

**CREATIVE PAPER S.A.S**

**JESSICA CAROLINA PEREZ HERNANDEZ**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA - UNILATINA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**GESTIÓN DE EMPRESAS**  
**BOGOTÁ, 2021**

**CREATIVE PAPER S.A.S**

**JESSICA CAROLINA PEREZ HERNANDEZ**

**Trabajo presentado como requisito para optar al título de tecnólogo en Gestión de  
Empresas.**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA - UNILATINA  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
GESTIÓN DE EMPRESAS  
BOGOTÁ, 2021**

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

---

---

---

**PRESIDENTE DEL JURADO**

---

**FIRMA DEL JURADO**

---

**FIRMA DEL JURADO**

**Bogotá D.C marzo de 2021**

## Tabla de Contenidos

### Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN .....	6
CAPITULO 1. DEL PRODUCTO Y DEL SERVICIO .....	7
1.1. MOTIVACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN HACIA LA IDEA EMPRESA .....	7
1.1.1. Factores personales, sociales, económicos, tecnológicos, DOFA personal, conocimientos y experiencias frente a la idea empresa, antecedentes de la idea empresa. ....	7
1.1.2. Justificación de la idea empresa.....	10
1.1.3. Identificación de la idea empresa.....	10
1.2. ESTUDIO GENERAL DEL SERVICIO A DESARROLLAR.....	11
1.2.1. Antecedentes .....	11
1.2.2. Microambiente .....	12
1.2.3. Macroambiente.....	14
1.2.4 Competencia.....	15
1.2.5 Diferenciales .....	17
1.2.6. Ficha técnica del producto y/o servicio.....	17
CAPÍTULO 2. EL MERCADO .....	23
2.1 PLAN DE MERCADEO.....	23
2.1.1. Objetivos .....	23
2.1.3 Investigación de mercados .....	23
2.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	31
2.3. LAS CUATRO P .....	31
2.3.1 Producto .....	31
2.3.2 Punto de venta.....	32
2.3.3. Precio .....	33
2.3.4 Promoción .....	33
CAPÍTULO 3. ESTUDIOS TÉCNICOS DEL PROYECTO .....	35
3.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	35
3.1.1. Organigrama de la empresa.....	35
3.1.2. Funciones de los cargos .....	35
3.2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO .....	36
3.2.1. Nombre de la empresa.....	36
3.2.2 Misión. ....	36
3.2.3. Visión .....	36
3.2.4. Objetivos de la empresa .....	36
3.3. IMAGEN CORPORATIVA .....	38
3.3.1. Logotipo de la empresa .....	38
3.3.2. Eslogan de la empresa.....	39
3.4. ESTUDIO TÉCNICO .....	39

3.4.1. Localización optima .....	39
3.4.2. Tamaño Optimo .....	40
3.4.3. Tecnología del proyecto .....	40
3.4.4. Diseño de proceso productivo .....	40
3.4.5. Planimetría y diseño de planta .....	41
CAPÍTULO 4. ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZATIVOS.....	42
4.1. DEFINICIÓN FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA .....	42
4.1.1. Figura Societaria escogida .....	42
4.1.3. Definición de S.A.S. ....	42
4.1.4. Minuta de constitución, concepto y documento de constitución de la empresa .....	42
4.2. PROCEDIMIENTOS LEGALES PARA LA FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA .....	42
4.2.1. Formalización comercial.....	42
CAPÍTULO 5. PLAN DE FINANCIACIÓN, PROMOCIÓN Y ETAPA PREOPERATIVA .....	45
5.1 PLAN OPERATIVO.....	45
5.1.1. Definición.....	45
5.1.2. Estrategias para sus diseños .....	45
5.1.3. Paquetes de trabajo: tareas de formalización comercial, tributaria, laboral, etapa preoperativa, actividades de mercadeo, licencias de funcionamiento, bomberos, Sayco y Acinpro.....	47
5.2. PLAN FINANCIERO .....	47
5.2.1. Costos Fijos.....	47
5.2.2. Costos Variables .....	47
5.2.3. Proyección de ventas.....	48
5.2.4. Flujo de Caja del proyecto .....	49
5.2.5. Punto de equilibrio .....	50
5.2.5. Estado de resultados.....	51
5.3. ESTRATEGIA DE FINANCIACIÓN, APALANCAMIENTO Y RECONOCIMIENTO FUENTES DE FINANCIACIÓN .....	52
5.3.1. Determinación Inversión Mínima para el proyecto. ....	52
5.3.2. Análisis recursos propios vs recursos de los inversionistas .....	52
5.3.3. Determinación de rendimientos para los accionistas. ....	53
5.3.4. Fuentes De Financiación Para La Idea Proyecto .....	53
5.3.5. Conclusiones sobre el apalancamiento financiero .....	53
CONCLUSIONES .....	54
CIBERGRAFIAS .....	56
ANEXOS .....	57

## **INTRODUCCIÓN**

El presente documento tiene la finalidad de explicar y detallar la planificación de la empresa Creative Paper, que se basa en ser una papelería con servicios a domicilio las 24 horas al día, ofreciéndoles a los jóvenes estudiantes la posibilidad de adquirir los elementos necesarios para el desarrollo de sus actividades escolares.

Como es una empresa nueva en el mercado, se desarrolla una serie de planes de mercadeo para poder ser competitivos en un mercado tan amplio como es el escolar. Se tienen en cuenta los principios de buen servicio, calidad en los productos y responsabilidad en el ámbito ecológico, ya que también se plantea una posibilidad de crear descuentos y facilidades a las personas (clientes) que aporten al medio ambiente por medio del reciclaje.

De esta manera, este proyecto de emprendimiento está comprometido con los clientes potenciales y con el medio ambiente creando así una empresa sostenible y adaptable, dado a que, con las continuas investigaciones de mercado, permitiremos que la empresa no se estanque en lo cotidiano, si no que por el contrario este a la par con las nuevas tecnologías y necesidades del mercado.

A pesar de la poca experiencia como emprendedora, esta se convierte en una oportunidad para aportar al mercado e incursionar sobre la economía naranja a la cual se puede apuntar con esta planificación de empresa, con el objetivo claro de crear herramientas u ofrecer facilidades a los estudiantes de universidades y/o colegios que Creative Paper les puede ofrecer.

## CAPITULO 1. DEL PRODUCTO Y DEL SERVICIO

### 1.1. MOTIVACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN HACIA LA IDEA EMPRESA

#### 1.1.1. Factores personales, sociales, económicos, tecnológicos, DOFA personal, conocimientos y experiencias frente a la idea empresa, antecedentes de la idea empresa.

**Factores personales:** En cuanto a los factores personales que influyen con esta idea de negocio se encuentra el gusto por las artes plásticas, a pesar de que no fue parte de mi entorno, desde muy pequeña me han llamado la atención las obras de arte y las manualidades que se pueden hacer desde casa; como hobby adopte la costumbre de coleccionar materiales escolares como agendas, marcadores, pinturas etc. que tengan diversidad de diseños en sus presentaciones; de la misma manera la preocupación por el medio ambiente ha sido parte de mis proyectos, por ello también la idea de crear una empresa sostenible de pequeñas acciones que contribuya a mejorar esta problemática ambiental.

**Factores sociales:** Una vez comencé mis estudios de administración de empresas, adquirí el pensamiento de crear una empresa que me permitiera una independencia laboral; un año después de que salí del colegio comencé a laborar en una entidad bancaria y durante el tiempo que he estado allí he aprendido, desde la experiencia propia, sobre las distintas áreas que conforman una empresa y los distintos factores externos que pueden llegar a afectarla.

**Factores económicos:** Debido a que la idea de emprendimiento que tengo es colocar un negocio nuevo en el mercado, considero que no cuento con los recursos propios necesarios para incursionar esta empresa, por lo cual, lo más conveniente es adquirir un préstamo con entidades que financien este tipo de emprendimientos. Además, sería conveniente crear alianzas estratégicas con personas de confianza que tengan más experiencia en negocios propios, de esta manera, no solo fortaleceremos conocimientos sino los mismos recursos financieros para el desarrollo de este.

De igual manera en Colombia se ha impulsado y fomentado el tema de la economía naranja que hace alusión al emprendimiento creativo, así, el gobierno ha colocado a nuestra disposición convenios y programas con entidades como el Sena que por medio del fondo

emprender financia a aquellas empresas innovadoras, además, siempre y cuando se muestren sostenibles, los apoyan durante todo el proceso una vez este la empresa en el mercado.

**Factores tecnológicos:** Es claro que la tecnología es algo que va tomando fuerza cada día más y, como ponemos ver hoy en día ante las distintas emergencias, los recursos tecnológicos se han convertido en aliados de las empresas sin importar su naturaleza. Para el caso de este proyecto como factor tecnológico la necesidad de una página web que permita al cliente interactuar y adquirir productos a través de esta; también es necesario crear un sistema para mantener el inventario actualizado que posibilite el control total de la mercancía para no incurrir en posibles pérdidas.

Por último, otro factor tecnológico con el que es preciso contar es la parte de seguridad, debido a que se va a manejar punto de venta directo es necesario tener un sistema integrado de cámaras y dispositivos que garanticen tanto la seguridad para el local como para los mismos empleados.

**DOFA Personal:** Como todas las personas, cuento con habilidades y destrezas que pueden facilitar el desarrollo de la idea de negocio, de la misma manera hay algunas debilidades sobre las que debo trabajar para que no sea el limitante en el cada paso que doy, sino que, por el contrario, me fortalezca y me permita ser una persona más fuerte para los grandes retos del mundo cambiante.

Fortalezas (Internas)	Debilidades (Internas)
*Motivación al logro.	*Poca experiencia en el emprendimiento.
*Positivismo.	*Falta de iniciativa.
*Creatividad.	*Dificultad para confiar.
*Organización.	
*Puntualidad.	
*Trabajo en equipo.	
Oportunidades: (Externas)	Amenazas (Externas)
*Apoyo familiar.	*Escases de recursos monetarios.
*Aprender temas nuevos.	*Competencia directa e indirecta.
*Obtener experiencia.	*Disposiciones nacionales.
*Adoptar la tecnología nueva.	
*Ser independiente.	



**Conocimiento y experiencia:** En la actualidad el emprendimiento es algo que va tomando más fuerza que hace algunos años, ante esta creciente decidí tomar la iniciativa de cursar mis estudios profesionales en administración de empresas una vez cursado un técnico enfocado al área financiera y bancaria. En cuando a la idea de negocio, es una experiencia nueva pues si había pensado en establecer un negocio que me permitiera desarrollar mis habilidades empresariales en temas que en realidad me gustan como el arte y la ecología; sin embargo, considero que aún me faltan bases y conocimientos para desarrollar mi idea de negocio, por lo cual, gracias a la experiencia laboral que he obtenido en los dos últimos años y a la academia, he fortalecido esos aspectos que me permitan fomentar mi planteamiento.

**Antecedentes en general de la idea de negocio:** La proyección de una idea de negocio es algo relativamente nuevo para mí, desde años anteriores si había pensado el poner un negocio que fuera propio y que lo pudiera ampliar con la colaboración de un buen equipo de trabajo, sin embargo, la falta de experiencia y de conocimiento en temas de emprendimiento es lo que ha hecho que se quede solo como una idea.

En mi familia hay varios emprendedores que, como muchos grandes empresarios, comenzaron poco a poco; un tío comenzó con una pequeña panadería a las afueras de Bogotá y hoy es uno de los grandes paraderos para los visitantes de la ciudad; otro tío colocó una veterinaria en su casa, poco a poco mostro su buen trabajo con los animales y se ganó la confianza de los clientes y hoy, las personas tienen que agendar una cita para que puedan atender a sus mascotas.

Estas dos personas me incentivan a creer en que un negocio no surge del día a la mañana y que hay que tener una buena planeación para que no fracasar en el intento; así como hoy tiene éxito en los primeros pasos al emprendimiento cayeron y fueron aprendiendo quizá no de la mejor manera.

De esta manera, con el apoyo de la academia, espero fortalecer y enfocar mi idea de negocio basada en un tema que me gusta mucho (las manualidades) y así realizar una buena planeación de mi proyecto y apuntarle al emprendimiento.

### **1.1.2. Justificación de la idea empresa**

Para el desarrollo de esta idea de negocio se tiene en cuenta como primera medida que el mercado cada día es más exigente con el perfil de las personas en el mercado laboral, con esto quiero decir que las grandes compañías requieren personas con experiencia laboral y que profesionalmente estén capacitadas para los cargos, de esta manera a muchas personas no les queda otra opción que trabajar y estudiar, es por lo que la realización de ambas limita bastante el tiempo de las personas.

De modo que, lo que queremos es facilitar a aquellos estudiantes distintas alternativas para hacer de su tiempo algo más rentable y que les permita cumplir con las distintas actividades que llevan a cabo, por ende, nos enfocamos en el servicio al cliente, ofreciendo los servicios a domicilio programados por la página web que posibilite al estudiante tener un tiempo adicional.

Por otro lado, se tiene presente a aquellas familias en las cuales los padres laboran y mantienen sus día a día en actividades que hacen que las actividades escolares se realicen al finalizar en día, por ello también el servicio de asesorías y acompañamientos para sus hijos está inmerso en esta idea de negocio al igual que el servicio a domicilio para este nicho de mercado.

Teniendo en cuenta que es una empresa nueva, la decisión de incursionarla en el mercado implica competir con empresas que ofrecen servicios y productos similares, pero es allí donde nuestro distintivo de apoyo y servicio de una manera más cercana y amena para el cliente permitirá el posicionamiento de esta nueva marca.

### **1.1.3. Identificación de la idea empresa**

En general se van a comercializar todo tipo de material escolar como los son materiales para escribir, anotar, pintar, dibujar, elementos para maquetas, carpetas y folders, papeles en distintos tamaños desde octavos hasta pliegos, etc.

Con forme nos posicionemos en el mercado, en el proceso de obtención y manteniendo de clientes, la idea es que posteriormente se puedan incluir otros servicios complementarios que tengan que ver con el uso de elementos escolares, con esto lo ideal es

ofrecer cursos de artes plásticas para personas que les guste las manualidades, la pintura, el dibujo, para que hagan de un pasatiempo algo más profesional.

Otro servicio complementario tiene que ver con un programa ambiental sostenible; sabemos que muchas veces cuando ya presentamos un proyecto o se acaba un semestre o año escolar, a los estudiantes les queda mucho material que se puede reutilizar como por ejemplo los cuadernos, maquetas, proyectos escritos, etc.; la idea es que nosotros podamos ofrecer al cliente un descuento dependiendo la cantidad de material reutilizable que lleve y si lo hace constantemente pueda obtener un obsequio.

## **1.2. ESTUDIO GENERAL DEL SERVICIO A DESARROLLAR**

### **1.2.1. Antecedentes**

En Colombia existen múltiples papelerías y librerías que año tras año han tenido que cambiar la manera de como ofrecen sus servicios a los clientes, por ejemplo, tenemos como referencia la “Papelería Gabry” que se fundó en 1997 ofreciendo los productos a través de su tienda y en un mostrador, como todos los mercados cambian, evidenciaron que las personas preferían en concepto de autoservicio, es decir, las personas seleccionaban los productos a su manera sin una restricción o impedimento por un mostrador en la entrada de la papelería.

Dado que el negocio era pequeño decidieron sacar las cajas de los materiales y ponerlos a disposición del cliente, así creció y se fortaleció ante la necesidad y las exigencias del nuevo mercado, así lo explican en su página oficial de internet demostrándonos la importancia de la perseverancia e innovación.

Por otro lado, tenemos el ejemplo de “Comercial Papelera”, en un artículo de la revista Dinero publicado en el año 2004 titulado “El potencial de una empresa familiar” nos cuentan como iniciaron con un negocio familiar entre 12 hermanos que decidieron buscar oportunidades en Bogotá en el año 1981, entonces vieron y se enfrentaron a la necesidad de los estudiantes por conseguir materiales en la noche debido a sus diferentes actividades; hoy día podemos ver que su estrategia de servicio es tan amplia como su estructura de más de 150 empleados y la cantidad de cliente.

Así como estos dos grandes referentes existen muchos más modelos que comparten nuestra visión en Colombia de atender las necesidades existentes en el mercado, no obstante, con este negocio incursionaremos una idea nueva que nos permita ser preferidos por los clientes y de igual modo ser una empresa solida en el mercado.

## 1.2.2. Microambiente

### 1.2.2.1. Compañía

Seremos una empresa comercializadora, nuestro propósito es adquirir los productos en las diferentes manufactureras para poderlas distribuir al consumidor final a través de servicios a domicilio y en el punto de venta.

