terceros que la soliciten. (Cámara de Comercio 2010).

Las ideas no se protegen. Se protegen los inventos que consistan en productos, procedimientos, métodos de fabricación, máquinas o aparatos que se obtengan de ellas. Se puede solicitar para protección como patente, por ejemplo, una nueva formulación para un producto farmacéutico, una máquina o un procedimiento para la obtención de un producto. (Cámara de Comercio 2010).

El invento debe ser un producto o un procedimiento que reúna tres condiciones:

1. Debe ser novedoso, es decir, que no exista a nivel mundial.
2. Debe poseer un nivel inventivo, lo que equivale a decir, que no sea un desarrollo obvio para alguien experto en la materia que trata el invento.
3. Que lo inventado pueda ser utilizado o fabricado en cualquier industria, es decir, que debe tener una aplicación industrial.

Para que sea novedoso se requiere que la invención no exista en ningún lugar del mundo. (Cámara de Comercio 2010).

Estado de la Técnica

El Estado de la Técnica es toda la información que se encuentra relacionada con la invención, como publicaciones y bases de datos, físicas o electrónicas. De esta información se permite concluir si el producto o procedimiento a patentar es nuevo. El inventor por ser el que conoce de primera mano el alcance, sector, aplicaciones y demás información técnica del invento, conoce qué es lo que existe. (Cámara de Comercio 2010).

Pero si no tiene seguridad sobre dicho estado y necesita informarse previamente a la presentación de la solicitud, debe hacer uso de los motores de búsqueda existentes en internet y algunas bases de datos de libre acceso. En la página web de la SIC puede encontrar un enlace a dichas Bases de Datos e incluso, puede solicitarle a la SIC que haga la búsqueda a través de los servicios del Banco de Patentes. (Cámara de Comercio 2010).

La SIC a través del Banco de Patentes ofrece el Servicio de Búsqueda Tecnológica, mediante el cual el interesado puede obtener información útil que dé indicios de si su invención es nueva. La SIC realiza la búsqueda basándose en la información que detalla el interesado en la solicitud de búsqueda, así como en la

información contenida en las solicitudes de patente publicadas tanto en Colombia como en el extranjero, entregando al interesado los documentos que considera se relacionan más con lo solicitado; sin embargo, es el interesado quien deberá revisar estos documentos y evaluar la posibilidad de presentar la solicitud de patente ante la SIC. (Cámara de Comercio 2010).

La presentación de la solicitud solo le da al solicitante la expectativa de obtener el derecho a la concesión de la patente. Solo una vez otorgada la patente, la invención quedará protegida y el titular de ésta podrá impedir que terceros exploten su producto o procedimiento. (Cámara de Comercio 2010).

Igualmente, la presentación de la solicitud de patente que se encuentre publicada en la gaceta de propiedad industrial, advierte al público que el solicitante tiene la expectativa de ser el dueño del invento y, por tanto, en caso de ser concedida será el único que podrá explotarlo. (Cámara de Comercio 2010).

La novedad de la invención se evalúa en función de la fecha de presentación (o de prioridad, de ser el caso); por ello, cuanto más pronto presente la solicitud de patente, se puede consultar en el sitio web de la Superintendencia de Industria y Comercio, a través de la opción de consulta de nuevas creaciones en donde podrá consultar las patentes presentadas y publicadas en Colombia, así como algunas bases de datos internacionales. (Cámara de Comercio 2010).

También podrá solicitar el Servicio de Búsqueda Tecnológicas que brinda el Banco de Patentes con el fin de obtener información en la que se indique si existe o no una patente en el país, o sobre el producto o procedimiento. (Cámara de Comercio 2010).

Es recomendable hacer una consulta del estado de la técnica de su invención de suerte que pueda obtener más elementos de juicio para presentar su solicitud y la viabilidad de la misma. Es recomendable también conocer cómo redactar y presentar

la solicitud de patente. Con esto se puede evitar requerimientos y eventuales abandonos. Es recomendable familiarizarse con el procedimiento, tanto para no incumplir con los términos del mismo, sino también para definir la estrategia de su solicitud. (Cámara de Comercio 2010).

32. Referencias

Bogotá Emprende. Documento resumen Taller Pasos para crear y registrar tu empresa en Bogotá. Diciembre 2011. © Bogotá Emprende.

Cámara de Comercio (2010). Guía para constituir y formalizar una empresa. 10a. edición Bogotá: Uniempresarial

Cámara de Comercio de Bogotá. Gaitán S., O. M. (2007). Guía práctica de las entidades sin ánimo de lucro y del sector solidario.

Evaluación de proyectos de Inversión en la Empresa (Nassir Sapag Chain)

Guía para constituir y formalizar una empresa edición 10 Bogotá, Uniempresarial Y Cámara de Comercio de Bogotá Legis (2011). Guía Legis para la pequeña empresa. Bogotá: Legis Editores.

Guía Básica de SAS, Ministerio de Comercio Industria y Turismo 2011 Ley 1429 de diciembre 29 de 2010.

Gaitán Sánchez, Oscar Manuel. Guía práctica de las entidades sin ánimo de lucro y del sector solidario. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá, Uniempresarial, 2007

Ley 80 de 1993, Estatuto General de Contratación de la Administración Pública. Ley 1014 del 2006, De fomento a la cultura del emprendimiento. Código Civil Colombiano. Ley 1258 de 2008.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2011). Guía básica de SAS. Bogotá:

Reyes V., F. (2006). Derecho societario Tomo I, Bogotá: Editorial Temis.

Ricoh S.F.

33. APENDICES

33.1. Apéndice A

FICHA TÉCNICA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ENCUESTA - WEB TO PRINT

Nombre: _____

Edad: _____ Sexo: _____ Teléfono: _____

Ocupación: _____

Empresa y/o Universidad: _____

Cargo y/o Carrera: _____

Dirección: _____

Email: _____

1. Conoce o ha escuchado del concepto de Web2 Print?

Cuales _____ empresas _____ conoce.

2. ¿Le gustaría poder imprimir desde internet y que sus impresiones llegaran a donde usted desee?

Si

No

3. Ha comprado libros por internet?

Si

No

Cuales

FISICO

DIGITAL

4. Personalmente, ¿Cuánto gasta usted mensual en impresiones?

No gasto dinero en impresiones

Entre \$1.000 y \$5.000

Entre \$5.000 y \$10.000

Entre \$10.000 y \$20.000

Entre \$20.000 y \$50.000

Más de \$50.000

5. Donde imprime usted sus documentos?

- En su Casa
- En su trabajo
- En su Universidad
- En un punto de servicio de Impresión
- Otros

Otro (especifique)

6. Con que frecuencia imprime usted un documento?

- Diario
- De dos a tres veces por semana.
- Semanal
- Mensual

7. Generalmente, Que tipo de documentos imprime?

- Licitaciones
- Propuestas Comerciales
- Documentos laborales
- Impresiones personales
- Fotos
- Archivos de internet y email
- Otros

Otro (especifique)

TRABAJO DE CAMPO ESTADÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

1. Conoce o ha escuchado del concepto de Web to Print?

Respondido: 109

Omitido: 0

Opciones de respuesta	Respuestas
Si	80%
No	20%
Total	109

2. Le gustaría poder imprimir desde internet y que sus impresiones llegaran a donde usted desee?

Respondido: 109

Omitido: 0

Opciones de respuesta	Respuestas
Si	100%
No	0%

Opciones de respuesta	Respuestas
Total	109

3. Le gustaría comprar libros por internet?

Respondido: 109

Omitido: 0

Opciones de respuesta	Respuestas
Si	80%
No	20%
Total	109

4. Compra libros por Internet?

5.

Respondido: 109

Omitido: 0

Opciones de respuesta	Respuestas
Si	20%
No	80%

Opciones de respuesta	Respuestas
Total	109

6. Personalmente, ¿Cuánto gasta usted mensual en impresiones?

Respondido: 109

Omitido: 0

Opciones de respuesta	Respuestas
No gasto dinero en impresiones	0%
Entre \$1.000 y \$5.000	0%
Entre \$5.000 y \$10.000	20%
Entre \$10.000 y \$20.000	20%
Entre \$20.000 y \$50.000	20%
Más de \$50.000	40%
Total	109

1. Sabe usted en su oficina, ¿qué porcentaje del presupuesto anual gasta en impresiones?

Respondido: 109

Omitido: 0

Opciones de respuesta	Respuestas
0-5%	20%
5-20%	60%
20-50%	20%
50-80%	0%
80-100%	0%
Total	109

1. Donde imprime usted sus documentos?

Respondido: 109

Omitido: 0

Opciones de respuesta	Respuestas
En su Casa	60%

Opciones de respuesta	Respuestas
En su trabajo	60%
En su Universidad	60%
En un punto de servicio de Impresión	60%
Otros	0%

Total de encuestados: 109

Comentarios (0)

2. Con que frecuencia imprime usted un documento?

Respondido: 109

Omitido: 0

Opciones de respuesta	Respuestas
Diario	60%
De dos a tres veces por semana.	40%
Semanal	0%

Opciones de respuesta	Respuestas
Mensual	0%
Total	109

3. Generalmente, Que tipo de documentos imprime?

Respondido: 109

Omitido: 0

Opciones de respuesta	Respuestas
Licitaciones	40%
Propuestas Comerciales	40%
Documentos laborales	60%
Impresiones personales	80%
Fotos	20%
Archivos de internet y email	40%
Otros	0%

Opciones de respuesta	Respuestas
-----------------------	------------

Total de encuestados: 109

Comentarios (0)

4. En general, ¿qué tan útiles son los servicios de impresión en la empresa?

Respondido: 109

Omitido: 0

Opciones de respuesta	Respuestas
Extremadamente útiles	60%
Muy útiles	20%
Moderadamente útiles	20%
Poco útiles	0%
Nada útiles	0%
Total	109

33.2. Apéndice B

Tasas 2014 - Nuevas creaciones

- Patente de invención
- Modelo de utilidad
- PCT
- Diseño Industrial
- Esquema de Trazado
- Tasas Comunes
- Búsquedas Tecnológicas

TASAS PATENTE DE INVENCION - SOLICITUDES NACIONALES		
Modalidad	Tasa	Descuento
Solicitud Patente de Invención	\$515.000	25%*
Examen de Patentabilidad de Patente de Invención	\$546.000	25%*
Reivindicación adicional para Patente de Invención (a partir de la undécima reivindicación)	\$31.000	N/A
Solicitud de licencia obligatoria	\$1.318.000	N/A
Invocación de una prioridad	\$180.000	N/A

ACTUACIONES EN TRÁMITE – PATENTES DE INVENCION	Tasa
Divisional de una solicitud de patente de Invención	\$464.000
Solicitud de prórroga de términos o plazo adicional previstos en los artículos 39, 42, 43 y 45 de la Decisión 486 de la CAN.	\$106.000
Solicitud de modificaciones relacionadas con cambio del solicitante por cesión de la solicitud.	\$128.000
Solicitud de modificaciones y correcciones a solicitudes en trámite relacionadas al capítulo descriptivo o reivindicatorio.	\$128.000
Modificaciones y correcciones a solicitudes en trámite relacionadas con el nombre, domicilio o dirección del solicitante o el inventor	\$21.000
Presentación de oposición	\$335.000
Presentación de caución	\$268.000
Fusión de solicitud	\$128.000
Solicitud de inscripción de licencias	\$562.000

ACTUACIONES POSTERIORES A LA CONCESION – PATENTES DE INVENCION	Tasa
Inscripción de afectaciones (cambio de domicilio, cambio de dirección o cambio de nombre de titular) por registro a afectar.	\$21.000
Modificación o limitación al alcance de las reivindicaciones.	\$520.000
Inscripción de cambios de titularidad de la nueva creación (transferencia).	\$278.000
Inscripción de licencias.	\$562.000
Inscripción de otras afectaciones (usufructo, prenda)	\$21.000
Desanotación de licencias	\$310.000
Desanotación de otras afectaciones	\$21.000
Fusión de patentes	\$319.000
Inscripción de renuncia a derechos	\$319.000
Títulos de traspaso, cesión, concesión, inscripción de licencias y cambio de nombre y de domicilio del titular de patente de invención	\$427.000

TASAS DE MANTENIMIENTO PATENTE DE INVENCION	Tasa	En plazo de gracia	Descuento
Tasa anual para el mantenimiento de patente de invención del primero al cuarto año.	\$212.000	\$315.000	25%*
Tasa anual para el mantenimiento de patente de invención del quinto al octavo año.	\$330.000	\$438.000	25%*
Tasa anual para el mantenimiento de patente de invención del noveno al duodécimo año.	\$494.000	\$659.000	25%*
Tasa anual para el mantenimiento de patente de invención del decimotercero al decimosexto año.	\$767.000	\$1.015.000	25%*
Tasa anual para el mantenimiento de patente de invención del décimo séptimo al vigésimo año.	\$1020.000	\$1.360.000	25%*

*Las tasas correspondientes a solicitudes de patentes, las relativas a exámenes de patentabilidad de dichas solicitudes y las referentes al mantenimiento de una patente de invención y de modelo de utilidad y los referentes a los servicios prestados por el Banco de Patentes presentadas por: i.) personas naturales que carezcan de medios económicos; ii.) Micro, pequeña o mediana empresa (mipyme); iii.) Universidades públicas o privadas reconocidas por el Ministerio de Educación Nacional de la República de Colombia o iv.) Entidades sin ánimo de lucro registradas ante la Cámara de comercio cuyo objeto consista en el desarrollo de investigación científica y tecnológica, tendrán una reducción del veinticinco por ciento (25%) de la tasa vigente; v) Universidades públicas o privadas, extranjeras, acreditadas por la respectiva autoridad en su país, en cotitularidad con las entidades antes mencionadas, tendrá un descuento del quince por ciento (15%) de la tasa vigente, artículo 3° Res. 56451 de 2013. Los anteriores descuentos no aplicarán para el pago de las tasas de mantenimiento de Patentes de Invención y modelos de Utilidad en Plazo de Gracia

**Las Tasas correspondientes a las solicitudes de presentación de patente de invención, modelo de utilidad y diseños industriales presentadas por las micro, pequeña o mediana empresa (mipyme) que acrediten su asistencia a los foros o eventos impartidos por la Superintendencia de Industria y Comercio en materia de propiedad industrial, gozarán del mismo descuento, sin embargo, deberán presentarse dentro del término de cuatro (4) meses siguientes a la realización del curso, artículo 5° Res. 56451 de 2013.

***Todos los trámites de los servicios relativos a la Propiedad industrial que la Superintendencia de Industria y Comercio ofrezca a través de su sitio de internet como Radicación de servicios en línea tendrán un descuento del cinco por ciento (5 %) sobre la tasa del trámite correspondiente, artículo 6° Res. 56451 de 2013

TASAS MODELO DE UTILIDAD - SOLICITUDES NACIONALES				
Modalidad	Tasa	Descuento		
Solicitud Patente Modelo de Utilidad	\$278.000	25%*		
Examen de Patentabilidad de Patente de Modelo de utilidad	\$340.000	25%*		
Reivindicación adicional para Patente de Modelo de utilidad (a partir de la undécima reivindicación)	\$16.000	N/A		
Solicitud de licencia obligatoria	\$1.318.000	N/A		
Invocación de una prioridad	\$180.000	N/A		
ACTUACIONES EN TRÁMITE – MODELO DE UTILIDAD			Tasa	
Divisional de una solicitud de modelo de utilidad			\$227.000	
Solicitud de prórroga de términos o plazo adicional previstos en los artículos 39, 42, 43 y 45 de la Decisión 486 de la CAN.			\$106.000	
Solicitud de modificaciones relacionadas con cambio del solicitante por cesión de la solicitud.			\$128.000	
Solicitud de modificaciones y correcciones a solicitudes en trámite relacionada con el capítulo descriptivo o reivindicatorio.			\$128.000	
Modificaciones y correcciones a solicitudes en trámite relacionadas con el nombre, domicilio o dirección del solicitante o el inventor.			\$21.000	
Presentación de oposición			\$335.000	
Presentación de caución			\$268.000	
Fusión de solicitud			\$128.000	
Solicitud de inscripción de licencias			\$562.000	
Títulos de traspaso, cesión, concesión, inscripción de licencias y cambio de nombre y de domicilio del titular de modelo de utilidad			\$288.000	
TASAS DE MANTENIMIENTO PATENTE MODELO DE UTILIDAD		Tasa	En plazo de gracia	Descuento
Tasa anual para el mantenimiento de patente de modelo de utilidad		\$196.000	\$263.000	25%*