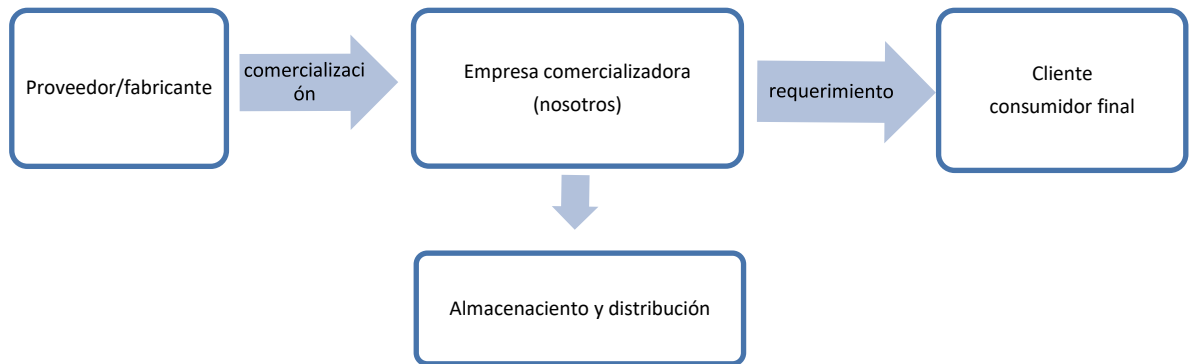


Figura 1. Cadena de distribución.

Los productos que vamos a ofrecer se basan en la necesidad académica por conseguir materiales escolares para el desarrollo de las actividades, de igual manera nos enfocamos en prestar un servicio de rapidez mediante la programación de domicilios, de esta manera el cliente obtendrá el producto solicitado en el momento que este lo requiera.

### 1.2.2.2. Proveedores

Las grande empresas fabricantes de materiales escolares son nuestros proveedores principales, así como las grandes comercializadoras que faciliten la adquisición de elementos de papelería para el ofrecimiento de nuestro negocio; entre estos proveedores encontramos Papeles Primavera, Norma, Scribe, Pelikan, Faber Castell, Paper Mate, entre otros como

principales fabricantes y entre grandes distribuidoras nuestros proveedores serán K&CO S.A.S, Comercializadora el Faro y Papelería la Gran 12.

### **1.2.2.3. Intermediarios**

Para el caso de esta empresa no se tendrán en cuenta los intermediarios dado que nosotros seremos lo comercializadores con atención al consumidor final, de esta manera Creative Paper se convertiría en intermediario entre las grandes comercializadoras o los grandes fabricantes de productos de papelería y el consumidor final.

### **1.2.2.4. Clientes**

El comportamiento del cliente esta dado en primer lugar al nivel de escolaridad o estudio que está realizando, pues una persona de una carrera como arquitectura va a recurrir más a las papelerías que una persona de finanzas, por ejemplo.

Por otro lado, la estacionalidad determina en parte el comportamiento del cliente, hay personas que compran todo a inicio de año y que les supla los requerimientos de papelería para el resto de año, mientras que otros prefieren comprar lo que consideran pertinente para un inicio de ciclo escolar y posteriormente ir adquiriendo materiales con forme la exigencia de la academia.

Teniendo en cuenta esto, nuestro nicho de mercado abarca a personas estudiantes de cualquier grado de escolaridad que requiera para el desarrollo de sus actividades académicas, materiales de papelería y/o acompañamiento para el desarrollo de las actividades escolares.

### **1.2.2.5. Competidores**

Para nuestro negocio la competencia directa serían las papelerías que se encuentran cercanas a las universidades o instituciones académicas; en cuanto al servicio, la empresa “Comercial Papelera” se convierte en nuestra competencia indirecta, ya que ofrece el mismo servicio 24 horas, pero es una empresa de comercio a gran escala y con una gran superficie de comercio.

También podemos contemplar a “Panamericana” como una competencia bastante solida en el mercado, con esta empresa podemos tomarla como referente para podernos

posicionar en el mercado con el elemento diferenciador de la buena atención a los clientes y con ello avanzaremos en nuestra competencia interna como empresa.

### **1.2.3. Macroambiente**

#### **1.2.3.1. Cambios de tecnología**

Un cambio tecnológico que se va a tener en cuenta es el modo de distribución y de acceso a los productos del negocio, si bien es cierto evidenciamos con más frecuencia que el mercado prefiere evitar desplazamientos para comprar los artículos que necesitan, por ello se debe contar con páginas web que permitan programar las solicitudes de envío.

Adicional tenemos presente que las personas requieren cada vez más el uso de herramientas tecnológicas en sus labores y actividades por lo cual es preciso ofrecer productos y accesorios tecnológicos que puedan llegar a sustituir elementos de nuestro mercado.

#### **12.3.2 Cambios demográficos, culturales, tendencias sociales**

Un cambio y tendencia que se tiene muy presente es el tema de la tecnología, como bien conocemos la tecnología avanza cada vez más y facilita procesos del día a día, en este caso. En un artículo de la revista Milenio titulado “papelerías enfrentan retos en la era digital” argumenta que a pesar de que hoy día seguimos utilizando papel y lápiz para muchas actividades, si hay otros implementos que se remplazaron como por ejemplo los libro, diccionarios y las enciclopedias.

Estos cambios también vienen dados al cambio de mentalidad a entender que la ecología y la protección al medio ambiente es importante; para ello se han implementado productos ecológicos incluso renovables, es así como la tecnología se convierte en un aliado para el medio ambiente y las empresas comercializadoras de elementos de papelería debe estar al tanto de estos cambios e ir incursionando en productos acorde al mercado.

#### **1.2.3.3 Factores Económicos, Sociales y demográficos**

- **Factores Económicos (Macroambiente):** Así como las instituciones educativas, en nuestra idea de negocio es muy importante la planeación que se haga al

presupuesto de la economía así como las facilidades y medios de estudio que les sean otorgadas a las personas para poder estudiar, ya que dependemos directamente de la capacidad económica de las personas de poder estudiar y adquirir los elementos necesarios para el desarrollo del mismo, de esta manera todo cambio que se haga a los programas de educación se verán reflejados en nosotros como empresa

- **Factores Sociales (Macroambiente):** En primer lugar, debemos tener claro que el grado de escolaridad afecta y repercute en nuestro negocio, dado a que nuestro mercado meta principal son las personas que se encuentren cursando carreras técnicas en adelante y que de igual modo estén trabajando. Otro factor importante para tener en cuenta en el ámbito social es el estrato socio económico de las personas, pues está dirigido a personas con capacidad de compra entre estratos 2 a 4.

Culturalmente hay varios aspectos que nos afectan dado a que hay personas que desconfían de los servicios por internet y esta es una gran herramienta que quedemos ofrecer; por otro, lado la cultura del “no estudiar sino mejor trabajar” nos afecta porque significaría una reducción del mercado potencial.

- **Factores Demográficos (Macroambiente):** Como lo mencionábamos anteriormente en los aspectos sociales es importante tener en cuenta el grado de escolaridad, así mismo su estado laboral, acá es preciso aclarar que muchas de las personas que trabajan y estudian se encuentran con muy poco tiempo y que su núcleo familiar es muy reducido. Con esto último queremos decir que este factor puede repercutir en nuestro negocio a futuro porque las personas están prefiriendo estudiar, viajar al exterior y profesionalizarse, todo esto antes que tener hijos y tener un hogar; debido a esto el mercado iría disminuyendo por falta de personas jóvenes que quieran estudiar y que requieran seguir adquiriendo productos de papelería en sus núcleos familiares.

## **1.2.4 Competencia**

### **1.2.4.1 Barreras de entrada de nuevos competidores en el sector**

En el análisis a la competencia se determinó que los puntos más fuertes son el posicionamiento de la marca en el mercado, pues como todo producto, las personas se familiarizan con una tienda en específico porque es reconocida y les ofrece lo que ellos

buscan; reiteramos en que se deben crear estrategias para hacer conocer nuestra marca nueva en el mercado, ofreciéndoles la oferta valor de un servicio rápido y ofreciéndoles una gran variedad de productos.

#### **1.2.4.2. Poder de negociación con los proveedores**

Nuestros proveedores, así como nosotros tenemos una marca que mantener y posicionar, por lo cual podemos negociar el precio de compra con ellos ofreciéndoles la posibilidad de exhibir su marca antes que la de la competencia, por ejemplo, que los productos de “Norma” se exhiban antes que los de “Scribe” y que incentive la compra de la primera.

Así mismo, según la cantidad y la regularidad en que nosotros les compremos a los proveedores ellos nos podrían ofrecer descuentos para aprovechar el precio de venta al público.

#### **1.2.4.3. Poder de negociación de los clientes**

Una negociación que se puede dar con los clientes es el precio de los domicilios y servicios de elaboración y asesorías de trabajos, pues según la complejidad y disposición de pago del cliente se puede determinar el valor a pagar por el cliente. De igual forma como lo mencionábamos anteriormente, las promociones y descuentos en épocas escolares podrían dar un espacio de negociación si llevan útiles en mayor cantidad.

#### **1.2.4.4 Productos sustitutos.**

Para esta idea de negocio y como muchas otras, es indispensable que pensemos en la tecnología como un sustituto, específicamente para el sector de la comercialización de producto de papelería, la tecnología ha hecho cambiar muchos inventarios porque, por ejemplo, antes las personas compraban un diccionario o una enciclopedia para realizar sus consultas, ahora con la herramienta de la tecnología es más fácil y económico entrar a un navegador y sacar la información necesaria.

La tecnología es de los mayores sustitutos de las empresas y las personas, por ello la importancia de adaptarse al cambio y ser cambiantes con respecto a las necesidades del



mercado e ir desarrollando productos alternos y complementarios; como cursos virtuales de manualidades, arte, dibujo, etc.

### **1.2.5 Diferenciales**

#### **1.2.5.1 En precio, calidad y otros**

Para las personas que busquen productos de papelería, les ofreceremos variedad en categorías, colores, estilos y marcas; así las personas podrán encontrar todo lo que requieran para sus actividades escolares en nuestra tienda. Adicional, nuestro servicio de domicilio las 24 horas al día con posibilidad de programar la hora de entrega será el punto diferenciador en el mercado.

Un beneficio que ofrecemos a nuestros clientes es que en las compras que realicen de cuadernos, libros, block's y elementos relacionados, recibirán un descuento por cada cuaderno o libro usado (se tiene en cuenta la cantidad en peso del material reciclable que lleve el cliente), con ello buscamos incentivar el reciclaje por medio de los productos que ofrecemos y que quizá las personas en su momento compren en nuestro establecimiento.

#### **1.2.5.2 Complementariedad:**

Nuestra prestación de servicios y comercialización de productos de papelería se convierte en un negocio complementario de las distintas instituciones educativas y universidades, dado a que nuestros clientes acuden a nosotros debido a la necesidad de cumplir con sus actividades escolares/académicas, de esta manera beneficiamos el cliente y a la institución académica a donde pertenece nuestro cliente.

#### **1.2.6. Ficha técnica del producto y/o servicio.**

N°	Descripción	Especificaciones Técnicas	Medida comercialización
1	Acetatos	Bolsas acetato plástico transparente.	unidad
2	Barra de silicona	Barras de silicona sencilla sin color para pistolas de tamaño delgado y grueso.	unidad
3	Billetes didácticos	Billetes de papel didáctico por paquetes de 50 con todas las denominaciones.	unidad

4	Bisturí	Bisturí grande Maped 18MM y Bisturí pequeño Maped 9MM.	unidad
5	Block blanco	Block hojas blancas tamaño oficio y carta por 100 hojas.	unidad
6	Block cuadriculado	Block hojas cuadriculados tamaño oficio y carta por 100 hojas.	unidad
7	Block hoja iris	Block hojas iris de colores tamaño carta por 100 hojas.	unidad
8	Block hojas milimetradas	Block hojas milimetradas tamaño oficio por 100 hojas.	unidad
9	Block rayado	Block hojas rayadas tamaño oficio y carta por 100 hojas.	unidad
10	Bolsa de regalo	Bolsas de papel tipo regalo desde el tamaño de 30cm hasta los 80 cm.	unidad
11	Borrador de tablero	Borrador para marcador borrable tipo tablero.	unidad
12	Borradores para lápiz	Borrados de nata, miga de pan y borra tinta.	unidad
13	C. D.	C.D en blanco con capacidad hasta de 700 Mb.	unidad
14	Caja de chinchas	Cajas de chinchas de colores azul, amarillo, rojo, negro, verde y blanco por 100 unidades.	unidad
15	Caja de clips	Caja de clips sencillos y tipo mariposa por 100 unidades.	unidad
16	Caja de grapas	Caja de grapas sencillas plateadas por 20 unidades.	unidad
17	Calculadora	Calculadoras básicas y científicas de plástico.	unidad

18	Carpeta de presentación	Carpetas blancas de cartón de presentación.	unidad
19	Carpeta plastificada	Carpeta legajad ora de plástico de color azul, rojo, amarillo, verde, negro y transparente.	unidad
20	Carpetas A-Z	Carpetas archivadoras de dos argollas tamaño oficio y carta.	unidad
21	Carpetas de cartón	Carpetas de cartón sencilla tamaño oficio y carta.	unidad
22	Carreta cintas decorativas	Carretas de cintas desde los 2 cm hasta los 10 cm por colores blanco, rojo, rosado, verde, amarillo, anaranjado, azul, celeste.	metro y unidad
23	Cartón cartulina	Cartón tipos cartón cartulina.	pliego
24	Cartón corrugado metalizado	Cartón blanco corrugado.	pliego
25	Cartón paja	Cartón tipo paja delgado por octavo, cuarto y por pliegos.	unidad
26	Cartón piedra	Cartón tipo piedra 5mm de grosor por octavo, cuarto y por pliegos.	unidad
27	Cartulina	Papel cartulina por paquetes y por colores azul, amarillo, rosado, verde y blanco.	paquetes y unidades
28	Cinta adhesiva	Cinta adhesiva transparente delgada y gruesa.	unidad
29	Cinta doble cara	Cinta adhesiva doble cara delgada y gruesa.	unidad
30	Combo set escuadra, regla.	Kit de escuadras y reglas plásticas de colores azul, amarillo, transparente y rojo.	unidad
31	Compás	Compás sencillo de plástico y de metal.	unidad

32	Corrector	Correctos de tinta de esferos tipo líquido y tipo cinta.	unidad
33	Crayolas	Cajas de crayolas de 12 unidades de colores.	caja
34	Cuaderno argollado	Cuaderno argollado hojas cuadriculadas tamaño carta y media carta.	unidad
35	Cuaderno grande	Cuadernos cuadriculados, rayados y de hojas blancas tipo 100 hojas.	unidad
36	Cuaderno multimateria	Cuadernos 5, 7 y 12 materias tamaño carta.	unidad
37	Cuaderno pequeño	Cuadernos cuadriculados, rayados y de hojas blancas tipo 100 hojas.	unidad
38	Esferos borrables	Esferos borrables de plástico de color de tinta negra, azul, roja y verde.	unidad y caja
39	Esferos retractiles	Esferos retractiles de plástico de color de tinta negra, azul, roja y verde.	unidad y caja
40	Esferos sencillos	Esferos sencillos de plástico de color de tinta negra, azul, roja y verde.	unidad y caja
41	Fomi	Hojas de fomi tamaño carta, octavo, cuartos y pliegos.	unidad
42	Formatos minerva	Formatos y contratos minerva prediseñados.	unidad
43	Forros para cuadernos	Forros plásticos para cuadernos grandes y pequeños de color azul, rojo, amarillo, verde y transparente.	unidad
44	Gancho legajador	Canchos plásticos para carpetas rebajadoras.	unidad
45	Globos de colores	Globos plásticos sencillos de colores.	unidad y paquete
46	Grapadora	Grapadora pequeña y tipo oficina sencilla.	unidad

47	Lápices de colores	Cajas de 12 y 24 lápices de colores sencillos y doble punta.	caja
48	Lápiz	Lápiz mina negra por tamaño de mina H-B para dibujo y escritura normal.	unidad y caja
49	Marcador borrable	Marcados para tablero tipo borrable color negro, azul rojo y verde.	unidad y caja
50	Marcador de punta fina	Marcadores de colores punta fina.	unidad y caja
51	Marcador gráfico	Marcador tipo grafico punta tipo bala.	unidad y caja
52	Marcador metalizado	Marcador tipo tinta metalizada punta tipo bala.	unidad y caja
53	Marcador permanente	Marcador tinta permanente color negro, azul rojo y verde.	unidad y caja
54	Micropuntas	Micropunta tinta permanente color negro, azul rojo y verde.	unidad y caja
55	Notas adhesivas	Notas de colores adhesivas por distintos tamaños y formas.	paquetes
56	Oleos	Pintura tipo Oleo por cajas de colores básicos.	caja
57	Palos de valso	Palos de madera tipo valso por centímetros de grosor 12mm hasta 20 mm.	unidad y docena
58	Papel Bond	Papel Bond blanco tamaño oficio y carta resma 50 hojas.	paquete
59	Papel celofán	Papel celofán sencillo y tornasol decorativo.	pliego
60	Papel periódico	Papel tipo periódico.	pliego
61	Papel regalo	papel decorativo tipo regalo.	pliego
62	Pegante en barra	Pegante en barra pequeño 10gr.	unidad

63	Perforadora huecos	2	Perforadora de metal 2 huecos.	unidad
64	Perforadora huecos	3	Perforadora de metal 3 huecos.	unidad
65	Pincel		Pincel por tamaños (del 1 al 14) y tipo de material.	unidad
66	Pintucaritas		Pinturas para decoraciones en la piel.	unidad y paquete
67	Pinturas		Pinturas acrílicas de todos los colores.	unidad y caja
68	Pistolas de silicona		Pistolas grande y pequeña para silicona caliente.	unidad
69	Plastilina		Plastilina en barra de colores.	unidad y caja
70	Portaminas		Portaminas Wingo 0,7 mm	unidad
71	Reglas para medir		Reglas plásticas, de madera y metálicas de 30 cm 50 cm y 70cm.	unidad
72	Resaltadores		Marcadores tipo resaltador de colores amarillo verde azul murado y rosado.	unidad y caja
73	Rótulos adhesivos		Rótulos adhesivos 30 mm espesor.	unidad
74	Sacapunta		Sacapunta de pasta y metálico.	unidad
75	Sobres de manila		Sobres de manila de papel sencillos tamaño carta y oficio.	unidad
76	Tabla periódica		Tabla periódica de los elementos químicos 30 cm.	unidad
77	Tijeras		Tijeras punta roma y punta fina con el mango plástico.	unidad
78	Tijeras de Figuras		Tijeras de mango plástico con punta decorativa.	unidad
79	Vinilo		Pintura tipo vinilo de todos los colores.	unidad y caja

## **CAPÍTULO 2. EL MERCADO**

### **2.1 PLAN DE MERCADEO**

#### **2.1.1. Objetivos**

##### **2.1.1.1 Objetivo general**

Determinar si el público objetivo está dispuesto a acceder a servicios por domicilio que tengan que ver con útiles escolares y de papelería, y cuanto están dispuestos a pagar para así mismo determinar un rango acorde a la necesidad y disposición el cliente.