*Las tasas correspondientes a solicitudes de patentes, las relativas a exámenes de patentabilidad de dichas solicitudes y las referentes al mantenimiento de una patente de invención y de modelo de utilidad y los referentes a los servicios prestados por el Banco de Patentes presentadas por: i.) personas naturales que carezcan de medios económicos; ii.) Micro, pequeña o mediana empresa (mipyme); iii.) Universidades públicas o privadas reconocidas por el Ministerio de Educación Nacional de la República de Colombia o iv.) Entidades sin ánimo de lucro registradas ante la Cámara de comercio cuyo objeto consista en el desarrollo de investigación científica y tecnológica, tendrán una reducción del veinticinco por ciento (25%) de la tasa vigente; v) Universidades públicas o privadas, extranjeras, acreditadas por la

respectiva autoridad en su país, en cotitularidad con las entidades antes mencionadas, tendrá un descuento del quince por ciento (15%) de la tasa vigente, artículo 3° Res. 56451 de 2013.

Los anteriores descuentos no aplicarán para el pago de las tasas de mantenimiento de Patentes de Invención y modelos de Utilidad en Plazo de Gracia. **Las Tasas correspondientes a las solicitudes de presentación de patente de invención, modelo de utilidad y diseños industriales presentadas por las micro, pequeña o mediana empresa (mipyme) que acrediten su asistencia a los foros o eventos impartidos por la Superintendencia de Industria y Comercio en materia de propiedad industrial, gozarán del mismo descuento, sin embargo, deberán presentarse dentro del término de cuatro (4) meses siguientes a la realización del curso, artículo 5° Res. 56451 de 2013.

***Todos los trámites de los servicios relativos a la Propiedad industrial que la Superintendencia de Industria y Comercio ofrezca a través de su sitio de internet como Radicación de servicios en línea tendrán un descuento del cinco por ciento (5 %) sobre la tasa del trámite correspondiente, artículo 6° Res. 56451 de 2013.

PCT – PATENTE DE INVENCION		
Modalidad	Tasa	Descuento
FASE INTERNACIONAL		
Transmisión de solicitudes internacionales radicadas en la SIC	\$891.000	25%*
FASE NACIONAL		
Solicitud Patente de Invención	\$515.000	N/A
Examen de Patentabilidad de Patente de Invención (Capítulos I y II PCT)	\$520.000	N/A
Reivindicación adicional para Patente de Invención (a partir de la undécima reivindicación)	\$31.000	N/A
Petición de restablecimiento de los derechos en caso de incumplimiento de los actos mencionados en el artículo 22 del PCT	\$515.000	N/A

PCT – MODELO DE UTILIDAD		
Modalidad	Tasa	Descuento
FASE INTERNACIONAL		
Transmisión de solicitudes internacionales radicadas en la SIC	\$891.000	25%*
FASE NACIONAL		
Solicitud Patente Modelo de Utilidad	\$278.000	N/A
Examen de Patentabilidad de Patente de Modelo de utilidad (Capítulos I y II PCT)	\$350.000	N/A
Reivindicación adicional para Patente de Modelo de utilidad (a partir de la undécima reivindicación)	\$16.000	N/A
Petición de restablecimiento de los derechos en caso de incumplimiento de los actos mencionados en el artículo 22 del PCT	\$515.000	N/A

*Las tasas de transmisión correspondientes a solicitudes internacionales presentadas en virtud del Tratado de cooperación en materia de Patentes (PCT) por i.) Personas naturales que carezcan de medios económicos; ii.) Micro, pequeña o mediana empresa (mipyme); iii.) Universidades públicas o privadas reconocidas por el Ministerio de Educación Nacional de la República de Colombia; iv.) Entidades sin

ánimo de lucro registradas ante la Cámara de comercio cuyo objeto consista en el desarrollo de investigación científica y tecnológica, tendrán un descuento del veinticinco por ciento (25%) de la tasa vigente de transmisión, artículo 3° Res. 56451 de 2013.

Todos los trámites de los servicios relativos a la Propiedad industrial que la Superintendencia de Industria y Comercio ofrezca a través de su sitio de internet como Radicación de servicios en línea tendrán un descuento del cinco por ciento (5 %) sobre la tasa del trámite correspondiente, artículo 6° Res. 56451 de 2013.

TASAS DISEÑO INDUSTRIAL - SOLICITUDES NACIONALES	
Modalidad	Tasa
Solicitud de Registro de Diseño Industrial	\$515.000
Solicitud de licencia obligatoria	\$1.318.000
Invocación de una prioridad	\$180.000
Títulos de traspaso, cesión, concesión, inscripción de licencias y cambio de nombre y de domicilio del titular de diseños industriales	\$216.000

**Las Tasas correspondientes a las solicitudes de presentación de patente de invención, modelo de utilidad y diseños industriales presentadas por las micro, pequeña o mediana empresa (mipyme) que acrediten su asistencia a los foros o eventos impartidos por la Superintendencia de Industria y Comercio en materia de propiedad industrial, gozarán del mismo descuento, sin embargo, deberán presentarse dentro del término de cuatro (4) meses siguientes a la realización del curso, artículo 5° Res. 56451 de 2013.

***Todos los trámites de los servicios relativos a la Propiedad industrial que la Superintendencia de Industria y Comercio ofrezca a través de su sitio de internet

como Radicación de servicios en línea tendrán un descuento del cinco por ciento (5 %) sobre la tasa del trámite correspondiente, artículo 6° Res. 56451 de 2013.

TASAS ESQUEMA DE TRAZADO DE CIRCUITOS INTEGRADOS - SOLICITUDES NACIONALES	
Modalidad	Tasa
Solicitud de Registro de esquema de trazado de circuitos integrados	\$515.000
Solicitud de licencia obligatoria	\$1.318.000
Invocación de una prioridad	\$180.000

***Todos los trámites de los servicios relativos a la Propiedad industrial que la Superintendencia de Industria y Comercio ofrezca a través de su sitio de internet como Radicación de servicios en línea tendrán un descuento del cinco por ciento (5 %) sobre la tasa del trámite correspondiente, artículo 6° Res. 56451 de 2013.

33.3. Apéndice C

MATRIZ DE ANÁLISIS MACROECONÓMICO

RESUMEN OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MACRO ENTORNO							
FACTORES VARIABLES CRÍTICAS.	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO (1)
	A	M	B	A	M	B	

ECONOMICAS:							
1. Acceso al Crédito.							
2. Inversión extranjera en el país	X						
3. Generación de empleo	X						
SOCIOCULTURALES							
1. Estructura de la Población-Edad y Sexo							
2. Estratificación Socio Económica					X		
3. Nivel Educativo				X			
POLÍTICOS – LEGALES							
1. TLC							
2. Impuestos				X			
3. Nivel de actividad del					X		
COMPETITIVOS:							
1. Falta de oferentes nacionales							
OTROS							
1. Cualquier nueva tecnología que pudiera tener influencia en							
2. Coste y accesibilidad a la electricidad						X	
3. Rapidez de los avances tecnológicos.	X						
4. Cambios en los sistemas.		X					
5. Productividad industrial	X						
A:ALTA B:BAJA M: MEDIA							