##### **2.1.1.2 Objetivos específicos**

- Comprender qué necesidad existe en las personas que trabajan y/o estudian en cuanto a la consecución y desarrollo de sus actividades académicas.
- Reconocer las perspectivas en cuanto a las distintas papelerías de las personas que tengan las características de nuestro público objetivo, los cuales son personas que estudien y/o trabajen que se encuentren entre los 18 y 30 años de edad y que vivan en la ciudad de Bogotá.
- Conocer las características de las papelerías competencia que existen en el mercado, determinando sus principales productos y servicios que permitan establecer un precio entre lo que está dispuesto el cliente y lo que ofrece la competencia.

#### **2.1.3 Investigación de mercados**

##### **2.1.3.1 Objetivo de investigación de mercado**

Determinar las tendencias de compra del mercado objetivo, así como sus preferencias de compra según sus niveles socioeconómicos.

### 2.1.3.2. Diseño del estudio de investigación de mercados

#### 2.1.3.2.1. Instrumentos de recolección de datos primarios y secundarios

La herramienta principal será una encuesta de carácter anónimo con una serie de 9 preguntas cerradas que nos ayudan a determinar y cumplir con los objetivos del estudio de mercado. Para establecer y conocer la manera de organización más adecuada en el punto de venta directo y en la página web se hará una investigación en campo y en las páginas de las empresas competencia.

#### 2.1.3.3 Determinación de la muestra

Para la aplicación del instrumento primario de recolección de datos se determinó una muestra de 50 personas residentes en la ciudad de Bogotá estudiantes de secundaria de colegios y estudiantes de carreras universitarias.

#### 2.1.3.4 Resultados de recolección de datos secundarios

Los resultados de la encuesta se tabularon y arrojaron los siguientes resultados:

**1. Estrato socioeconómico:** El porcentaje de las personas entre el estrato 2 y 3 representa más del 90 % que es el principal segmento de personas a las cuales queremos atender.

Estrato	#	%
1	1	1%
2	54	42%
3	69	54%
4	4	3%
<b>Total, general</b>	<b>128</b>	<b>100%</b>



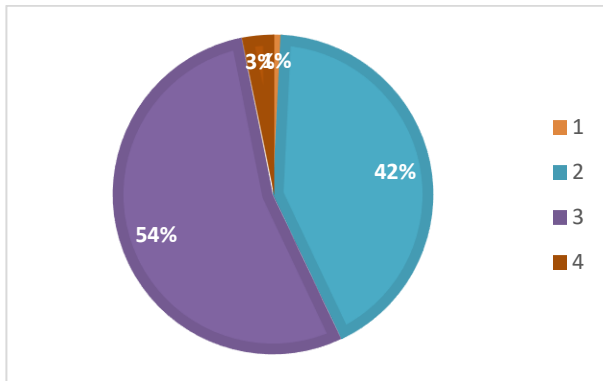


Gráfico 1. Tabulación pregunta 1.

**2. Cada cuanto realiza compras de papelería:** La temporalidad de preferencia de las personas para comprar sus materiales de papelería se ubica de manera semestral, lo cual determina que se debe tener un surtido mayor para atender la demanda.

Frecuencia	#	%
Diario	1	2%
Mensual	18	35%
Semanal	14	27%
Semestral	19	37%
<b>Total, general</b>	<b>52</b>	<b>100%</b>

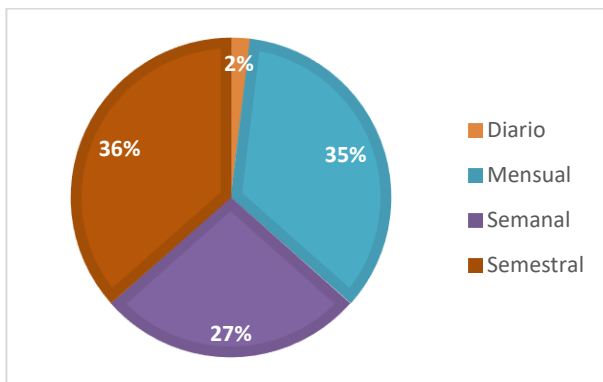


Gráfico 2. Tabulación pregunta 2.

**3. En donde suele comprar sus artículos de papelería:** Mas del 80 % de las personas compran sus útiles y materiales de papelería en las tiendas más cercanas a su vivienda con

esto determina que podemos ubicarnos en zonas de alta residencia de personas y posteriormente abrir puntos en los lugares focales.

Tipo establecimiento	#	%
Distribuidoras especializadas	3	6%
Establecimientos de cadena	3	6%
Otro	3	6%
Papelería de Barrio	43	83%
<b>Total, general</b>	<b>52</b>	<b>100%</b>

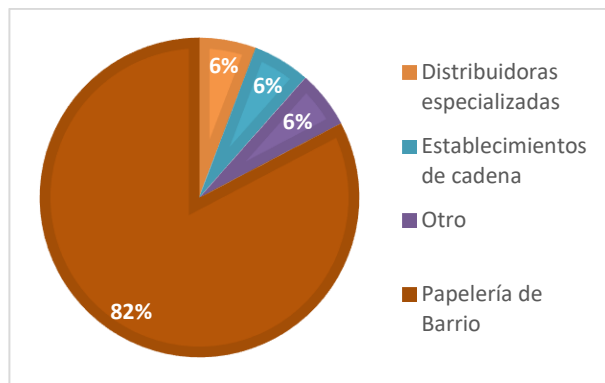


Gráfico 3. Tabulación pregunta 3.

**4. Cuanto es su presupuesto a la hora de comprar materiales de papelería:** Muy pocas personas disponen de más de 50.000 pesos para realizar la compra de sus artículos de papelería por ello se centra en ofrecer descuentos para que las personas puedan adquirir lo necesario con poco dinero.

Presupuesto	#	%
Entre \$10.000 y \$50.000	26	50%
Entre \$50.000 y \$100.000	5	10%
Mas de \$100.000	1	2%
Menos de \$10.000	20	38%
<b>Total, general</b>	<b>52</b>	<b>100%</b>

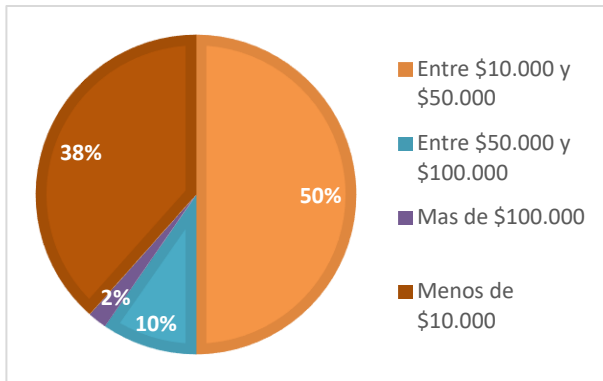


Gráfico 4. Tabulación pregunta 4.

**5. ¿Le gustaría que la papelería en donde suele comprar sus artículos de papelería tuviera servicio a domicilio?:** Para las personas el servicio a domicilio les parece conveniente y teniendo en cuenta esto con el plus de tener los domicilios las 24 horas al día permitirá una mayor satisfacción del cliente.

Serv. Domicilio	#	%
No	8	15%
Si	44	85%
<b>Total, general</b>	<b>52</b>	<b>100%</b>

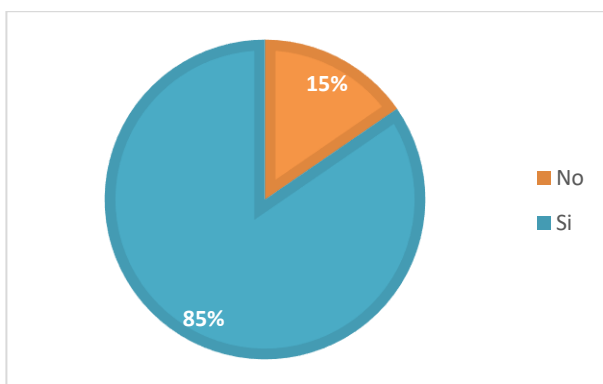


Gráfico 5. Tabulación pregunta 5.

**6. Señale una o más marcas de productos de papelería que usted conoce:** con esta pregunta determinamos que productos y marcas son de preferencia para el cliente y de esta manera surtir y comercializar de acuerdo a las exigencias del mercado.

Marca	#	%
Berol	10	3%
BIC	39	11%
Color Peps	6	2%
Crayola	29	8%
Doricolor	8	2%
Faber Castell	40	12%
Paper Mate	34	10%
Parchesitos	11	3%
Pelikan	36	10%
Scribe	38	11%
Sharpie	42	12%
Norma	52	15%
<b>Total, general</b>	<b>345</b>	<b>100%</b>

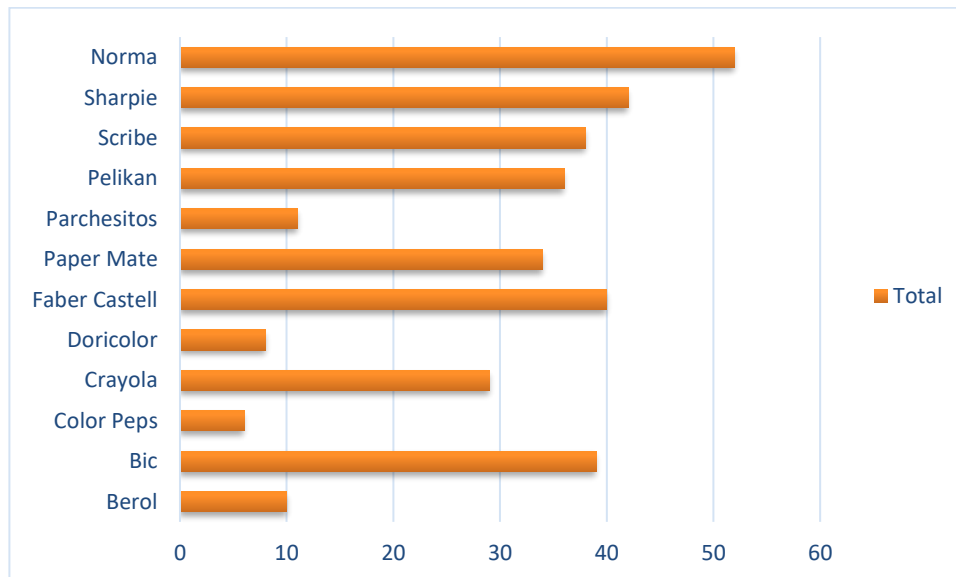


Gráfico 6. Tabulación pregunta 6.

**7. Considera que en el lugar donde realiza la compra de artículos de papelería le da beneficio adicional por su compra.:** Mas del 60 por ciento de las personas consideran que no le ofrecer beneficios en sus papelerías de confianza por ello es un punto importante para fidelizar a las personas.

Beneficios	#	%
no	34	65%
si	18	35%
<b>Total, general</b>	<b>52</b>	<b>100%</b>

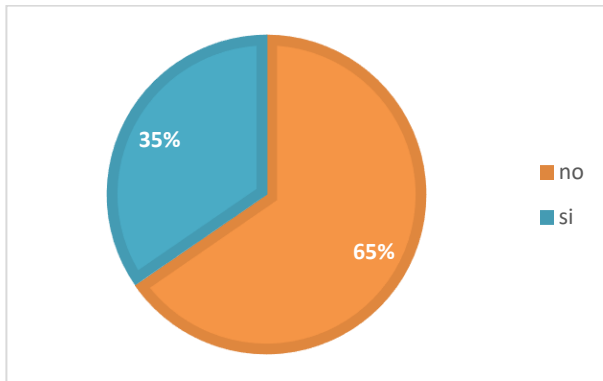


Gráfico 7. Tabulación pregunta 7.

**8. ¿Actualmente en su hogar recicla?:** la mayoría de las personas reciclan en sus hogares, de esta manera con nuestro ofrecimiento de tener descuentos en sus comprar por reciclas les brindara a las personas una mayor facilidad ya que es un hábito.

Recicla	#	%
no	10	19%
si	42	81%
<b>Total, general</b>	<b>52</b>	<b>100%</b>

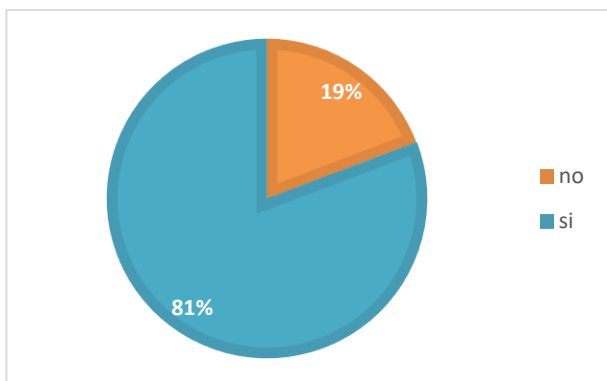


Gráfico 8. Tabulación pregunta 8.

**9. Qué tan importante es para usted el tema del reciclaje:** Actualmente se tiene una mentalidad de conservación del medio ambiente y para nuestro público objetivo es algo importante este tema, pero no un tema primordial.

Importancia de reciclar	#	%
Extremadamente importante	11	21%
Muy importante	15	10%
Ligeramente importante	5	40%
Moderadamente importante	21	29%
<b>Total, general</b>	<b>52</b>	<b>100%</b>

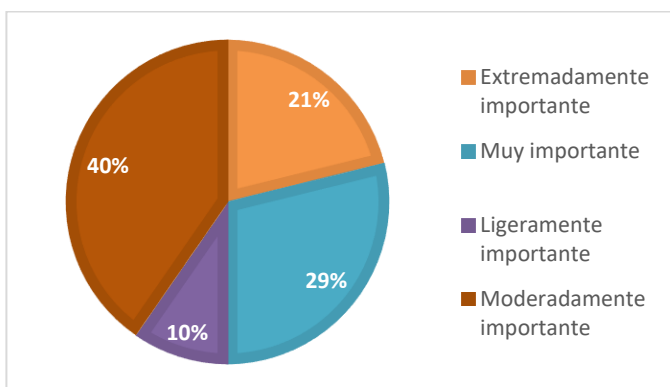


Gráfico 9. Tabulación pregunta 9.

### **2.1.3.5 Conclusiones generales de la investigación de mercados**

Una vez implementada la encuesta para conocer los aspectos generales del mercado, se estableció que la mayor parte de los encuestados se sitúan en estratos 2 y 3 correspondientes a zonas sur y suroccidente de Bogotá, por lo cual, esta zona será una opción para el punto principal de atención al público.

De esta manera se encuentra viable colocar la papelería con servicio a domicilio que se complementa con la atención las 24 horas al día para satisfacer las necesidades de los clientes potenciales y teniendo en cuenta que en principio no se contara con un gran posicionamiento, los servicios se realizaran en lugares aledaños al punto de venta principal mientras se da apertura a uno nuevo según la necesidad del mercado.

Para las personas que no reciclan constantemente les daremos el beneficio de los descuentos por sus materiales que entreguen para reciclar, con esto lograremos que las personas se sientan privilegiadas y que les ofrecen beneficios como buenos clientes, lo cual es un punto clave que determino el estudio de mercado.

## **2.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

Para este proyecto, de la población general en Bogotá, se tendrán en cuenta las personas que estudian y/o trabajan, dentro de este grupo se puede dividir en grupos por edades, debido que entre más jóvenes tienen menos estabilidad económica y nos afecta directamente, en esta medida el primer grupo serán las personas de 18 a 25 años los cuales presentan hábitos y características distintos a los del grupo de personas de 25 a 35 años. De igual manera se pueden dividir por carreras que estén cursando ya que cada carrera requiere de distintos productos y servicios escolares.

## **2.3. LAS CUATRO P**

### **2.3.1 Producto**

Se trata de una empresa con un enfoque a ofrecer soluciones a las personas que estudian pero que, por sus demás actividades, como el trabajo, buscan un servicio rápido y productos que les permitan desarrollar sus actividades escolares; de esta manera ofreceremos una gran

variedad de estos materiales enfocados a todo tipo de estudiantes con la posibilidad de adquirirlos a domicilio para que los clientes tengan más tiempo al evitar desplazarse.

#### **2.3.1.1 Etiqueta**

Los elementos comercializados llevarán la etiqueta en el empaque con el logo de la empresa.

#### **2.3.1.2 Empaque**

Como comercializadora es necesario que los empaques para llevar los elementos tengan el logo impreso de la empresa; sin ninguno otro empaque especial al que ya viene por defecto según se compre al proveedor.

#### **2.3.2 Punto de venta**

El punto de venta principal se situará en la ciudad de Bogotá más específicamente en la zona sur de la ciudad porque allí se encuentra la mayoría de las personas del público objetivo donde se brindan los servicios y productos anteriormente mencionados, en este punto de venta principal se almacenarán la mayor parte del inventario y será el punto de venta directo que funcionará las 24 horas al día.

Lo ideal es que sea un establecimiento amplio en el cual las personas también puedan ingresar al negocio a modo de autoservicio con el punto de pago en la salida del lugar para que las personas puedan entrar comprar cómodamente y pagar sin inconvenientes de un limitante por no poder visualizar los materiales por su propia cuenta y hacer comparaciones y elecciones más cómodas.

##### **2.3.2.1 Ubicación geográfica**

Nuestra empresa está enfocado a estudiantes de técnicos o carreras profesionales y dado a que es un mercado bastante amplio y teniendo en cuenta que es un negocio nuevo, se pretende abrir el punto de venta principal en la zona sur dado que se encuentra allí un buen mercado para la papelería, se tiene en cuenta las distancias que recorre una persona desde su lugar de estudio al lugar de residencia para determinar precios y cobertura del servicio a domicilio.



### **2.3.2.2 Canales de distribución**

Como comercializadora nuestro proceso de distribución es directamente en el punto de venta y por medio de la página web, los clientes podrán acceder a nuestros servicios de entrega por domicilio, inicialmente se tendrá una pequeña capacidad de cobertura y de entrega al usuario, de esta manera seremos una empresa de venta al por menor.

### **2.3.3. Precio**

En cuanto a los productos escolares que vamos a comercializar vamos a ofrecer precios de acuerdo con lo establecido por los proveedores, es decir, empresas como Norma, Scribe, Faber Castell, Primavera, etc. ya ofrecen un precio estándar para el público que no se debe sobrepasar. De igual manera el servicio a domicilio varía dependiendo distancia y cantidad de productos ya que entre más productos adquiera por domicilio más económico será el envío, de esta manera los precios oscilarán entre los 5.000 y 20.000.

En cuanto a los precios de los productos, la competencia no tendrá ventaja ni desventaja dado a los estándares comerciales para el consumidor, pues no podemos incurrir en ofrecer precios distintos a los que se permiten por parte de los fabricantes o proveedores.

### **2.3.4 Promoción**

Durante las temporadas escolares se crearán descuentos y beneficios a los clientes; de esta manera es muy importante que se aprovechen las épocas de inicio de ciclo escolar como lo son enero-febrero y junio-julio y así poder atraer la mayor cantidad de clientes posibles a punto de venta directo y conozcan así la marca Creative Paper.

#### **2.3.4.1 Imagen publicitaria**

Se diseño un prototipo de la imagen publicitaria que se le entregara a los clientes potenciales y que se publicara en nuestras redes sociales y páginas web.



Figura 2. Imagen publicitaria realización propia

#### 2.3.4.2 Canales publicitarios

Como medio principales se utilizarán las plataformas virtuales para promocionar y dar a conocer la marca, seguidamente se tendrán volantes publicitarios para ser repartidos en lugares estratégicos según nuestra investigación de mercado en zonas de estratos 2 y 3.

#### 2.3.4.3 Promoción en ventas

Claramente se manejará tanto publicidad y una promoción que haga que se posicione la marca de la empresa, las publicidades como ya lo habíamos mencionado se harán por medio de las distintas redes sociales y apoyadas con la promoción de descuentos para las personas se complementara con la publicidad en nuestro punto de venta oficial.

## CAPÍTULO 3. ESTUDIOS TÉCNICOS DEL PROYECTO

### 3.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 3.1.1. Organigrama de la empresa



Figura 3. Organigrama.

#### 3.1.2. Funciones de los cargos

**Gerente General:** Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.

**Administrador punto de venta:** Investigar, extraer y recopilar para realizar una investigación de mercado, así como realizar la promoción o comunicación según investigación.

**Asistente de marketing:** Investigar, extraer y recopilar para realizar una investigación de mercado, así como realizar la promoción o comunicación según investigación.

**Auxiliar de almacenaje y servicio al cliente:** Atención al cliente en punto de venta directo, recepción y organización de la mercancía en el almacén.

**Cajero Punto de venta:** Recibir, entregar y custodiar dinero en efectivo, cheques, giros y demás documentos de valor, a fin de lograr la recaudación de ingresos del punto de venta y la cancelación de pagos que correspondan a través de caja.

**Vendedor vía domicilio:** Responder por la gestión en ventas vía domicilio con cobertura según lo asignado.

## **3.2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO**

### **3.2.1. Nombre de la empresa**

Papelería Creative Paper: alusivo a la variedad y a la comercialización de materiales de papelería.

### **3.2.2 Misión.**

Ofrecer a nuestros clientes una gran variedad de productos de papelería trayéndoles los mejores artículos y con el servicio 24/7 estar para atender sus necesidades.

### **3.2.3. Visión**

Poder ofrecer a más clientes nuestro amplio surtido en artículos de papelería y de tecnología, con nuestros servicios 24/7 vía domicilio poder llegar a más clientes en el momento que más lo necesiten.

### **3.2.4. Objetivos de la empresa**

- Satisfacer las necesidades de nuestros clientes en la obtención de materiales de papelería para la realización de sus tareas y proyectos académicos.
- Incentivar a las personas a realizar actividades de reciclaje por medio de beneficios proporcionados por parte de nuestra empresa.
- Proporcionar accesibilidad y un catálogo de productos y servicios más amplio para nuestros clientes.

#### 3.2.4.1. Objetivo en rentabilidad

Establecer una compañía sostenible y rentable en la cual, desde su posicionamiento en el mercado ofreciendo la mayor variedad de productos de papelería, se establezca una mayor fuente de ingresos aumentando el valor para los accionistas y para los clientes.

#### 3.2.4.2. Objetivo en crecimiento

Atraer y mantener de manera significativa a los posibles clientes potenciales construyendo un equipo de alto rendimiento.


#### 3.2.4.3. Objetivo en participación de mercado

Asegurar una participación y un crecimiento significativo de acuerdo con la realidad del mercado alcanzando las expectativas y exigencias de nuestros clientes.

#### 3.2.4.4. Matriz DOFA

Fortalezas	Debilidades
-Servicio personalizado. -Atención 24 horas al día. -Entrega de materiales a domicilio a la hora programada por el cliente. -Responsabilidad y compromiso sostenible.	-Marca nueva en el mercado. -Falta de capital. -Poca experiencia. -Inseguridad de las personas de los servicios a domicilio y por internet.
Oportunidades	Amenazas
-Alianzas con empresas. -Adaptabilidad a la tecnología. -Conciencia ambiental. -Mejoramiento en la oferta valor.	-Competencia directa e indirecta. -Demora en el crecimiento de la empresa. -Poca credibilidad. -Políticas de seguridad.

### 3.2.4.5. Matriz DOFA con estrategias

 <p><i>"Variedad sin límite de lugar"</i></p>	Oportunidades	Amenazas
	-Alianzas con empresas.	-Competencia directa e indirecta.
	-Adaptabilidad a la tecnología.	-Demora en el crecimiento de la empresa.
	-Conciencia ambiental.	-Poca credibilidad.
	-Mejoramiento en la oferta valor.	-Políticas de seguridad.
Fortalezas	Estrategias F. O	Estrategias D. O
-Servicio personalizado. -Atención 24 horas al día. -Entrega de materiales a domicilio a la hora programada por el cliente.	*Crear estrategias con empresas que faciliten otras alternativas tecnológicas al cliente.	*Colocación de marca a través de una buena estrategia de mercadeo.
Debilidades	Estrategias F. A	Estrategias D. A
-Marca nueva en el mercado. -Falta de capital. -Poca experiencia. -Inseguridad de las personas de los servicios a domicilio y por internet.	*fortalecer la expansión de la marca con alianzas estratégicas.	*Crear un plan de respaldo mientras comenzamos a posicionarnos en el mercado.

## 3.3. IMAGEN CORPORATIVA

### 3.3.1. Logotipo de la empresa



Figura 4. Imagen logotipo realización propia.

### 3.3.2. Eslogan de la empresa

“Variedad sin límite de lugar”

## 3.4. ESTUDIO TÉCNICO

### 3.4.1. Localización optima

Para la implementación del punto de venta principal se estableció que se situara en la localidad de Bosa la cual, según datos de la Veeduría Distrital de agosto del 2019, esta localidad cuenta con 776.363 habitantes, de los cuales la mayoría se encuentra en rangos de 20 a 29 años edad en la cual se encuentran los estudiantes de carreras universitarias y/o finalizando la secundaria en el colegio.

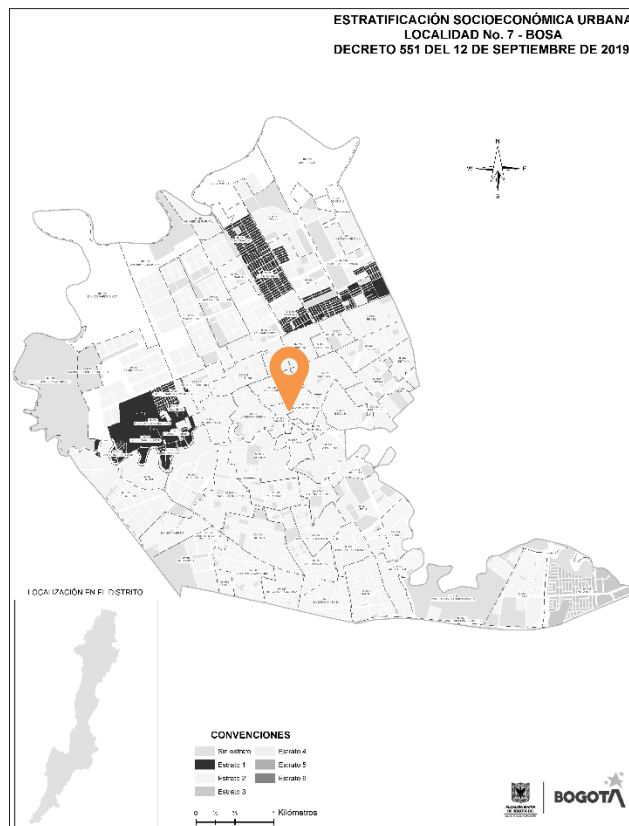


Figura 5. Imagen tomada de la página de la secretaria distrital de planeación.

### **3.4.2. Tamaño Optimo**

Iniciando se tiene presente contar con una planta de 4 personas para temporada baja y 6 para temporada alta en la que la diferencia está en el número de vendedores vía domicilio; de esta manera el administrador de punto de venta tendrá a cargo a 4 personas dependientes directamente del departamento comercial. De esta manera según los estatutos colombianos será una microempresa con una planta inferior a los 10 empleados y un total de activos inferiores a los 5.000 SMMLV.

### **3.4.3. Tecnología del proyecto**

En la papelería Creative Paper es muy importante controlar y mantener un inventario surtido, del mismo modo que es importante tener un aprovisionamiento acorde con las estacionalidades escolares, materiales como esferos lápices cuadernos o block son elementos que rotan más y se deben surtir cada semana o cada quince días; por otro lado, elementos como material decorativo, marcadores, útiles para cortar y medir se deben almacenar por más tiempo.

Para ello se dispondrá de un equipo de cómputo para mantener el control y registro del inventario, adicional se tiene presente el diseño de una plataforma que permita hacer lo pedidos vía domicilio y que las personas sepan en donde está su pedido en tiempo real.

### **3.4.4. Diseño de proceso productivo**

Como tal no se tiene un proceso productivo ya que la actividad principal de comercio de productos terminados, sin embargo, se diseñó un proceso de comercialización básico que se aplicara en la ejecución de atención al cliente.



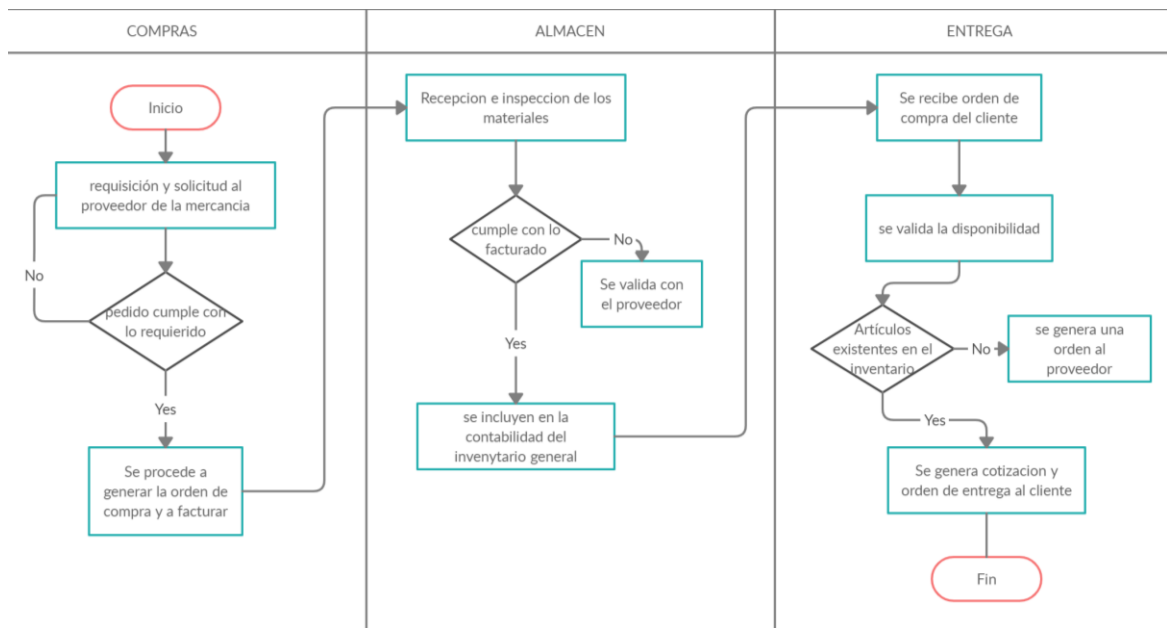


Figura 6. Flujograma proceso de comercialización fuente realización propia

### 3.4.5. Planimetría y diseño de planta

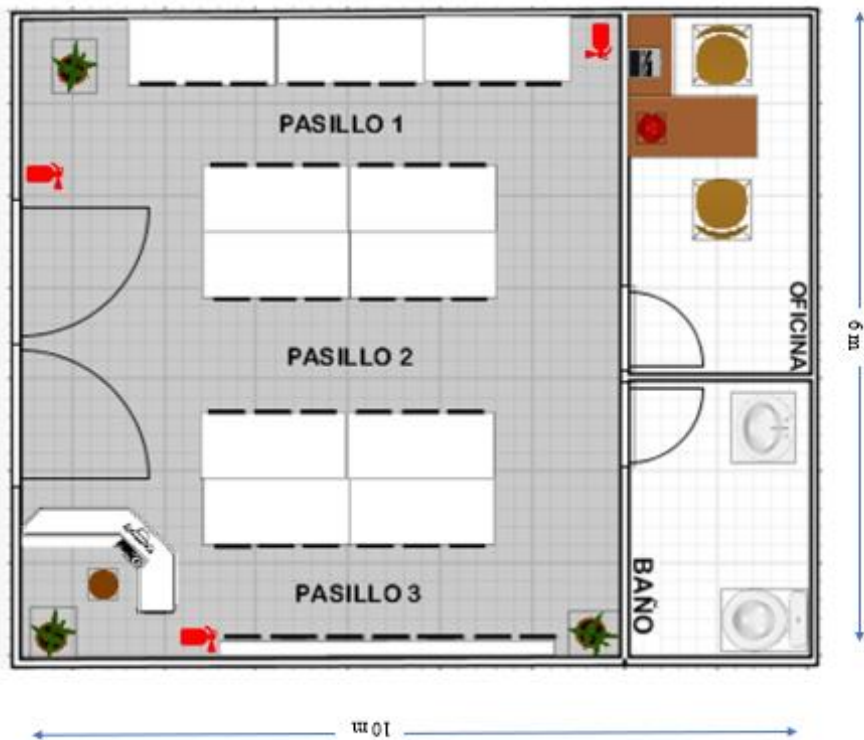


Figura 7. Prototipo plano establecimiento fuente realización propia

## **CAPÍTULO 4. ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZATIVOS**

### **4.1. DEFINICIÓN FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA**

#### **4.1.1. Figura Societaria escogida**

Se escogió la sociedad por acciones simplificada ya que la constitución se puede realizar mediante un documento privado y la responsabilidad de los socios depende de sus aportes según la ley 1258 del 2008 expedida por el Congreso de Colombia; además en esta figura no se exigen libros contables o contar con un revisor fiscal.