Análisis matriz macro entorno

OPORTUNIDADES	IMPACTO
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acceso al Crédito. 	Facilidades en préstamos para crear empresa. Programas del gobierno
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inversión extranjera en el país 	Para este tipo de ideas de negocio es importante que lleguen nuevas empresas al país.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Generación de empleo 	Con este tipo de empresa se generan nuevos empleos
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estructura de la Población- Edad y Sexo 	Con esta idea llegamos a personas de diferentes edades, desde colegios hasta grandes empresas.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ TLC 	El TLC, permite que lleguen nuevos programas y tecnologías al país.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de oferentes nacionales 	Estas ideas ya están creadas en otros países, sin embargo acá en Colombia no están desarrolladas aun, por lo que se convierte en una gran oportunidad para crear empresa.
<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología 	Esta idea está clasificada como nueva tecnología por lo que está a la vanguardia de las nuevas ideas que se desarrollen, en el sector.
<ul style="list-style-type: none"> • Productividad industrial 	Depende directamente del crecimiento de los clientes

AMENAZAS	IMPACTO
Estratificación Socio Económica	A las personas de estratos 1 y 2, no les interesa la tecnología muchas veces no tienen contacto con ella.
Nivel Educativo	Muchas veces las instituciones educativas solo enseñan lo básico y las personas no tienen el acceso completo a toda la información del sector y los avances.
Impuestos	Este negocio es totalmente dependiente de los impuestos que el gobierno tenga o genere para el sector.
Nivel de actividad del gobierno	Entre más tratados y relaciones internacionales tenga el gobierno con países avanzados en tecnología más se evoluciona en este negocio.
Coste y accesibilidad a la electricidad	No todas las personas, ni las pequeñas empresas del país pueden o les interesa, tener acceso a esta idea de negocio.

33.4. Apéndice D

Análisis financiero

Balance general, proyección de ventas

BALANCE GENERAL A 31 DE DICIEMBRE DE 2014					
ACTIVOS			PASIVOS		
CAJA			1.000.000	OBLIGACIONES FINANCIERAS	
				IBM	55.200.000
INVENTARIOS				GASTOS DE VENTAS	2.700.000
MATERIA PRIMA				PARAFISCALES	0
PRODUCTO A	2.000	100	200.000	PENSION	0
PRODUCTO B	2.000	250	500.000	IVA POR PAGAR	0
PRODUCTO C	2.000	150	300.000	IMPUESTO DE RENTA	0
PRODUCTO D	2.000	300	600.000	TOTAL DE PASIVOS	57.900.000
				PATRIMONIO	
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO				CAPITAL	2.600.000
EDIFICIOS			0	RESERVAS	0
MAQUINARIA Y EQUIPO			55.200.000	UTILIDADES ACUMULADAS	0
EQUIPO DE OFICINA			0	UTILIDADES DEL EJERCICIO	0
VEHICULOS			0	TOTAL PATRIMONIO	2.600.000
DEPRECIACION ACUMULADA			0		
TOTAL ACTIVOS			57.800.000	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	60.500.000
DATOS ADICIONALES					
DATOS 2014					INFLACION 2,3%
OBLIGACIONES FINANCIERAS					
IBM		PRESTAMO	55.200.000		
FECHA PRÉSTAMO NOVIEMBRE 15 DE 2014 ABONO 4 CUOTAS TRIMESTRALES IGUALES					

POYECCIÓN VENTAS AÑO 2015 - 2016 - 2017					
	2015	2016	2017		
PRODUCTO A	80.000.000	81.600.000	84.048.000	5.000.000	5.100.000
PRODUCTO B	60.000.000	61.200.000	63.036.000	24.583	27.042
PRODUCTO C	70.000.000	71.400.000	73.542.000		
PRODUCTO D	30.000.000	30.600.000	31.518.000		
				270.413	297.462
				59.729.587	60.902.538
PRECIOS		2015	2016	2017	
PRECIO UNITARIO DE VENTA PRODUCTO A	\$	350	\$	357	\$
PRECIO UNITARIO DE VENTA PRODUCTO B	\$	450	\$	459	\$
PRECIO UNITARIO DE VENTA PRODUCTO C	\$	250	\$	255	\$
PRECIO UNITARIO DE VENTA PRODUCTO D	\$	600	\$	612	\$
POLÍTICA DE RECAUDO					
CONTADO	35%				
TREINTA DÍAS	30%				
SESENTA DÍAS	35%				
GASTOS GENERALES DE ADMÓN MENSUALES					
	2015	2016	2017		
SALARIO GERENTE	1.500.000	2.050.000	2.600.000		
COMERCIAL	1.500.000	2.050.000	2.600.000		
MANTENIMIENTO	616.000	700.000	3.000.000		
ARRIENDO M2	8.000.000	8.184.000	8.202.823		
	2015	2016	2017		
AUXILIO DE TRANSPORTE	72.000	73.656	75.350		
SALARIO MINIMO	616.000	630.168	644.662		
GASTOS DE VENTAS MENSUALES					
IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COM 4,14/1000	AVISOS Y TABI	15%			
CREE	0,40%				
RESERVA LEGAL	10%				157
IMPUESTO SOBRE RENTA	25% MÁS CREE 9%				

Producto A Primer año

PRONOSTICO DE VENTAS (A)													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO
CANTIDAD	19.047	19.047	19.047	19.047	19.047	19.047	19.047	19.047	19.047	19.047	19.047	19.047	228.564
PRECIO	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350
TOTAL	6.666.450	6.666.450	6.666.450	6.666.450	6.666.450	6.666.450	6.666.450	6.666.450	6.666.450	6.666.450	6.666.450	6.666.450	79.997.400
RETEFUENTE 2,5%	166.661	166.661	166.661	166.661	166.661	166.661	166.661	166.661	166.661	166.661	166.661	166.661	1.999.935
VALOR A PAGAR	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	77.997.465
CREE 0,4%	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	319.990
ICA 4,14/1000	27.599	27.599	27.599	27.599	27.599	27.599	27.599	27.599	27.599	27.599	27.599	27.599	331.189
TABLEROS Y AVISOS 15%	4.140	4.140	4.140	4.140	4.140	4.140	4.140	4.140	4.140	4.140	4.140	4.140	49.678
VALOR RETENCIONES	58.405	58.405	58.405	58.405	58.405	58.405	58.405	58.405	58.405	58.405	58.405	58.405	700.857
POLÍTICA DE RECAUDOS													
CONTADO 35%	2.274.926	2.274.926	2.274.926	2.274.926	2.274.926	2.274.926	2.274.926	2.274.926	2.274.926	2.274.926	2.274.926	2.274.926	27.299.113
30 DIAS 30%		1.949.937	1.949.937	1.949.937	1.949.937	1.949.937	1.949.937	1.949.937	1.949.937	1.949.937	1.949.937	1.949.937	21.449.303
60 DIAS 35%			2.274.926	2.274.926	2.274.926	2.274.926	2.274.926	2.274.926	2.274.926	2.274.926	2.274.926	2.274.926	22.749.261
TOTALES	2.274.926	4.224.863	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	71.497.676
CIF PRESUPUESTADOS FIJOS													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO
SEGURO PLANTA	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	2.557.500
TOTAL COSTOS FIJOS MES	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	2.557.500

Producto B Primer año

PRONOSTICO DE VENTAS (B)													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO
CANTIDAD	11.111	11.111	11.111	11.111	11.111	11.111	11.111	11.111	11.111	11.111	11.111	11.111	133.332
PRECIO	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
TOTAL	4.999.950	4.999.950	4.999.950	4.999.950	4.999.950	4.999.950	4.999.950	4.999.950	4.999.950	4.999.950	4.999.950	4.999.950	59.999.400
RETEFUENTE 2,5%	124.999	124.999	124.999	124.999	124.999	124.999	124.999	124.999	124.999	124.999	124.999	124.999	1.499.985
VALOR A PAGAR	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	58.499.415
CREE 0,4%	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	239.998
ICA 4,14/1000	20.700	20.700	20.700	20.700	20.700	20.700	20.700	20.700	20.700	20.700	20.700	20.700	248.398
TABLEROS Y AVISOS 15%	3.105	3.105	3.105	3.105	3.105	3.105	3.105	3.105	3.105	3.105	3.105	3.105	37.260
VALOR RETENCIONES	43.805	43.805	43.805	43.805	43.805	43.805	43.805	43.805	43.805	43.805	43.805	43.805	525.655
POLÍTICA DE RECAUDOS													
CONTADO 35%	1.706.233	1.706.233	1.706.233	1.706.233	1.706.233	1.706.233	1.706.233	1.706.233	1.706.233	1.706.233	1.706.233	1.706.233	20.474.795
30 DIAS 30%		1.462.485	1.462.485	1.462.485	1.462.485	1.462.485	1.462.485	1.462.485	1.462.485	1.462.485	1.462.485	1.462.485	16.087.339
60 DIAS 35%			1.706.233	1.706.233	1.706.233	1.706.233	1.706.233	1.706.233	1.706.233	1.706.233	1.706.233	1.706.233	17.062.329
TOTALES	1.706.233	3.168.718	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	53.624.464