#### **4.1.3. Definición de S.A.S.**

En la ley 1258 del 2008 en el capítulo 1 artículo 3 define la S.A.S como: *“La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se registrará por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.”*

#### **4.1.4. Minuta de constitución, concepto y documento de constitución de la empresa**

La minuta de constitución es definida como un acto constitutivo que se debe autenticar frente a una notaría para su validez y dar carácter de legalidad, para Creative Paper se realizó una minuta de constitución que se encuentra en el anexo B del presente documento.

### **4.2. PROCEDIMIENTOS LEGALES PARA LA FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA**

#### **4.2.1. Formalización comercial**

##### **4.2.1.1. Cámara de Comercio, Registro Único empresarial, Consulta de Homonimia, CIU**

Se realiza el debido proceso del registro Único Empresarial ante la DIAN documento que se encuentra en el anexo la consulta de Homonimia y de CIU en cámara de comercio de Bogotá:

**Consulte**

- › Instructivos y Ayudas
- › Solicite su Clave de Servicios en Línea CCB
- › Ver Órdenes de Compra
- › Consulta de Formularios
- › Consulta del Estado de su Trámite

---

**Medios de pago**

Tarjeta Débito  
Cuenta de Ahorros  
o Corriente

Tarjetas de Crédito

Pago en Bancos

Solicite su clave para disfrutar estos servicios

Renovación Matricula Mercantil [ clic aqui ]

Transacciones seguras

La Cámara de Comercio

Consulte la Clasificación de Actividades Económicas CIIU Revisión 4 adaptada para Colombia.

Encuentre la descripción detallada de su actividad económica ingresando una palabra clave o su código CIIU. Una vez digitada la información, haga clic en el botón **Buscar**.

Por palabra clave
Por código CIIU

**Búsqueda por código CIIU**

Seleccione el método de búsqueda:

Por código CIIU  Estructura detallada

Digite el código:

**SECCIÓN >>**

Seleccionar	Código CIIU	SHD	Descripción	Nota Explicativa
Seleccionar	4761	!	Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados	Ver Nota

**Servicios en Línea**

Soporte y ayuda en Línea: | Línea de Respuesta Inmediata 3830330 Chat Llamada virtual Ayuda

Registro Mercantil - Homonimia nacional

Por identificación

Clase:  No.  -

Por nombre o razón social\*

Escriba los primeros caracteres del nombre

**Búsqueda por palabra clave**

Por palabra clave

Registro mercantil

Digite el número de matrícula

Cámara de Comercio	Matricula	Razón Social	Organización Jurídica	Ultimo año renovado	Estado
					1

Figura 8. Consulta Homonimia y código CIIU página cámara de comercio.

#### **4.2.2.1. Impuestos nacionales y distritales que debe tributar la empresa**

- La empresa deberá cobrar el impuesto de IVA y como es de ley recaudarlo y consignarlo de manera bimestral a la DIAN.
- Anualmente deberá pagar el impuesto de renta correspondiente al 33% del monto de las utilidades de la empresa.
- Se deberán pagar los aportes parafiscales correspondientes para cada empleado según lo establecido por la ley.

#### **4.2.2.2. Registro Único tributario**

Documento se establece por medio de la DIAN con numero de NIT: 900.874.316-1 documento completo en el anexo D del presente documento.



AÑO	2020															
MES	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
SEMANA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
SUB TAREAS																
Determinación socios y aportes necesarios para la implementación de la empresa	■															
consulta modelo de constitución y prototipo del mismo		■														
Investigación de los documentos necesarios aplicables a la empresa para la constitución			■	■												
Modificación y complemento al organigramas incluyendo manual de funciones					■											
modificación a la ficha técnica teniendo en cuenta la cantidad de productos a comercializar					■											
evaluación y análisis de los valores de mano de obra e inversión inicial						■										
Flujo de del proceso de comercialización y proyección de posibles costos variables y fijos							■									
Proyección flujo de caja con ventas posibles según estudio de mercado								■								
Determinación mano de obra necesaria para la ejecución de la empresa									■							
Consulta de normatividad y gastos para la formalización laboral									■	■						
Estructura plan de trabajo con estudio punto equilibrio para un prototipo de estado de resultados												■	■			
modificación al plan preoperativo con el documento de preparación de constitución de la empresa															■	■

AÑO	2021																			
MES	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
SEMANA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
SUB TAREAS																				
preparación presupuesto y consulta de entidad para una parte que se debe financiar			■	■	■															
Apertura cuenta de ahorro para inversión inicial empresa						■														
Contacto con la Dian para cita para iniciar los documentos de constitución							■													
Registro pre-rut y registro acta de constitución								■												
Registro Rut definitivo y registro en cámara de comercio									■											
Compra de insumos y estantería necesaria												■								
Contacto con proveedores para surtido inicial													■							
convocatoria y contratación personal necesario														■						
Inicio de campaña y estrategia de publicidad															■	■				
inicio ejecución empresa en el mercado																■	■	■	■	■

Figura 9. Plan preoperativo – elaboración propia

### **5.1.3. Paquetes de trabajo: tareas de formalización comercial, tributaria, laboral, etapa preoperativa, actividades de mercadeo, licencias de funcionamiento, bomberos, Sayco y Acinpro**

Se anexan los demás documentos referentes al uso de suelos, certificado de bomberos y el registro de información tributaria (RIT) en el anexo E de este documento. No se tiene en cuenta Sayco y Acinpro ya que en el establecimiento comercial no se reproducirá música que requieran de este documento.

## **5.2. PLAN FINANCIERO**

### **5.2.1. Costos Fijos**

Dentro de los costos fijo se identifican el pago de nómina a los empleados dado que será una planta fija de persona, por otro lado, está el pago del arriendo del local donde se situará el establecimiento y por último se tiene en cuenta el pago de la cuota de los servicios financieros:

<b>COSTOS FIJOS</b>	
Sueldo del personal	\$ 6,228,083
Arriendo establecimiento	\$ 1,000,000
Servicios financieros	\$ 1,462,000
<b>SUMA MENSUAL</b>	<b>\$ 8,690,083</b>
<b>SUMA ANUAL</b>	<b>\$ 104,280,994</b>

### **5.2.2. Costos Variables**

Para los costos variables del primer mes se tendrán en cuenta los costos de insumos, los cuales son variables ya que en el primer surtido se conservarán las reservas de productos para posteriormente resurtir solo de lo elemento que tengan mayor demanda; por otro lado,

los servicios públicos y los servicios de internet y telefonía varían según su consumo. Por último, se tiene en cuenta el gasto en publicidad que se pagara según las estrategias que se vayan implementando.

COSTOS VARIABLES	
Insumos/Mercancía	\$ 20,000,000
Servicios públicos (luz, agua)	\$ 150,000
Servicio internet y telefonía	\$ 200,000
Publicidad	\$ 3,000,000
<b>Total</b>	<b>\$ 23,350,000</b>

### 5.2.3. Proyección de ventas

Se realizo un análisis frente a la competencia y al comportamiento del mercado de las papelerías y teniendo en cuenta que la empresa será nueva en el mercado y mientras alcanza su posicionamiento se estableció un promedio de ventas de 38 posibles compradores con un máximo de ingresos diarios de 110.000:

Grupo o tipo producto	característica	costo promedio	# posibles compradores
Papelería	Papeles, cartón, cartulinas, fomis, cuadernos y libretas para escritura	\$1.000 - \$15.000	50
Material para escritura	Lápices, esferos, marcadores y tintas y todo tipo de útiles para escritura	\$2.000 - \$6.000	50
Material decoración	Cintas, papeles decorativos, adhesivos, brillantinas y material en general para decorar	\$1.000 - \$10.000	40
Material especializado de diseño	Materiales para medir, corte, madera, unidades para maquetas, pinturas y	\$10.000 - \$30.000	30



	material referente al diseño especializado		
Tecnología	Calculadoras, audífonos, teclados y mouses para computadores y materiales básicos de tecnología.	\$5.000 - \$50.000	20
	Promedio compradores diarios		38

#### 5.2.4. Flujo de Caja del proyecto

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
<b>CAPITAL INICIAL</b>	\$ 35,000,000					
<b>INGRESOS</b>	\$ 46,271,400	\$ 17,479,900	\$ 14,243,920	\$ 14,243,920	\$ 13,798,000	\$ 28,164,260
<b>Fuente Principal</b>	\$ 46,271,400	\$ 17,479,900	\$ 14,243,920	\$ 14,243,920	\$ 13,798,000	\$ 28,164,260
Ventas de contado papelería	\$ 31,071,400	\$ 17,179,900	\$ 13,743,920	\$ 13,743,920	\$ 13,298,000	\$ 27,964,260
Elaboración de trabajos académicos	\$ 200,000	\$ 300,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 200,000
Comercio de Temporada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Prestamo	\$ 15,000,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>EGRESOS</b>	\$ 36,550,083	\$ 12,837,083	\$ 11,775,583	\$ 10,681,383	\$ 10,681,383	\$ 15,651,083
<b>Costos</b>	\$ 33,838,083	\$ 10,125,083	\$ 9,063,583	\$ 7,969,383	\$ 7,969,383	\$ 12,939,083
Materia prima a comercializar	\$ 26,370,000	\$ 2,637,000	\$ 2,735,500	\$ 1,641,300	\$ 1,641,300	\$ 5,471,000
Elaboración de trabajos	\$ 40,000	\$ 60,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 40,000
Mano de Obra (Salarios)	\$ 7,428,083	\$ 7,428,083	\$ 6,228,083	\$ 6,228,083	\$ 6,228,083	\$ 7,428,083
<b>Otros gastos</b>	\$ 2,712,000	\$ 2,712,000	\$ 2,712,000	\$ 2,712,000	\$ 2,712,000	\$ 2,712,000
Servicios publicos (agua, luz, telefonía e internet)	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000
Servicios financieros	\$ 1,462,000	\$ 1,462,000	\$ 1,462,000	\$ 1,462,000	\$ 1,462,000	\$ 1,462,000
Arriendo	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
<b>RENDIMIENTO PRESUPUESTADO</b>	\$ 9,721,317	\$ 4,642,817	\$ 2,468,337	\$ 3,562,537	\$ 3,116,617	\$ 12,513,177

	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
<b>CAPITAL INICIAL</b>						
<b>INGRESOS</b>	\$ 22,671,408	\$ 14,243,920	\$ 14,243,920	\$ 14,098,000	\$ 14,198,000	\$ 9,481,000
<b>Fuente Principal</b>	\$ 22,671,408	\$ 14,243,920	\$ 14,243,920	\$ 14,098,000	\$ 14,198,000	\$ 9,481,000
Ventas de contado papelería	\$ 22,371,408	\$ 13,743,920	\$ 13,743,920	\$ 13,298,000	\$ 13,298,000	\$ 8,481,000
Elaboración de trabajos académicos	\$ 300,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ -
Comercio de Temporada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 300,000	\$ 400,000	\$ 1,000,000
Prestamo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>EGRESOS</b>	\$ 12,935,583	\$ 11,775,583	\$ 11,775,583	\$ 11,775,583	\$ 11,775,583	\$ 8,287,183
<b>Costos</b>	\$ 10,223,583	\$ 9,063,583	\$ 9,063,583	\$ 9,063,583	\$ 9,063,583	\$ 5,575,183
Materia prima a comercializar	\$ 2,735,500	\$ 2,735,500	\$ 2,735,500	\$ 2,735,500	\$ 2,735,500	\$ 547,100
Elaboración de trabajos	\$ 60,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ -
Mano de Obra (Salarios)	\$ 7,428,083	\$ 6,228,083	\$ 6,228,083	\$ 6,228,083	\$ 6,228,083	\$ 5,028,083
<b>Otros gastos</b>	\$ 2,712,000	\$ 2,712,000	\$ 2,712,000	\$ 2,712,000	\$ 2,712,000	\$ 2,712,000
Servicios públicos (agua, luz, telefonía e internet)	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000
Servicios financieros	\$ 1,462,000	\$ 1,462,000	\$ 1,462,000	\$ 1,462,000	\$ 1,462,000	\$ 1,462,000
Arriendo	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
<b>RENDIMIENTO PRESUPUESTADO</b>	\$ 9,735,825	\$ 2,468,337	\$ 2,468,337	\$ 2,322,417	\$ 2,422,417	\$ 1,193,817

## 5.2.5. Punto de equilibrio



### Punto de Equilibrio

COSTO PRODUCCION	\$ 50.350 PESOS
PRECIO DE VENTA EN EL MERCADO	\$ 91.600 PESOS
<b>COSTOS FIJOS TOTALES</b>	\$ 104.280.994 PESOS
<b>COSTO VARIABLE</b>	\$ 127.286.013 PESOS
MC \$	\$ 41.250 PESOS
MC%	45% %
<b>PEI</b>	\$ 231.567.007 PESOS
<b>PEU</b>	2.528 UNIDADES

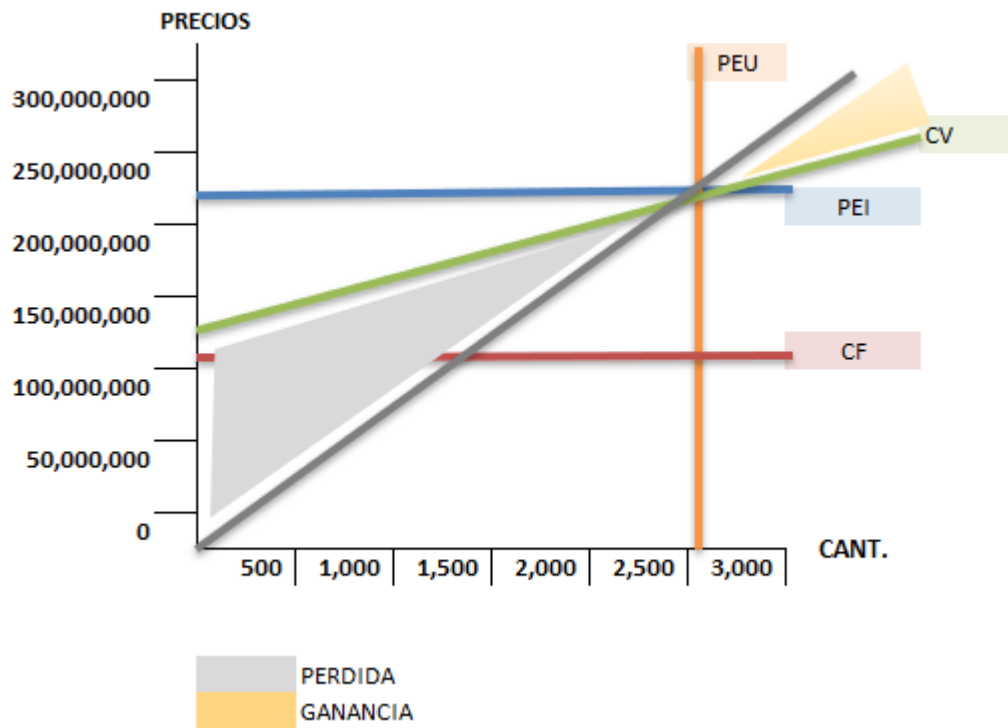


Figura 10. Punto de equilibrio – elaboración propia

### 5.2.5. Estado de resultados

<b>CREATIVE PAPER S.A.S</b> <b>NIT 900874316-1</b>		
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b> <b>1 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2020</b>		
VENTAS +	\$	223,137,648
COSTO DE VENTAS -	\$	133,957,694
<b>UTILIDAD BRUTA =</b>	<b>\$</b>	<b>89,179,954</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS -	\$	32,544,000
<b>UTILIDAD OPERATIVA =</b>	<b>\$</b>	<b>56,635,954</b>
INGRESOS NO OPERACIONALES +	\$	-
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS =</b>	<b>\$</b>	<b>56,635,954</b>

PROVISION DE IMPUESTOS -	\$	18,689,865
RESERVA LEGAL -	\$	5,663,595
UTILIDAD NETA =	\$	32,282,494

### 5.3. ESTRATEGIA DE FINANCIACIÓN, APALANCAMIENTO Y RECONOCIMIENTO FUENTES DE FINANCIACIÓN

#### 5.3.1. Determinación Inversión Mínima para el proyecto.

Se determina que la inversión inicial será de 50.000.000 (cincuenta millones de pesos) de los cuales el 40 % de los recursos son propios y el restante 60% se obtendrá por medio de bancos.

Estructura financiera	\$	%
Recursos internos	\$ 20,000,000	40%
Recursos externos	\$ 30,000,000	60%
Total	\$ 50,000,000	100%

#### 5.3.2. Análisis recursos propios vs recursos de los inversionistas

Según se constituyó en el acta de los 20'000.000 veinte millones de pesos el 50 % corresponde a los aportes del segundo accionista establecido de la siguiente manera:

<b>Accionista</b>	<b>Acciones Suscritas</b>	<b>Valor Acción</b>	<b>%</b>	<b>Valor Suscrito</b>
Jessica Carolina Perez Hernandez	100	100.000	50 %	10'000.000
Álvaro Perez Hernandez	100	100.000	50 %	10'000.000
<b>T O T A L E S.-</b>	200		100%	20'000.000

### **5.3.3. Determinación de rendimientos para los accionistas.**

Cada accionista obtendrá el 50% (cincuenta por ciento) de rendimiento sobre la utilidad neta después de impuestos.

### **5.3.4. Fuentes De Financiación Para La Idea Proyecto**

En primera instancia se busca la financiación por medio de entidades bancarias para el 60 % del capital requerido para poner en marcha el proyecto, se pretende conforme las rentabilidades de los primeros años que estas misma sean un modo de financiación para el próximo punto de venta y atención al público.

### **5.3.5. Conclusiones sobre el apalancamiento financiero**

Como conclusión del apalancamiento financiero encontramos que contamos con un gran porcentaje de recursos propios esto facilita la proyección de rentabilidad y estabilidad de la empresa, adicional con entidades bancarias o incluso por medio de fondos que apoyen los proyectos empresariales se podrá subsidiar la compañía y mantener su estabilidad en el mercado mientras se logra posicionamiento. Teniendo en cuenta la parte de los accionistas tenemos que al ser una compañía pequeña con dos accionistas es más factible la distribución de ganancias y el análisis de la rentabilidad para cada uno.

## CONCLUSIONES

De acuerdo con el análisis de los estudios de mercado se establece que es viable incursionar con el proyecto en el mercado de papelerías existentes, a pesar de que la competencia es amplia de determinan características que beneficien al mercado actual. Es preciso contar con una gran variedad de mercancía pues las personas tienen varias marcas de su preferencia en cuanto a sus materiales escolares; no todas las personas buscan lo mismo, pues muchas prefieren calidad antes que el diseño y otras buscan el diseño antes que precio.

La capacidad de recursos económicos sobre la inversión inicial de nuestro emprendimiento da viabilidad frente al flujo de caja que se proyecta para el primer año, claramente lo ideal es que el modelo de cumpla en la medida de lo posible llevando a cabo el plan de negocios que se estructuró para el mismo.

Para concluir, considero que con lo que es más difícil de competir es con el posicionamiento de una marca, ya que podremos tener los mismos proveedores para la mercancía en general, pero las personas siempre irán a su tienda favorita, es por eso por lo que queremos implementar una buena estrategia de marketing para crear un elemento diferenciador y se convierta en una barrera para las demás empresas en el mismo mercado.

La creación de esta idea de negocio se fundamenta también en el mercado potencial que hay para el mismo, la educación es un área muy sólida para poder trabajar sobre esta, nuestro propósito con este negocio es posibilitar y facilitar a los estudiantes de distintos grados los materiales que requieran para desarrollar sus actividades académicas, ofrecemos la posibilidad de adquirirlos a cualquier hora del día gracias al servicio 24 horas, además si el estudiante requiere una ayuda extra o una tutoría también lo ofrecemos este servicio.

Sabemos que en muchos casos es muy difícil estudiar por la falta de recursos monetarios por esto hay personas que trabajan y estudian, o que simplemente por sus distintas actividades del día a día les es complicado dirigirse a comprar materiales para sus trabajos y más a altas horas de la noche por ello esta es una ventaja sobre la necesidad que queremos aprovechar.

Sin importar las afectaciones que este pueda llegar a tener es importante que siempre se esté actualizando sobre las nuevas necesidades del mercado, no solo nos preocupamos por

ofrecer descuentos y beneficios al cliente si no en realidad poder ofrecer un buen servicio basado en necesidades existentes con nuestro fuerte compromiso por la sostenibilidad.

## CIBERGRAFIAS

Moya, D., 2020. *Negocio De Papelería ¿Cómo Comenzar? (Diseño De Negocio II)*. Tomado de:  
<https://www.emprender-facil.com/negocio-de-papeleria/>

México, E., Nacional, O., México, E., Hora, Ú., México, E., testimonios, C. and EU, E.,  
2020. *Papelerías Enfrentan Retos En La Era Digital*. Tomado de:  
<https://www.milenio.com/negocios/papelerias-enfrentan-retos-en-la-era-digital>

Libertad Digital. 2020. *Las Papelerías Han Dado El Salto Al Mundo Digital Para No Quedarse Estancadas*. Tomado de: <https://www.libertaddigital.com/ciencia-tecnologia/internet/2017-11-30/las-papelerias-han-dado-el-salto-al-mundo-digital-para-no-queudarse-estancadas-1276609977/>

Ley 1258. Congreso de Colombia, Bogotá D.C, Colombia, 5 de diciembre de 2008 tomado de:  
[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1258\\_2008.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html)



## ANEXOS

### A. Manuales de funciones

FORMATO PARA MANUAL DE FUNCIONES	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Gerente propietario
Dependencia:	Dirección /general
Reporta a:	
Objetivo principal	
Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.	
Requisitos mínimos	
Educación: Profesional en carreras de administración de empresas, contabilidad o afines Experiencia: Mínimo 2 año en cargos similares. Conocimientos en: Administración, manejo de personal, contabilidad, entre otros.	
Funciones y Responsabilidades	
Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. Coordinar con el Administrador de punto de venta sobre puntos en contabilidad, clientes y estrategias para la compañía. Materiales: Maneja constantemente equipos y materiales del uso del almacén, siendo de su responsabilidad directa. Información confidencial: Maneja en forma directa un grado de confidencialidad alto. Toma de decisiones: Las decisiones que se toman se basan en la coordinación y organización del punto de venta principal.	
Competencias requeridas	
Manejo de información y de personal. Creación de estrategias. Comunicación efectiva y asertiva con el equipo de trabajo. Organización y proactividad. Excelente presentación personal.	

Firma en señal de recibido:

\_\_\_\_\_

Nombre:

Cedula:

FORMATO PARA MANUAL DE FUNCIONES	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Administrador punto de venta
Dependencia:	Dirección comercial/general
Reporta a:	Gerente propietario
Objetivo principal	
investigar, extraer y recopilar para realizar una investigación de mercado, así como realizar la promoción o comunicación según investigación.	
Requisitos mínimos	
Educación: Profesional en carreras de administración de empresas, mercadeo o afines Experiencia: Mínimo 1 año en cargos similares. Conocimientos en: Administración, manejo de personal, control de puntos de pago, entre otros.	
Funciones y Responsabilidades	
Asignar funciones y preparar programaciones de trabajo, Atender y resolver reclamos de los clientes, Preparar informes del volumen de ventas, mercancías y asuntos relacionados con el personal, Supervisar y coordinar el personal de ventas y cajeros. Materiales: Maneja constantemente equipos y materiales del uso del almacén, siendo de su responsabilidad directa. Información confidencial: Maneja en forma directa un grado de confidencialidad alto. Toma de decisiones: Las decisiones que se toman se basan en la coordinación y organización del punto de venta principal Supervisión: Supervisa y genera reporte de novedades.	
Competencias requeridas	
Manejo de información y de personal. Coordinación y control de punto de atención al público Comunicación efectiva y asertiva con el equipo de trabajo. Organización y proactividad. Excelente presentación personal.	

Firma en señal de recibido:

\_\_\_\_\_

Nombre:

Cedula:

FORMATO PARA MANUAL DE FUNCIONES	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Asistente de marketing
Dependencia:	Dirección comercial
Reporta a:	Administrador punto de venta
Objetivo principal	
investigar, extraer y recopilar para realizar una investigación de mercado, así como realizar la promoción o comunicación según investigación.	
Requisitos mínimos	
Educación: Técnico y/o profesional en carreras de marketing, publicidad, administración y afines Experiencia: Mínimo 1 año en cargos similares. Conocimientos en: Investigación de mercado, publicidad y marketing.	
Funciones y Responsabilidades	
Investigar, recopilar información y aplicar métodos de marketing que permita un análisis del mercado y un mejor posicionamiento de marca. Materiales: Maneja constantemente equipos y materiales de fácil uso, siendo de su responsabilidad directa. Información confidencial: Maneja en forma directa un grado de confidencialidad alto. Toma de decisiones: Las decisiones que se toman se basan en procedimientos y experiencias para la ejecución normal del trabajo, a nivel operativo. Supervisión: El cargo recibe supervisión general de manera directa y constante.	
Competencias requeridas	
Manejo de información. Capacitación y búsqueda contante. Comunicación efectiva y asertiva con el equipo de trabajo. Organización, análisis y proactividad. Buena presentación personal	

Firma en señal de recibido:

\_\_\_\_\_

Nombre:

Cedula:

FORMATO PARA MANUAL DE FUNCIONES	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Auxiliar de almacenaje y servicio al cliente
Dependencia:	Dirección comercial
Reporta a:	Administrador punto de venta
Objetivo principal	
Atención al cliente en punto de venta directo, recepción y organización de la mercancía en el almacén.	
Requisitos mínimos	
Educación: Bachiller, técnico en manejo de inventarios y/o mercancía Experiencia: Mínimo 6 meses en cargos similares. Conocimientos en: Contabilidad general, registro de archivos, control de inventarios, atención al cliente.	
Funciones y Responsabilidades	
Materiales: Maneja constantemente equipos y mercancía en general del almacén, siendo de su responsabilidad directa. Información confidencial: Maneja en forma directa un grado de confidencialidad bajo. Toma de decisiones: Las decisiones que se toman se basan en procedimientos y experiencias para la ejecución normal del trabajo, a nivel operativo. Supervisión: El cargo recibe supervisión general de manera directa y constante.	
Competencias requeridas	
Manejo de herramientas ofimáticas, control de inventarios, entradas y salidas de mercancía. Excelente atención al público. Comunicación efectiva y asertiva con el equipo de trabajo. Organización y proactividad.	

Firma en señal de recibido:

\_\_\_\_\_

Nombre:

Cedula:

Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Cajero Punto de venta
Dependencia:	Dirección comercial
Reporta a:	Administrador punto de venta
Objetivo principal	
<p>Recibir, entregar y custodiar dinero en efectivo, cheques, giros y demás documentos de valor, a fin de lograr la recaudación de ingresos del punto de venta y la cancelación de pagos que correspondan a través de caja.</p>	
Requisitos mínimos	
<p>Educación: Bachiller, curso y/o técnico de contabilidad general  Experiencia: Mínimo 6 meses en cargos similares  Conocimientos en: Contabilidad general, Técnicas para el manejo de máquina registradora, sumadora y calculadora. Programas de computación aplicables en la caja.</p>	
Funciones y Responsabilidades	
<p>Materiales: Maneja constantemente equipos y materiales de fácil uso y medianamente complejos, siendo de su responsabilidad directa.  Dinero: Es responsable directo de dinero en efectivo, cheques y otros documentos de valor.  Información confidencial: Maneja en forma directa un grado de confidencialidad bajo.  Toma de decisiones: Las decisiones que se toman se basan en procedimientos y experiencias para la ejecución normal del trabajo, a nivel operativo.  Supervisión: El cargo recibe supervisión general de manera directa y constante.</p>	
Competencias requeridas	
<p>Habilidad para tratar en forma cortés y efectiva con el público en general.  Comunicación efectiva y asertiva con el equipo de trabajo.  Buena presentación personal.</p>	

Firma en señal de recibido:

---

Nombre:

Cedula:

FORMATO PARA MANUAL DE FUNCIONES	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Vendedor vía domicilio
Dependencia:	Dirección comercial
Reporta a:	Administrador punto de venta
Objetivo principal	
Responder por la gestión en ventas vía domicilio con cobertura según lo asignado.	
Requisitos mínimos	
<p>Educación: Bachiller, técnico en atención y servicio al cliente</p> <p>Experiencia: Mínimo 1 año en cargos similares.</p> <p>Conocimientos en: Atención al cliente y asesorías en ventas.</p> <p>Contar con un medio para realizar los domicilios.</p>	
Funciones y Responsabilidades	
<p>Entrega de mercancía solicitada por el cliente en su lugar de domicilio, teniendo en cuenta tiempo de entrega y elemento a entregar.</p> <p>Materiales: Maneja constantemente equipos y materiales de fácil uso y medianamente complejos, siendo de su responsabilidad directa.</p> <p>Información confidencial: Maneja en forma directa un grado de confidencialidad medio.</p> <p>Toma de decisiones: Las decisiones que se toman se basan en procedimientos y experiencias para la ejecución normal del trabajo, a nivel operativo.</p> <p>Supervisión: El cargo recibe supervisión general de manera directa y constante.</p>	
Competencias requeridas	
<p>Atención al cliente</p> <p>Buena presentación personal</p> <p>Comunicación efectiva y asertiva con el equipo de trabajo.</p> <p>Organización y proactividad.</p>	

Firma en señal de recibido:

\_\_\_\_\_

Nombre:

Cedula:

## B. Minuta de constitución

### ACTA DE CONSTITUCIÓN

#### CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

En Bogotá D.C. el día 16 del mes 08 de 2020, se reunieron *Jessica Carolina Perez Hernandez*, C.C. 1007764649 expedida en Bogotá, domiciliado en Bogotá y *Alvaro Perez Hernandez*, C.C. 74364235 expedida en Bogotá domiciliado en Bogotá, con el fin de constituir la empresa **CREATIVE PAPER S.A.S.** De conformidad con la ley 1258 del 5 de diciembre de 2.008.

#### CAPITULO I

##### NOMBRE, NACIONALIDAD, DOMICILIO, OBJETO. Y DURACION DE LA SOCIEDAD.

**ARTÍCULO 1: NATURALEZA Y DENOMINACION:** La sociedad tendrá el carácter de comercial Simplificada, será de capital, de nacionalidad colombiana y girará bajo la razón social **CREATIVEPAPER S.A.S.** y su sigla **CREATIVEPAPER S.A.S** y con esta desarrollará todos los actos propios del objeto social.

**ARTÍCULO 2: DOMICILIO:** El domicilio principal de la sociedad es la ciudad de **BOGOTA D.C.**, pero podrá establecer sucursales, agencias, dependencias u oficinas en cualquier lugar del país o del exterior.