Flujo de efectivo primer año

FLUJO DE EFECTIVO													
ENERO-DICIEMBRE 2015													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
SALDO INICIAL DE CAJA	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	12.000.000
INGRESOS													
PRODUCTO A	2.274.926	4.224.863	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	6.499.789	71.497.676
PRODUCTO B	1.706.233	3.168.718	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	4.874.951	53.624.464
PRODUCTO C	1.990.597	3.696.822	5.687.419	5.687.419	5.687.419	5.687.419	5.687.419	5.687.419	5.687.419	5.687.419	5.687.419	5.687.419	62.561.606
PRODUCTO D	853.193	1.584.502	2.437.695	2.437.695	2.437.695	2.437.695	2.437.695	2.437.695	2.437.695	2.437.695	2.437.695	2.437.695	26.814.645
TOTAL INGRESOS	6.824.949	12.674.905	19.499.854	19.499.854	19.499.854	19.499.854	19.499.854	19.499.854	19.499.854	19.499.854	19.499.854	19.499.854	214.498.391
DISPONIBLE	7.824.949	13.674.905	20.499.854	20.499.854	20.499.854	20.499.854	20.499.854	20.499.854	20.499.854	20.499.854	20.499.854	20.499.854	226.498.391
EGRESOS													
OBLIGACIONES FINANCIERAS	13.800.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13.800.000
SALARIOS	3.582.720	3.582.720	3.582.720	3.582.720	3.582.720	3.582.720	3.582.720	3.582.720	3.582.720	3.582.720	3.582.720	3.582.720	42.992.640
ARRIENDO METRO CUADRADO SEGURO	7.642.720	7.642.720	7.642.720	7.642.720	7.642.720	7.642.720	7.642.720	7.642.720	7.642.720	7.642.720	7.642.720	7.642.720	91.712.640
PENSION Y FS	610.560	610.560	610.560	610.560	610.560	610.560	610.560	610.560	610.560	610.560	610.560	610.560	7.326.720
SALUD	152.640	152.640	288.640	288.640	288.640	288.640	288.640	288.640	288.640	288.640	288.640	288.640	3.191.680
ARL	19.920	19.920	19.920	19.920	19.920	19.920	19.920	19.920	19.920	19.920	19.920	19.920	239.034
SENA	0	0	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	320.000
ICBF	0	0	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	480.000
CAJA	152.640	152.640	152.640	152.640	152.640	152.640	152.640	152.640	152.640	152.640	152.640	152.640	1.831.680
RETENCION EN LA FUENTE	0	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	3.080.000
CREE	0	29.771	29.771	29.771	29.771	29.771	29.771	29.771	29.771	29.771	29.771	29.771	327.478
IVA	0	0	-1.184.000	0	-384.000	0	-384.000	0	-384.000	0	-384.000	0	-2.720.000
ICA	0	0	151.087	0	151.087	0	151.087	0	151.087	0	151.087	0	755.435
RETEICA	0	0	154.560	0	154.560	0	154.560	0	154.560	0	154.560	0	772.800
COSTOS DE VENTAS	3.333.333	3.333.333	3.333.333	3.333.333	3.333.333	3.333.333	3.333.333	3.333.333	3.333.333	3.333.333	3.333.333	3.333.333	40.000.000
PRIMA	0	0	0	0	0	1.343.436	0	0	0	0	0	0	2.686.872
TOTAL EGRESOS	35.094.533	15.804.304	15.141.951	16.020.304	15.941.951	17.363.740	15.941.951	16.020.304	15.941.951	16.020.304	15.941.951	17.363.740	212.596.980
SALDO FINAL	-27.269.584	-2.129.399	5.357.903	4.479.550	4.557.903	3.136.114	4.557.903	4.479.550	4.557.903	4.479.550	4.557.903	3.136.114	13.901.411

Producto A Segundo año

PRONOSTICO DE VENTAS (A)													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	AÑO
CANTIDAD	19,048	19,048	19,048	19,048	19,048	19,048	19,048	19,048	19,048	19,048	19,048	19,048	228,576
PRECIO	357	357	357	357	357	357	357	357	357	357	357	357	361
TOTAL	6.800.136	6.800.136	6.800.136	6.800.136	6.800.136	6.800.136	6.800.136	6.800.136	6.800.136	6.800.136	6.800.136	6.800.136	82.515.936
RETEFUENTE 2,5%	170,003	170,003	170,003	170,003	170,003	170,003	170,003	170,003	170,003	170,003	170,003	170,003	2,040,041
VALOR A PAGAR	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	80.475.895
CREE 0,4%	27,201	27,201	27,201	27,201	27,201	27,201	27,201	27,201	27,201	27,201	27,201	27,201	326,407
ICA 4,14/1000	28,153	28,153	28,153	28,153	28,153	28,153	28,153	28,153	28,153	28,153	28,153	28,153	337,831
TABLEROS Y AVISOS 15%	4,223	4,223	4,223	4,223	4,223	4,223	4,223	4,223	4,223	4,223	4,223	4,223	50,675
VALOR RETENCIONES	59.576	59.576	59.576	59.576	59.576	59.576	59.576	59.576	59.576	59.576	59.576	59.576	714.912
POLÍTICA DE RECAUDOS													
CONTADO 35%	2.320.546	2.320.546	2.320.546	2.320.546	2.320.546	2.320.546	2.320.546	2.320.546	2.320.546	2.320.546	2.320.546	2.320.546	27.846.557
30 DIAS 30%	1.949.937	1.989.040	1.989.040	1.989.040	1.989.040	1.989.040	1.989.040	1.989.040	1.989.040	1.989.040	1.989.040	1.989.040	23.829.374
60 DIAS 35%	2.274.926	2.274.926	2.320.546	2.320.546	2.320.546	2.320.546	2.320.546	2.320.546	2.320.546	2.320.546	2.320.546	2.320.546	27.755.316
TOTALES	6.545.409	6.584.512	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	79.431.247
CIF PRESUPUESTADOS FIJOS													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	AÑO
SEGURO PLANTA	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	2.557.500
TOTAL COSTOS FIJOS MES	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	213.125	2.557.500

Producto B Segundo año

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	AÑO
CANTIDAD	11,111	11,111	11,111	11,111	11,111	11,111	11,111	11,111	11,111	11,111	11,111	11,111	133,330
PRECIO	459	459	459	459	459	459	459	459	459	459	459	459	464
SUBTOTAL	5.099.949	5.099.949	5.099.949	5.099.949	5.099.949	5.099.949	5.099.949	5.099.949	5.099.949	5.099.949	5.099.949	5.099.949	61.866.048
TOTAL COMPRA	5.099.949	5.099.949	5.099.949	5.099.949	5.099.949	5.099.949	5.099.949	5.099.949	5.099.949	5.099.949	5.099.949	5.099.949	61.866.048
RETEFUENTE 2,5%	127,499	127,499	127,499	127,499	127,499	127,499	127,499	127,499	127,499	127,499	127,499	127,499	1.529.985
VALOR A PAGAR	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	60.336.063
CREE 0,4%	20,400	20,400	20,400	20,400	20,400	20,400	20,400	20,400	20,400	20,400	20,400	20,400	244.798
ICA 4,14/1000	21,114	21,114	21,114	21,114	21,114	21,114	21,114	21,114	21,114	21,114	21,114	21,114	256.125
TABLEROS Y AVISOS 15%	3,167	3,167	3,167	3,167	3,167	3,167	3,167	3,167	3,167	3,167	3,167	3,167	38,419
VALOR RETENCIONES	44.681	44.681	44.681	44.681	44.681	44.681	44.681	44.681	44.681	44.681	44.681	44.681	539.342
CONTADO 35%	1.740.358	1.740.358	1.740.358	1.740.358	1.740.358	1.740.358	1.740.358	1.740.358	1.740.358	1.740.358	1.740.358	1.740.358	20.884.291
30 DIAS 30%	6,210	1.491.735	1.491.735	1.491.735	1.491.735	1.491.735	1.491.735	1.491.735	1.491.735	1.491.735	1.491.735	1.491.735	16.415.296
60 DIAS 35%	7,245	7,245	1.740.358	1.740.358	1.740.358	1.740.358	1.740.358	1.740.358	1.740.358	1.740.358	1.740.358	1.740.358	17.418.066
TOTALES	1.753.812	3.239.338	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	54.717.653