**ARTÍCULO 3: OBJETO:** La sociedad se dedicará al *Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados.* La sociedad podrá llevar a cabo en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, así como cualquier actividad similar, conexas o complementaria que permita facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

**Parágrafo Primero:** La sociedad no podrá ser garante en obligaciones de los administradores, socios, ni de terceras personas, codeudores, ni coarrendatarios en contratos de los administradores, socios, ni de terceras personas, salvo que lo autorice expresamente la asamblea general de accionistas, siempre y cuando tengan relación directa con la actividad principal de la compañía. Ninguno de los socios podrá ser codeudor de obligaciones de terceros, salvo que se trate de obligaciones del cónyuge o de parientes dentro del primer grado de los mismos socios de la compañía y que la asamblea de accionistas lo apruebe.

**PARAGRAFO:** La empresa ejercerá su objeto de manera directa, o a través de terceros o en convenios con ellos.

**ARTÍCULO 4: DURACION:** La duración de la sociedad se extenderá hasta por el término de un (1) años, y si al vencerse dicho término no ha sido válidamente prorrogado quedará disuelta por ministerio de la ley.

#### CAPITULO II:

##### CAPITAL. ACCIONES, TITULOS.

**ARTÍCULO 5: Capital autorizado.** El capital autorizado de la sociedad es de cincuenta millones de pesos (\$50'000.000) moneda colombiana, representados en quinientas (500) acciones de valor nominal de cien mil de pesos (\$100.000) moneda colombiana cada una.

**ARTÍCULO 6. Capital suscrito:** A la fecha de la constitución de la sociedad, los accionistas fundadores han suscrito doscientas (200) acciones de valor nominal de cien mil pesos (\$100.000) moneda colombiana cada una, de manera que el capital suscrito es veinte millones de pesos (\$20'000.000) moneda

colombiana. Las acciones suscritas por los socios al momento de la constitución de la sociedad son las siguientes:

<b>Accionista</b>	<b>Acciones Suscritas</b>	<b>Valor Acción</b>	<b>%</b>	<b>Valor Suscrito</b>
Jessica Carolina Perez Hernandez	100	100.000	50 %	10'000.000
Alvaro Perez Hernandez	100	100.000	50 %	10'000.000
<b>T O T A L E S.-</b>	200		100%	20'000.000

**ARTÍCULO 7. Capital pagado:** El capital pagado es de doscientas (200) acciones de valor nominal de cien mil pesos (\$100.000) moneda colombiana cada una. Las acciones pagadas por los accionistas al momento de la constitución de la sociedad son las siguientes:

<b>Accionista</b>	<b>Acciones Suscritas</b>	<b>Valor Acción</b>	<b>%</b>	<b>Valor Suscrito</b>
Jessica Carolina Perez Hernandez	100	100.000	50 %	10'000.000
Alvaro Perez Hernandez	100	100.000	50 %	10'000.000
<b>T O T A L E S.-</b>	200		100%	20'000.000

**ARTICULO 8. ACCIONES:** Las acciones de la sociedad serán ordinarias y confieren a sus titulares los siguientes derechos: 1. Participar en las deliberaciones de la Asamblea General de Accionistas con voz y voto. 2. Recibir una parte proporcional de los beneficios sociales de acuerdo con los balances al fin del ejercicio y con sujeción a la ley y a estos estatutos. 3. Negociar las acciones con sujeción al derecho de preferencia pactado en estos estatutos. 4. Inspeccionar libremente los libros y papeles sociales dentro de los quince (15) días hábiles anteriores a las reuniones de la Asamblea General en que se examinen los balances. 5. Recibir una parte proporcional de los activos Sociales al tiempo de la liquidación una vez pagado el pasivo externo de la sociedad. **PARAGRAFO:** Cada una de las acciones que posee el accionista dentro de la sociedad da derecho a un voto en las asambleas ordinarias o extraordinarias.

**ARTÍCULO 9. SUSCRIPCIÓN DE ACCIONES:** Los accionistas tendrán derecho a suscribir preferencialmente en toda nueva emisión de acciones, una cantidad proporcional a las que posean a la fecha en que el órgano social apruebe el reglamento de suscripción. Se destina de la reserva accionaria el 30% de las acciones que componen el capital social al momento de constituirse la sociedad, para que estas sean suscritas preferencialmente por sociedades comerciales que desarrollen actividades relacionadas con el objeto de la empresa. Estas acciones que deberán ser suscritas dentro de los tres años siguientes a la fecha de constitución.

**ARTÍCULO 10** la sociedad no podrá adquirir sus propias acciones, sino por decisión de la asamblea con el voto favorable de la mayoría de los votos presentes.

**ARTICULO 11. TITULOS:** A todo suscriptor de acciones se le hará entrega de los títulos que demuestren su calidad de accionista. Los títulos serán nominativos y se expedirán en series continuas con las firmas del gerente y el secretario y en ellos se indicará: 1. El nombre de la persona en cuyo favor se expiden. 2. La denominación de la sociedad, su domicilio principal. 3. La cantidad de acciones que representa cada título, el valor nominal de las mismas e indicando si son ordinarias o privilegiadas. 4. Las condiciones para el ejercicio del derecho de preferencia en la negociación.



**ARTICULO 12. NEGOCIACION DE ACCIONES:** Las acciones son transferibles conforme a las leyes y a estos estatutos; la enajenación se perfeccionará única y exclusivamente cumpliendo el procedimiento establecido En estos estatutos. Para hacer la nueva inscripción y expedir el título al adquirente, previo el agotamiento del procedimiento establecido, será necesaria la cancelación de los títulos del tradente.

**ARTICULO 13. DERECHO DE PREFERENCIA:** El accionista que pretenda enajenar todas sus acciones o parte de ellas, hará conocer su intención por medio de oferta dirigida al Gerente, para que este la comunique a la Asamblea General de Socios, con el objeto de decidir si se readquieren las acciones ofrecidas, en caso de que haya discrepancia respecto del precio se tomará el valor intrínseco de las acciones certificado por el Contador público de la sociedad. En caso de que la sociedad decida no comprar las acciones, Los accionistas interesados tendrán un plazo de quince (15) días comunes para enviarle al vendedor por escrito la oferta de compra respectiva.

**ARTICULO 14. EMBARGO DE ACCIONES:** Las acciones podrán ser objeto de embargo. Este se inscribirá en el libro de registro de acciones, mediante orden escrita del funcionario competente.

**ARTICULO 15. ENAJENACION DE ACCIONES EMBARGADAS O EN LITIGIO:** Para enajenar las acciones cuya propiedad se encuentra en litigio, se necesitará permiso del juez respectivo.

**ARTÍCULO 16. VIOLACIÓN DE LAS RESTRICCIONES A LA NEGOCIACIÓN:** Toda negociación o transferencia de acciones efectuada en contravención a lo previsto en los estatutos será ineficaz de pleno derecho.

**ARTÍCULO 17. COMUNICACIONES OFICIALES:** Todo accionista deberá registrar su dirección o la de sus Representantes Legales o apoderados con el fin de poderle hacer llegar toda la comunicación generada desde la empresa.

**ARTICULO 18. EXTRAVIO DE TITULOS:** En los casos de hurto o robo de un título, la sociedad lo sustituirá entregándole un duplicado al propietario que aparezca inscrito en el registro de acciones, comprobando el hecho ante los administradores, y en todo caso, presentando la copia auténtica del denuncia penal correspondiente. Cuando el accionista solicite un duplicado por pérdida del título, dará la garantía que le exija la sociedad, En caso de deterioro, la expedición del duplicado requerirá la entrega por parte del accionista de los títulos originales para que la sociedad los anule.

### **CAPITULO III. ORGANOS DE LA SOCIEDAD.**

**ARTICULO 19. ORGANOS:** La sociedad tendrá los siguientes órganos de dirección y administración:

1. Asamblea General de Accionistas.
2. Gerente
3. Subgerente

#### **ASAMBLEA DE ACCIONISTAS:**

**ARTICULO 20. CONFORMACION:** La Asamblea General de Accionistas es el máximo órgano de la sociedad y estará integrada por los accionistas inscritos en el registro de acciones o por sus representantes, mandatarios o apoderados, reunidos conforme a las leyes y las prescripciones de los presentes estatutos.

**ARTICULO 21. REPRESENTACION.** Los accionistas podrán hacerse representar en las reuniones de la Asamblea General de Accionistas, mediante poder otorgado por escrito en el que se indique el nombre e identificación del apoderado, la persona en quien este puede sustituirlo y la fecha de la reunión para la cual se confiere.

**ARTICULO 22. ACCIONES EN COMUNIDAD:** Cuando una o varias acciones pertenezcan en común a varias personas, estos designarán un representante común y único que ejerza los derechos correspondientes a la calidad de accionista. A falta de acuerdo, el juez del domicilio social designará al representante de tales acciones a petición de cualquier interesado. El delegado con tenencia de bienes representará las acciones que pertenezcan a la sucesión ilíquida y podrá hacerse representar como se dispone en la cláusula vigésima anterior; a falta de delegado, la representación se llevará a cabo por la persona que elijan por mayoría de votos los sucesores reconocidos en juicio.

**ARTICULO 23. CLASES DE REUNIONES:** Las reuniones de la Asamblea General de Accionistas podrán ser ordinarias o extraordinarias. Las primeras se realizarán dentro de los tres (3) primeros meses de cada año, en el domicilio social, el día, hora, y lugar que determine el representante legal. Las extraordinarias se llevarán a cabo cuando las necesidades de la compañía así lo exijan. No obstante, podrán reunirse sin previa citación en cualquier sitio, cuando estén representadas la totalidad de las acciones suscritas.

**ARTICULO 24. REUNIONES ORDINARIAS:** Estas tendrán por objeto examinar la situación de la sociedad, designar el representante legal y demás funcionarios de su elección, determinar las directrices económicas de la compañía considerar las cuentas y el balance del último ejercicio. Resolver sobre la distribución de utilidades y en general acordar todas las providencias tendientes a asegurar el cumplimiento del objeto social.

**ARTICULO 25. REUNIONES POR DERECHO PROPIO.** Si la Asamblea General de Accionistas no fuere convocada en la oportunidad señalada en el artículo anterior, se reunirá por derecho propio el primer día hábil del mes de mayo, en la oficina del domicilio principal de la sociedad. El representante legal permitirá el ejercicio del derecho de inspección de los libros y papeles de la sociedad a los accionistas, sus representantes o apoderados durante los quince (15) días hábiles anteriores a la reunión.

**ARTICULO 26. REUNIONES EXTRAORDINARIAS:** La Asamblea General de Accionistas podrá ser convocada a sesiones extraordinarias por el Gerente en los casos previstos por la ley. Igualmente se reunirá a solicitud de un número plural de accionistas que represente la cuarta parte o más de las acciones suscritas, caso en el cual la citación se hará por el Gerente o en forma conjunta por los este numero de accionistas.

**ARTICULO 27. CONVOCATORIA:** La convocatoria de la Asamblea extraordinarias de Accionistas se hará con cinco (5) días comunes de anticipación, por medio de comunicaciones escritas, carta, correo electrónico o fax enviadas a cada uno de los accionistas a la dirección o el número telefónico o E-Mail registrado en la secretaría de la sociedad, deberá dejarse constancia de su recibo mediante la utilización de correo certificado o cualquier otro medio que permita probar la entrega oportuna. La citación deberá contener el día, hora y lugar en que debe reunirse la Asamblea de Accionistas, así como el objeto de la convocatoria cuando sea extraordinaria. Para la asamblea ordinaria y para Cuando se trate de aprobar balances, la convocatoria deberá hacerse con una anticipación no menor de quince (15) días hábiles. En el acta de la sesión correspondiente, se dejará constancia de la forma como se hizo la citación.

**PARÁGRAFO:** Puede haber asambleas sin necesidad de convocatoria si Los accionistas renuncian a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea o Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes que la reunión se lleve a cabo.

**ARTICULO 28. QUORUM PARA DELIBERAR.** La Asamblea General de Accionistas podrá deliberar con un número plural de personas que representen la mayoría absoluta entendiéndose por ésta el cincuenta y uno por ciento (51%) de las acciones suscritas de la sociedad. Si este quórum no llegare a completarse, se convocará a una nueva Asamblea de Accionistas, la cual sesionará y decidirá válidamente con un número plural de personas, cualquiera que sea la cantidad de acciones representadas y deberá efectuarse no antes de los diez (10) días hábiles ni después de los treinta (30) días hábiles contados desde la fecha fijada para la primera reunión. Cuando la Asamblea General de Accionistas se reúna por derecho propio el primer día hábil del mes de mayo, podrá deliberar y decidir con dos o más personas cualquiera que sea el número de acciones representadas.

**ARTICULO 29. PRESIDENCIA.** La Asamblea de Accionistas será presidida por el representante legal y a falta de este, por la persona que ella misma designe para el efecto.

**ARTICULO 30. QUORUM DECISORIO EXTRAORDINARIO:** Se requerirá de un número plural de accionistas que represente el 70% ciento de las acciones suscritas para reformar los Estatutos.

**ARTICULO 31. QUORUM DECISORIO ORDINARIO.** Las demás decisiones de la Asamblea de Accionistas, inclusive los nombramientos unitarios, se tomarán por la mayoría de los votos presentes.

**ARTICULO 32. OBLIGATORIEDAD DE LAS DECISIONES.** Las decisiones de la Asamblea de Accionistas, adoptadas con los requisitos previstos en la ley y en estos estatutos, obligarán a todos los accionistas aún a los ausentes o disidentes, siempre que tengan carácter general.

**ARTICULO 33. VOTOS:** Cada accionista tendrá tantos votos como acciones ordinarias tenga en la compañía.

**ARTICULO 34. FUNCIONES DE LA ASAMBLEA DE ACCIONISTAS:** Son funciones de la Asamblea de Accionistas:

1.- Estudiar y aprobar las reformas de los Estatutos. 2.- Considerar los informes de los administradores y del Gerente General sobre el estado de los negocios sociales. 3.- Examinar, aprobar o improbar los balances de fin de ejercicio y las cuentas que deban rendir los Administradores. 4.- Disponer de las utilidades sociales conforme a los Estatutos y a las leyes. 5.- Constituir e incrementar las reservas a que haya lugar. 6.- fijar el monto del dividendo, así como la forma y el plazo en que se pagará al Representante legal, 7.- Nombrar al liquidador de la sociedad. 8.- Ordenar las acciones que correspondan contra los administradores, 9.- Decretar la enajenación total de los haberes de la sociedad. 10.- Delegar en el Gerente aquellas funciones cuya delegación no esté prohibida por la Ley. 11.- Adoptar las medidas que reclame el cumplimiento de los Estatutos y el interés común de los asociados. 12.- Establecer las políticas Generales que deberá seguir la empresa para ejercer su objeto social. 13- Autorizar al representante legal la celebración de actos o contratos que superen los 20 salarios mínimos mensuales legales vigentes, para los actos o contratos que sean iguales o inferiores a 20 salarios mínimos legales mensuales , el gerente no requerirá autorización previa.

**ARTICULO 35. LIBRO DE ACTAS:** Lo ocurrido en las reuniones de la Asamblea de Accionistas se hará constar en un libro de Actas que serán firmadas por el Presidente de la reunión y su Secretario, después de aprobadas. Las actas se encabezarán con su número y expresarán cuando menos el lugar, la fecha, y la hora de la reunión, el número de acciones suscritas, las listas de los asistentes, los asuntos tratados, las decisiones que sean adoptadas y el número de votos emitidos a favor, en contra o en blanco, con las salvedades de la Ley, las constancias escritas presentadas por los asistentes, las designaciones efectuadas y la hora y fecha de clausura.

**ARTICULO 36. REPRESENTACION LEGAL, GERENTE.** La sociedad tendrá un Gerente quien será su representante legal, tendrá a su cargo la administración y gestión de los negocios sociales con sujeción a la Ley, a estos Estatutos, a los reglamentos y decisiones de la Asamblea de Accionistas, éste a su vez tendrá un subgerente quien tendrá sus mismas facultades y lo reemplazará en sus faltas absolutas o temporales.

**ARTICULO 37. NOMBRAMIENTO Y PERIODO.** El Gerente y subgerente serán designados por la Asamblea de Accionistas, El periodo será de un (1) año contado a partir de su elección, pero podrán ser reelegidos indefinidamente o removidos libremente antes del vencimiento del mismo.

**ARTICULO 38. REGISTRO.** El nombramiento del Gerente y subgerente deberá inscribirse en el registro mercantil, el cual se hará en la Cámara de Comercio con base en la copia auténtica del acta o actas en que conste la designación.

**ARTICULO 39. FACULTADES DEL GERENTE.** El representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad, Salvo las limitaciones por cuantía que requieran expresa autorización de la asamblea.