Gastos segundo año

NOMINA ADMINISTRACION													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE	AÑO
SALARIO GERENTE	1700.000	1700.000	1700.000	1700.000	1700.000	1700.000	1700.000	1700.000	1700.000	1700.000	1700.000	1700.000	20.400.000
COMERCIAL	1700.000	1700.000	1700.000	1700.000	1700.000	1700.000	1700.000	1700.000	1700.000	1700.000	1700.000	1700.000	20.400.000
MANTENIMIENTO	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	8.400.000
TOTAL SALARIOS	4.100.000	4.100.000	4.100.000	4.100.000	4.100.000	4.100.000	4.100.000	4.100.000	4.100.000	4.100.000	4.100.000	4.100.000	49.200.000
AUX TRANSPORTE MANTENIMIENTO	75.350	75.350	75.350	75.350	75.350	75.350	75.350	75.350	75.350	75.350	75.350	75.350	904.201
TOTAL DEVENGADO	4.175.350	4.175.350	4.175.350	4.175.350	4.175.350	4.175.350	4.175.350	4.175.350	4.175.350	4.175.350	4.175.350	4.175.350	50.104.201
SALUD 4%	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	1.968.000
PENSION 4%	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	1.968.000
FONDO SOLIDARIDAD 1%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RETENCION EN LA FUENTE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL DEDUCCIONES	328.000	328.000	328.000	328.000	328.000	328.000	328.000	328.000	328.000	328.000	328.000	328.000	3.936.000
NETO A PAGAR	3.847.350	3.847.350	3.847.350	3.847.350	3.847.350	3.847.350	3.847.350	3.847.350	3.847.350	3.847.350	3.847.350	3.847.350	46.168.201
CESANTIAS	347.807	347.807	347.807	347.807	347.807	347.807	347.807	347.807	347.807	347.807	347.807	347.807	4.173.680
INT CESANTIAS	41.754	41.754	41.754	41.754	41.754	41.754	41.754	41.754	41.754	41.754	41.754	41.754	501.042
VACACIONES	170.970	170.970	170.970	170.970	170.970	170.970	170.970	170.970	170.970	170.970	170.970	170.970	2.051.648
PRIMA	347.807	347.807	347.807	347.807	347.807	347.807	347.807	347.807	347.807	347.807	347.807	347.807	4.173.680
TOTAL PRESTACIONES	908.337	908.337	908.337	908.337	908.337	908.337	908.337	908.337	908.337	908.337	908.337	908.337	10.900.042
SALUD	86.955	86.955	144.500	144.500	144.500	144.500	144.500	144.500	144.500	144.500	144.500	144.500	1.618.910
PENSION	492.000	492.000	492.000	492.000	492.000	492.000	492.000	492.000	492.000	492.000	492.000	492.000	5.904.000
ARL	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	256.824
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CAJA	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	1.968.000
TOTAL APORTE EMPLEADOR	764.357	764.357	821.902	821.902	821.902	821.902	821.902	821.902	821.902	821.902	821.902	821.902	9.747.734
PENSION Y FS	656.000	656.000	656.000	656.000	656.000	656.000	656.000	656.000	656.000	656.000	656.000	656.000	7.872.000
SALUD	250.955	250.955	308.500	308.500	308.500	308.500	308.500	308.500	308.500	308.500	308.500	308.500	3.586.910
ARL	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	256.824
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CAJA	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	1.968.000
TOTAL APORTES	1.092.357	1.092.357	1.149.902	1.149.902	1.149.902	1.149.902	1.149.902	1.149.902	1.149.902	1.149.902	1.149.902	1.149.902	13.683.734

ARRIENDO BODEGA													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE	AÑO
ARRIENDO METRO CUADRADO	8.184.000	8.184.000	8.184.000	8.184.000	8.184.000	8.184.000	8.184.000	8.184.000	8.184.000	8.184.000	8.184.000	8.184.000	98.208.000
RETEFUENTE 3.5%	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	3.437.280
ICA 9.66/1000	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	948.689
IVA 2.4%	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	2.356.992
RETEIVA 2.4%	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	2.356.992
TOTAL ARRIENDO	7.818.503	7.818.503	7.818.503	7.818.503	7.818.503	7.818.503	7.818.503	7.818.503	7.818.503	7.818.503	7.818.503	7.818.503	93.822.031

RETENCIONES													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE	AÑO
ARRIENDO	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	3.437.280
RETENCION EN LA FUENTE	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	286.440	3.437.280
ARRIENDO	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	2.356.992
RETENCION DE IVA	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	2.356.992
TOTAL RETENCIONES	482.856	482.856	482.856	482.856	482.856	482.856	482.856	482.856	482.856	482.856	482.856	482.856	5.794.272

RETENCION DE ICA													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE	AÑO
ARRIENDO	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	948.689
RETENCION DE ICA	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	79.057	948.689

IVA													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE	AÑO
ARRIENDO	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	2.356.992
SEGURO	818.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	818.400
IVA DESCONTABLE	1.014.816	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	196.416	3.175.392
IVA POR PAGAR	-1.014.816	-196.416	-196.416	-196.416	-196.416	-196.416	-196.416	-196.416	-196.416	-196.416	-196.416	-196.416	-3.175.392

ICA													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE	AÑO
ICA 4.14/1000	73.899	73.899	73.899	84.457	84.457	84.457	84.457	84.457	84.457	84.457	84.457	84.457	981.809
AVISOS Y TABLEROS	11.085	11.085	11.085	12.669	12.669	12.669	12.669	12.669	12.669	12.669	12.669	12.669	147.271
TOTAL ICA	84.984	84.984	84.984	97.125	97.125	97.125	97.125	97.125	97.125	97.125	97.125	97.125	1.129.080
CREE	71.400	71.400	71.400	81.601	81.601	81.601	81.601	81.601	81.601	81.601	81.601	81.601	948.607

SEGURO													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE	AÑO
SEGURO	5.115.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5.115.000
IVA	818.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	818.400
TOTAL	5.933.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5.933.400

FLUJO DE EFECTIVO SEGUNDO AÑO

FLUJO DE EFECTIVO													
ENERO-DICIEMBRE 2016													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
SALDO INICIAL DE CAJA	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	12.000.000
INGRESOS													
PRODUCTO A	6.545.409	6.584.512	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	6.630.133	79.431.247
PRODUCTO B	1.753.812	3.239.338	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	4.972.450	54.717.653
PRODUCTO C	2.030.408	3.770.759	5.801.167	5.801.167	5.801.167	5.801.167	5.801.167	5.801.167	5.801.167	5.801.167	5.801.167	5.801.167	63.812.838
PRODUCTO D	870.257	1.616.192	2.486.449	2.486.449	2.486.449	2.486.449	2.486.449	2.486.449	2.486.449	2.486.449	2.486.449	2.486.449	27.350.938
TOTAL INGRESOS	11.199.887	15.210.800	19.890.199	19.890.199	19.890.199	19.890.199	19.890.199	19.890.199	19.890.199	19.890.199	19.890.199	19.890.199	225.312.676
DISPONIBLE	12.199.887	16.210.800	20.890.199	20.890.199	20.890.199	20.890.199	20.890.199	20.890.199	20.890.199	20.890.199	20.890.199	20.890.199	237.312.676
EGRESOS													
OBLIGACIONES FINANCIERAS	13.800.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13.800.000
SALARIOS	3.847.350	3.847.350	3.847.350	3.847.350	3.847.350	3.847.350	3.847.350	3.847.350	3.847.350	3.847.350	3.847.350	3.847.350	46.168.201
ARRIENDO METRO CUADRADO	7.818.503	7.818.503	7.818.503	7.818.503	7.818.503	7.818.503	7.818.503	7.818.503	7.818.503	7.818.503	7.818.503	7.818.503	93.822.031
SEGURO	5.933.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5.933.400
PENSION	1.874.701	656.000	656.000	656.000	656.000	656.000	656.000	656.000	656.000	656.000	656.000	656.000	9.090.701
SALUD	899.870	899.870	308.500	308.500	308.500	308.500	308.500	308.500	308.500	308.500	308.500	308.500	4.884.740
ARL	57.858	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	21.402	293.280
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CAJA	443.356	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	2.247.356
RETENCION EN LA FUENTE	482.856	482.856	482.856	482.856	482.856	482.856	482.856	482.856	482.856	482.856	482.856	482.856	5.794.272
CREE	0	71.400	71.400	71.400	81.601	81.601	81.601	81.601	81.601	81.601	81.601	81.601	867.007
IVA	-384.000	0	-1.211.232	0	-392.832	0	-392.832	0	-392.832	0	-392.832	0	-3.166.560
ICA	0	0	169.968	0	182.109	0	194.251	0	194.251	0	194.251	0	934.829
RETEICA	0	0	158.115	0	158.115	0	158.115	0	158.115	0	158.115	0	790.574
PRIMA	0	0	0	0	0	2.086.840	0	0	0	0	0	0	4.173.680
CESANTIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4.173.680
INTERESES DE CESANTIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4.173.680
COSTOS DE VENTAS	1.666.667	1.666.667	1.666.667	1.666.667	1.666.667	1.666.667	1.666.667	1.666.667	1.666.667	1.666.667	1.666.667	1.666.667	20.000.000
TOTAL EGRESOS	36.440.560	15.628.047	14.153.528	15.036.677	14.994.270	17.133.718	15.006.412	15.046.878	15.006.412	15.046.878	15.006.412	25.481.078	213.980.871
SALDO FINAL	-24.240.673	582.753	6.736.671	5.853.522	5.895.929	3.756.481	5.883.787	5.843.321	5.883.787	5.843.321	5.883.787	-4.590.879	23.331.806

Producto A tercer año

PRONOSTICO DE VENTAS (A)													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO
CANTIDAD	18.480	18.480	18.480	18.480	18.480	18.480	18.480	18.480	18.480	18.480	18.480	18.480	221.760
PRECIO	379	379	379	379	379	379	379	379	379	379	379	379	382
TOTAL	7.003.920	7.003.920	7.003.920	7.003.920	7.003.920	7.003.920	7.003.920	7.003.920	7.003.920	7.003.920	7.003.920	7.003.920	84.712.320
RETEFUENTE 2,5%	175.098	175.098	175.098	175.098	175.098	175.098	175.098	175.098	175.098	175.098	175.098	175.098	2.101.176
VALOR A PAGAR	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	82.611.144
CREE 0,4%	28.016	28.016	28.016	28.016	28.016	28.016	28.016	28.016	28.016	28.016	28.016	28.016	336.188
ICA 4,14/1000	28.996	28.996	28.996	28.996	28.996	28.996	28.996	28.996	28.996	28.996	28.996	28.996	347.955
TABLEROS Y AVISOS 15%	4.349	4.349	4.349	4.349	4.349	4.349	4.349	4.349	4.349	4.349	4.349	4.349	52.193
VALOR RETENCIONES	61.361	61.361	61.361	61.361	61.361	61.361	61.361	61.361	61.361	61.361	61.361	61.361	736.336
POLÍTICA DE RECAUDOS													
CONTADO 35%	2.390.088	2.390.088	2.390.088	2.390.088	2.390.088	2.390.088	2.390.088	2.390.088	2.390.088	2.390.088	2.390.088	2.390.088	28.681.052
30 DIAS 30%	1.949.937	2.048.647	2.048.647	2.048.647	2.048.647	2.048.647	2.048.647	2.048.647	2.048.647	2.048.647	2.048.647	2.048.647	24.485.049
60 DIAS 35%	2.274.926	2.274.926	2.390.088	2.390.088	2.390.088	2.390.088	2.390.088	2.390.088	2.390.088	2.390.088	2.390.088	2.390.088	28.450.729
TOTALES	6.614.950	6.713.660	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	81.616.831

Producto B tercer año

PRONOSTICO DE VENTAS (B)													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO
CANTIDAD	10.786	10.786	10.786	10.786	10.786	10.786	10.786	10.786	10.786	10.786	10.786	10.786	129.432
PRECIO	487	487	487	487	487	487	487	487	487	487	487	487	492
TOTAL	5.252.782	5.252.782	5.252.782	5.252.782	5.252.782	5.252.782	5.252.782	5.252.782	5.252.782	5.252.782	5.252.782	5.252.782	63.680.544
RETEFUENTE 2,5%	131.320	131.320	131.320	131.320	131.320	131.320	131.320	131.320	131.320	131.320	131.320	131.320	1.575.835
VALOR A PAGAR	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	62.104.709
CREE 0,4%	21.011	21.011	21.011	21.011	21.011	21.011	21.011	21.011	21.011	21.011	21.011	21.011	252.134
ICA 4,14/1000	21.747	21.747	21.747	21.747	21.747	21.747	21.747	21.747	21.747	21.747	21.747	21.747	260.958
TABLEROS Y AVISOS 15%	3.262	3.262	3.262	3.262	3.262	3.262	3.262	3.262	3.262	3.262	3.262	3.262	39.144
VALOR RETENCIONES	46.020	46.020	46.020	46.020	46.020	46.020	46.020	46.020	46.020	46.020	46.020	46.020	552.235
POLÍTICA DE RECAUDOS													
CONTADO 35%	1.792.512	1.792.512	1.792.512	1.792.512	1.792.512	1.792.512	1.792.512	1.792.512	1.792.512	1.792.512	1.792.512	1.792.512	21.510.142
30 DIAS 30%	1.949.937	1.536.439	1.536.439	1.536.439	1.536.439	1.536.439	1.536.439	1.536.439	1.536.439	1.536.439	1.536.439	1.536.439	18.850.763
60 DIAS 35%	2.274.926	2.274.926	1.792.512	1.792.512	1.792.512	1.792.512	1.792.512	1.792.512	1.792.512	1.792.512	1.792.512	1.792.512	22.474.971
TOTALES	6.017.375	5.603.877	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	62.835.876

Gastos tercer año

NOMINA ADMINISTRACION													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE	AÑO
SALARIO GERENTE	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	22.800.000
COMERCIAL	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	22.800.000
MANTENIMIENTO	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	9.600.000
TOTAL SALARIOS	4.600.000	4.600.000	4.600.000	4.600.000	4.600.000	4.600.000	4.600.000	4.600.000	4.600.000	4.600.000	4.600.000	4.600.000	55.200.000
AUX TRANSPORTE MANTENIMIENTO	77.083	77.083	77.083	77.083	77.083	77.083	77.083	77.083	77.083	77.083	77.083	77.083	924.996
TOTAL DEVENGADO	4.677.083	4.677.083	4.677.083	4.677.083	4.677.083	4.677.083	4.677.083	4.677.083	4.677.083	4.677.083	4.677.083	4.677.083	56.124.996
SALUD 4%	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	2.208.000
PENSION 4%	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	2.208.000
FONDO SOLIDARIDAD 1%	38.000	38.000	38.000	38.000	38.000	38.000	38.000	38.000	38.000	38.000	38.000	38.000	456.000
RETENCION EN LA FUENTE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL DEDUCCIONES	406.000	406.000	406.000	406.000	406.000	406.000	406.000	406.000	406.000	406.000	406.000	406.000	4.872.000
NETO A PAGAR	4.271.083	4.271.083	4.271.083	4.271.083	4.271.083	4.271.083	4.271.083	4.271.083	4.271.083	4.271.083	4.271.083	4.271.083	51.252.996
CESANTIAS	389.601	389.601	389.601	389.601	389.601	389.601	389.601	389.601	389.601	389.601	389.601	389.601	4.675.212
INT CESANTIAS	46.771	46.771	46.771	46.771	46.771	46.771	46.771	46.771	46.771	46.771	46.771	46.771	561.250
VACACIONES	191.820	191.820	191.820	191.820	191.820	191.820	191.820	191.820	191.820	191.820	191.820	191.820	2.301.840
PRIMA	389.601	389.601	389.601	389.601	389.601	389.601	389.601	389.601	389.601	389.601	389.601	389.601	4.675.212
TOTAL PRESTACIONES	1.017.793	1.017.793	1.017.793	1.017.793	1.017.793	1.017.793	1.017.793	1.017.793	1.017.793	1.017.793	1.017.793	1.017.793	12.213.544
SALUD	88.955	88.955	161.500	161.500	161.500	161.500	161.500	161.500	161.500	161.500	161.500	161.500	1.792.910
PENSION	552.000	552.000	552.000	552.000	552.000	552.000	552.000	552.000	552.000	552.000	552.000	552.000	6.624.000
ARL	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012	288.144
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CAJA	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	2.208.000
TOTAL APORTE EMPLEADOR	848.967	848.967	921.512	921.512	921.512	921.512	921.512	921.512	921.512	921.512	921.512	921.512	10.913.054
PENSION Y FS	774.000	774.000	774.000	774.000	774.000	774.000	774.000	774.000	774.000	774.000	774.000	774.000	9.288.000
SALUD	272.955	272.955	345.500	345.500	345.500	345.500	345.500	345.500	345.500	345.500	345.500	345.500	4.009.910
ARL	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012	288.144
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CAJA	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	2.208.000
TOTAL APORTES	1.254.967	1.254.967	1.327.512	1.327.512	1.327.512	1.327.512	1.327.512	1.327.512	1.327.512	1.327.512	1.327.512	1.327.512	15.785.054

ARRIENDO BODEGA													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE	AÑO
ARRIENDO BODEGA	8.500.000	8.500.000	8.500.000	8.500.000	8.500.000	8.500.000	8.500.000	8.500.000	8.500.000	8.500.000	8.500.000	8.500.000	102.000.000
RETEFICIENTE 3.5%	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	3.570.000
ICA 9.66/1000	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	985.320
IVA 2.4%	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	2.448.000
RETEIVA 2.4%	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	2.448.000
TOTAL ARRIENDO	8.120.390	8.120.390	8.120.390	8.120.390	8.120.390	8.120.390	8.120.390	8.120.390	8.120.390	8.120.390	8.120.390	8.120.390	97.444.600

RETENCIONES													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE	AÑO
ARRIENDO	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	3.570.000
RETENCION EN LA FUENTE	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	297.500	3.570.000
ARRIENDO	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	2.448.000
RETENCION DE IVA	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	2.448.000
TOTAL RETENCIONES	501.500	501.500	501.500	501.500	501.500	501.500	501.500	501.500	501.500	501.500	501.500	501.500	6.018.000

RETENCION DE ICA													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE	AÑO
ARRIENDO	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	985.320
RETENCION DE ICA	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	82.110	985.320

IVA													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE	AÑO
ARRIENDO	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	2.448.000
SEGURO	837.223	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	837.223
IVA DESCONTABLE	1.041.223	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	3.285.223
IVA POR PAGAR	-1.041.223	-204.000	-204.000	-204.000	-204.000	-204.000	-204.000	-204.000	-204.000	-204.000	-204.000	-204.000	-3.285.223

ICA													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE	AÑO
ICA 1.14/1000	15.667	29.022	44.603	51.294	54.897	54.897	54.897	54.897	54.897	54.897	54.897	54.897	579.758
AVISO Y TABLEROS	2.350	4.353	6.690	7.694	8.235	8.235	8.235	8.235	8.235	8.235	8.235	8.235	86.964
TOTAL ICA	18.017	33.375	51.293	58.988	63.131	63.131	63.131	63.131	63.131	63.131	63.131	63.131	666.722
CREE	15.137	28.040	43.094	49.559	53.040	53.040	53.040	53.040	53.040	53.040	53.040	53.040	560.153

SEGURO													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE	AÑO
SEGURO	5.332.645	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5.332.645
IVA	837.223	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	837.223
TOTAL	6.069.868	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6.069.868

FLUJO DE CAJA

FLUJO DE EFECTIVO													
ENERO-DICIEMBRE 2017													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
SALDO INICIAL DE CAJA	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	12.000.000
INGRESOS													
PRODUCTO A	6.614.950	6.713.660	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	6.828.822	81.616.831
PRODUCTO B	6.017.375	5.603.877	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	5.121.462	62.835.876
PRODUCTO C	6.316.177	6.158.796	5.975.184	5.975.184	5.975.184	5.975.184	5.975.184	5.975.184	5.975.184	5.975.184	5.975.184	5.975.184	72.226.814
PRODUCTO D	5.120.935	1.616.192	2.486.449	2.486.449	2.486.449	2.486.449	2.486.449	2.486.449	2.486.449	2.486.449	2.486.449	2.486.449	27.350.938
TOTAL INGRESOS	24.069.437	20.092.525	20.411.918	20.411.918	20.411.918	20.411.918	20.411.918	20.411.918	20.411.918	20.411.918	20.411.918	20.411.918	244.030.459
DISPONIBLE	25.069.437	21.092.525	21.411.918	21.411.918	21.411.918	21.411.918	21.411.918	21.411.918	21.411.918	21.411.918	21.411.918	21.411.918	256.030.459
EGRESOS													
OBLIGACIONES FINANCIERAS	13.800.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13.800.000
SALARIOS	4.271.083	4.271.083	4.271.083	4.271.083	4.271.083	4.271.083	4.271.083	4.271.083	4.271.083	4.271.083	4.271.083	4.271.083	51.252.996
ARRIENDO BODEGA	8.120.390	8.120.390	8.120.390	8.120.390	8.120.390	8.120.390	8.120.390	8.120.390	8.120.390	8.120.390	8.120.390	8.120.390	97.444.680
SEGURO	6.069.868	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6.069.868
PENSION	774.000	774.000	774.000	774.000	774.000	774.000	774.000	774.000	774.000	774.000	774.000	774.000	9.288.000
SALUD	996.136	996.136	345.500	345.500	345.500	345.500	345.500	345.500	345.500	345.500	345.500	345.500	5.447.272
ARL	64.463	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012	24.012 c		21.402	21.402	21.402	296.753
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CAJA	493.971	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000	2.517.971
RETENCION EN LA FUENTE	501.500	501.500	501.500	501.500	501.500	501.500	501.500	501.500	501.500	501.500	501.500	501.500	6.018.000
CREE	0	15.137	28.040	43.094	49.559	53.040	53.040	53.040	53.040	53.040	53.040	53.040	507.113
IVA	0	0	-1.245.223	0	-408.000	0	-408.000	0	-408.000	0	-408.000	0	-2.877.223
ICA	0	0	169.968	0	182.109	0	194.251	0	194.251	0	194.251	0	934.829
RETEICA	0	0	164.220	0	164.220	0	164.220	0	164.220	0	164.220	0	821.100
PRIMA	0	0	0	0	0	2.337.606	0	0	0	0	0	0	2.337.606
CESANTIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4.675.212
INTERESES DE CESANTIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4.675.212
COSTO DE VENTAS	833.333	833.333	833.333	833.333	833.333	833.333	833.333	833.333	833.333	833.333	833.333	833.333	10.000.000
TOTAL EGRESOS	35.924.745	15.719.591	14.170.823	15.096.913	15.041.707	17.444.465	15.057.329	15.106.859	15.033.317	15.104.249	15.054.719	26.792.279	215.546.995
SALDO FINAL	-10.855.307	5.372.933	7.241.094	6.315.005	6.370.211	3.967.453	6.354.588	6.305.059	6.378.600	6.307.669	6.357.198	-5.380.362	40.483.463