#### **CAPITULO IV: DERECHOS Y DEBERES DE LOS ACCIONISTAS.**

**ARTICULO 40. DERECHOS:** Son derechos de los accionistas:

- 1) Disfrutar sin discriminación alguna de todos los servicios y beneficios que preste la compañía.
- 2) Elegir y ser elegido directivo y en cargos de representación de la sociedad, siempre que reúna los requisitos de estos estatutos.
- 3) Concurrir por sí o por medio de representante a todo tipo de reunión que celebre o patrocine la sociedad y cuando haya lugar, participar en las deliberaciones con derecho a voz y voto, siempre guardando compostura y respeto.
- 4) Representar a algún accionista mediante poder debidamente presentado, caso en el cual tendrá derecho a votar en nombre del ausente.
- 5) Presentar iniciativas, proyectos o quejas que pretendan mejorar el cumplimiento de los objetivos sociales y a obtener la respuesta oportuna y los trámites adecuados.

6) Presentar quejas contra los presuntos infractores de las normas sociales, que se adelanten las investigaciones correspondientes, pudiendo nombrar apoderado para que lo represente.

7) Las demás que le otorgue la ley.

**ARTICULO 41. DEBERES Y OBLIGACIONES DE LOS ACCIONISTAS:** Son deberes de los accionistas:

1) Velar por el fiel cumplimiento de los estatutos, pactos, convenios y normas en general que determinen la defensa de los objetivos empresariales.

2) Guardar lealtad con sus consocios.

3) Comportarse como dictan las normas de buena conducta.

4) Asistir puntualmente a las reuniones cuando sean convocados.

5) Colaborar eficazmente con el fiel cumplimiento de los objetivos.

6) Asistir o hacerse representar en las reuniones extraordinarias y ordinarias que se determinen.

7) Participar con voz y voto en las reuniones siempre y cuando se encuentre a paz y salvo por todo concepto con la sociedad.

8) Cancelar oportunamente las obligaciones adquiridas para con la sociedad.

9) Acogerse a las decisiones que por mayoría sean adoptadas, aún cuando disienta de ellas.

10) Gestionar constantemente proyectos y contratos que permitan generar recursos a la empresa y contribuir así al cumplimiento de su objeto.

#### **CAPITULO V:**

##### **SIGILO:**

**ARTICULO 42. SIGILO OBLIGATORIO:** Queda prohibido al gerente, a los miembros de la Asamblea de Socios individualmente considerados, apoderados y asesores de la Sociedad revelar a extraños los negocios, secretos y planes de la empresa y/o su situación económica, salvo especial permiso de la Asamblea General de Socios, a cuyo juicio queda autorizar solamente las informaciones que no sean de carácter reservado. Lo anterior se entiende sin perjuicio del deber de publicar los balances y del derecho de inspección de los accionistas.

#### **CAPITULO VI.**

##### **BALANCES, RESERVAS Y DIVIDENDOS.**

**ARTICULO 43. BALANCE GENERAL:** La Sociedad tendrá ejercicios anuales que se cerrarán el 31 de diciembre de cada año, para hacer el inventario, el balance general y el estado de resultados del respectivo ejercicio y someterlos a la aprobación de la Asamblea. El balance, los libros y demás documentos, serán depositados en la oficina de la administración con una antelación de quince días hábiles para el señalado para la Asamblea General de Accionistas con el fin de que puedan ser examinados por los accionistas.

**PARAGRAFO:** No obstante, lo dispuesto en este artículo, mensualmente se hará un balance de prueba pormenorizado de las cuentas de la compañía: La Junta Directiva podrá ordenar, además que se hagan balances extraordinarios cuando lo juzgue necesario o conveniente, pero ninguno de estos balances podrá servir de base para decretar dividendos.

**ARTICULO 44. APROBACION DEL BALANCE:** El balance debe ser presentado para la aprobación de la Asamblea de Accionistas por EL representante legal e la Sociedad, con los documentos a que se refiere el artículo 446 del código de comercio.

**ARTICULO 45. RESERVA LEGAL:** De las utilidades líquidas de cada ejercicio, se tomará el diez por ciento (10%) para conformar o incrementar la reserva legal hasta alcanzar un monto igual al 50% del capital suscrito.

**ARTICULO 46. RESERVAS OCASIONALES.** La Asamblea de Accionistas podrá crear o incrementar reservas ocasionales siempre y cuando tengan un destino específico con sujeción a las disposiciones legales.

**ARTICULO 47. DIVIDENDOS:** La distribución de utilidades sociales se hará previa aprobación de la Asamblea de Accionistas, justificada con balances fidedignos y después de hechas las reservas legales, estatutaria y las ocasionales, así como las apropiaciones para el pago de impuestos, en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones suscritas. Salvo determinación en contrario aprobada por el **setenta y cinco (75%)** de las acciones representadas en la Asamblea, la sociedad repartirá a título de dividendo o participación, no menos del cincuenta por ciento de las utilidades líquidas obtenidas en cada ejercicio o del saldo de las mismas, si tuviere que enjugar pérdidas de ejercicios anteriores. Si la suma de la reserva legal, estatutaria y ocasionales excediere del ciento por ciento del capital suscrito, el porcentaje obligatorio de utilidades líquidas que deberá repartir la sociedad será el setenta por ciento, no obstante, la Asamblea General de Accionistas, con el voto del setenta por ciento de las acciones, podrá disponer que la distribución de utilidades se efectúe en un porcentaje inferior o no se lleve a cabo. El pago del dividendo se hará en proporción al número de acciones suscritas y se cancelará en dinero en efectivo en las épocas en que acuerde la Asamblea de Accionistas, salvo que con el voto del ochenta por ciento de las acciones representadas, se decida cubrirlo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad.

**ARTICULO 48. DIVIDENDOS NO RECLAMADOS OPORTUNAMENTE:** La Sociedad no reconocerá intereses por los dividendos que no sean reclamados oportunamente, los cuales quedarán en la caja social en depósito, disponibles a la orden de sus dueños.

## **CAPITULO VII: DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN:**

**ARTICULO 49: DISOLUCION:** La Sociedad se disolverá:

1. Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración;
2. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social;
3. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial;

4. Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;
5. Por las causales previstas en los estatutos;
6. Por orden de autoridad competente, y
7. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

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

Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis (6) meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho (18) meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 7° De este artículo.

**ARTÍCULO 50. Liquidación.** - La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador, el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

## **CAPÍTULO VII DISPOSICIONES FINALES**

**ARTÍCULO 51. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS SOCIETARIOS.** - Las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea con fundamento en cualquiera de las causas legales, podrán someterse a decisión arbitral o de amigables componedores.

## **CAPÍTULO VIII. DISPOSICIONES VARIAS.**




**ARTÍCULO 52. PROHIBICIONES:** Ningún accionista o empleado podrá revelar a extraños las operaciones de la sociedad, salvo que lo exijan las entidades o funcionarios que de acuerdo con los estatutos o la ley puedan conocerlos. La sociedad sólo podrá ser garante de sus propias obligaciones.

**ARTÍCULO 53 REPRESENTACION LEGAL:** Se designa en forma extraordinaria al/la señor/a *Jessica Carolina Perez Hernandez* como representante legal identificado con cedula de ciudadanía *1007764649* expedida en Bogotá y el subgerente será *Alvaro Perez Hernandez* con cédula *74364235* de Bogotá, quienes estando presente aceptaron los nombramientos designados.

### **OTORGANTES**

Sergio Andres Martinez

## D. RUT

 <small>POR UNA COLOMBIA MAS HONESTA</small>	<b>Formulario del Registro Único Tributario</b>	<b>001</b>
2. Concepto <input checked="" type="checkbox"/> Inscripción		4. Número de formulario <span style="float: right;">14707049976</span>
		 <small>(415)7707212489984(8020) 00001470704997 6</small>
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 900 874 316	6. DV 1	12. Dirección seccional Impuestos de Bogotá
		14. Buzón electrónico 3 2
<b>IDENTIFICACIÓN</b>		
24. Tipo de contribuyente Persona jurídica	25. Tipo de documento 1	26. Número de Identificación
27. Fecha expedición		
Lugar de expedición	28. País COLOMBIA	29. Departamento Bogotá D.C
		30. Ciudad/Municipio Bogotá D.C
31. Primer apellido	32. Segundo apellido	33. Primer nombre
		34. Otros nombres
35. Razón social CREATIVE PAPER SAS		
36. Nombre comercial CREATIVE PAPER		37. Sigla
<b>UBICACIÓN</b>		
38. País COLOMBIA	39. Departamento Bogotá D.C.	40. Ciudad/Municipio Bogotá, D.C.
41. Dirección principal CR 87 BIS CL 51 20		
42. Correo electrónico creativepapersas@gmail.com		
43. Código postal	44. Teléfono 1	45. Teléfono 2
<b>CLASIFICACIÓN</b>		
<b>Actividad económica</b>		<b>Ocupación</b>
46. Código 4 7 6 1	47. Fecha inicio actividad 2 0 2 0 0 8 3 0	48. Código 4 7 9 9
		49. Fecha inicio actividad 2 0 2 0 0 8 3 0
		50. Código 1 2
		51. Código
		52. Número establecimientos
<b>Responsabilidades, Calidades y Atributos</b>		
53. Código 7 5 1 4		
07- Retención en la fuente a título de rent 05- Impto. renta y compl. régimen ordinario 14- Informante de exogena		
<b>Obligados aduaneros</b>		<b>Exportadores</b>
54. Código 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20		55. Forma 56. Tipo Servicio 1 2 3 57. Modo 58. CPC
<b>IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación</b>		
<b>Para uso exclusivo de la DIAN</b>		
59. Anexos SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	60. No. de Folios:	61. Fecha:
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso. Parágrafo del artículo 1.6.1.2.20 del Decreto 1625 de 2016 Firma del solicitante:		Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: 984. Nombre 985. Cargo



Espacio reservado para la DIAN

4. Número de formulario

14707049976



(415)7707212489984(8020) 000001470704997 6

5. Número de Identificación Tributaria (NIT)

6. DV

12. Dirección seccional  
Impuestos de Bogotá

3 2

14. Buzón electrónico

**Características y formas de las organizaciones**

62. Naturaleza  63. Formas asociativas  64. Entidades o institutos de derecho público de orden nacional, departamental, municipal y descentralizados   
 65. Fondos  66. Cooperativas  67. Sociedades y organismos extranjeros   
 68. Sin personería jurídica  69. Otras organizaciones no clasificadas  70. Beneficio

**Constitución, Registro y Última Reforma**

**Composición del Capital**

Documento	1. Constitución	2. Reforma		
71. Clase	0 5		82. Nacional	1 0 0 %
72. Número	3 2 1		83. Nacional público	0 . 0 %
73. Fecha	2 0 2 0 0 8 1 8		84. Nacional privado	1 0 0 . 0 %
74. Número de notaría	1 4		85. Extranjero	0 %
75. Entidad de registro	0 3		86. Extranjero público	0 . 0 %
76. Fecha de registro	2 0 2 0 0 8 2 9		87. Extranjero privado	0 . 0 %
77. No. Matricúla mercantil	0 0 2 3 6 6 4 9			
78. Departamento	1 1			
79. Ciudad/Municipio	4			
Vigencia				
80. Desde	2 0 2 0 0 8 1 8			
81. Hasta				

**Entidad de vigilancia y control**

88. Entidad de vigilancia y control  
Superintendencia de Sociedades

5

**Estado y Beneficio**

Item	89. Estado actual	90. Fecha cambio de estado	91. Número de Identificación Tributaria (NIT)	92. DV
1				-
2				-
3				-
4				-
5				-

**Vinculación económica**

93. Vinculación económica	94. Nombre del grupo económico y/o empresarial	95. Número de Identificación Tributaria (NIT) de la Matriz o Controlante	96. DV
97. Nombre o razón social de la matriz o controlante			
170. Número de identificación tributaria otorgado en el exterior	171. País	172. Número de identificación tributaria sociedad o natural del exterior con EP	
173. Nombre o razón social de la sociedad o natural del exterior con EP			

Espacio reservado para la DIAN

4. Número de formulario

14707049976



(415)7707212489984(8020) 000001470704997 6

5. Número de Identificación Tributaria (NIT)

6. DV

12. Dirección seccional  
Impuestos de Bogotá

14. Buzón electrónico

3 2

**Representación**

98. Representación REPRS LEGAL PRIN	99. Fecha inicio ejercicio representación 1 8	2 0 2 0 0 8 1 8	102. DV	103. Número de tarjeta profesional
100. Tipo de documento Cédula de Ciudadaní 1 3	101. Número de identificación 1 0 0 7 7 6 4 6 4 9			
104. Primer apellido PEREZ	105. Segundo apellido HERNANDEZ	106. Primer nombre JESSICA	107. Otros nombres CAROLINA	
108. Número de Identificación Tributaria (NIT)	109. DV	110. Razón social representante legal		
98. Representación	99. Fecha inicio ejercicio representación		102. DV	103. Número de tarjeta profesional
100. Tipo de documento	101. Número de identificación			
104. Primer apellido	105. Segundo apellido	106. Primer nombre	107. Otros nombres	
108. Número de Identificación Tributaria (NIT)	109. DV	110. Razón social representante legal		
98. Representación	99. Fecha inicio ejercicio representación		102. DV	103. Número de tarjeta profesional
100. Tipo de documento	101. Número de identificación			
104. Primer apellido	105. Segundo apellido	106. Primer nombre	107. Otros nombres	
108. Número de Identificación Tributaria (NIT)	109. DV	110. Razón social representante legal		
98. Representación	99. Fecha inicio ejercicio representación		102. DV	103. Número de tarjeta profesional
100. Tipo de documento	101. Número de identificación			
104. Primer apellido	105. Segundo apellido	106. Primer nombre	107. Otros nombres	
108. Número de Identificación Tributaria (NIT)	109. DV	110. Razón social representante legal		
98. Representación	99. Fecha inicio ejercicio representación		102. DV	103. Número de tarjeta profesional
100. Tipo de documento	101. Número de identificación			
104. Primer apellido	105. Segundo apellido	106. Primer nombre	107. Otros nombres	
108. Número de Identificación Tributaria (NIT)	109. DV	110. Razón social representante legal		

Espacio reservado para la DIAN



4. Número de formulario

14707049976



5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 6. DV 12. Dirección seccional Impuestos de Bogotá 14. Buzón electrónico 32

**Establecimientos, agencias, sucursales, oficinas, sedes o negocios entre otros**

160. Tipo de establecimiento Establecimiento de comercio 0 2	161. Actividad económica Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papele 4 7 6 1
162. Nombre del establecimiento CREATIVE PAPER	
163. Departamento Bogotá D.C. 1 1	164. Ciudad/Municipio Bogotá, D.C. 00 1
165. Dirección CR 87 BIS CL 51	
166. Número de matrícula mercantil 0 0 2 3 6 6 4 9	167. Fecha de la matrícula mercantil 2 0 2 0 0 8 2 9
168. Teléfono	169. Fecha de cierre
160. Tipo de establecimiento	161. Actividad económica
162. Nombre del establecimiento	
163. Departamento	164. Ciudad/Municipio
165. Dirección	
166. Número de matrícula mercantil	167. Fecha de la matrícula mercantil
168. Teléfono	169. Fecha de cierre
160. Tipo de establecimiento	161. Actividad económica
162. Nombre del establecimiento:	
163. Departamento	164. Ciudad/Municipio
165. Dirección	
166. Número de matrícula mercantil	167. Fecha de la matrícula mercantil
168. Teléfono	169. Fecha de cierre

C. RUES

0421/11 - #

**CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ**  
Por nuestra sociedad

**REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL**  
FORMULARIO MATRÍCULA MERCANTIL O RENOVACIÓN  
PERSONAS NATURALES O JURÍDICAS Y SUJECOS SALES DE SOCIEDAD EXTRANJERA

Diligencie a máquina o letra impresa los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras.  
Autorizo el uso y divulgación de la información reportada en este formulario.  
En los términos del artículo 33 del Código de Comercio, cualquier modificación reportada debe ser actualizada.  
En los términos del artículo 36 del Código de Comercio, la Cámara podrá solicitar información adicional.  
No diligencie los espacios sombreados, son de uso exclusivo de la Cámara de Comercio.

Código de la Cámara 04 Fecha de diligenciamiento Año 2020 Mes 08 Día 30 Página 1/2

**IDENTIFICACIÓN**

No. 1007764649 C.C.  C.E.  T.J.  PASAPORTE  País COLOMBIA 169

NT.  No.

INSCRIPCIÓN / MATRÍCULA  RENOVACIÓN  Matrícula No.  Año que renueva

**UBICACIÓN Y DATOS GENERALES**

RAZÓN SOCIAL (Solo si es Persona Jurídica) CREATIVE PAPER SAS SIGLA

NOMBRE COMERCIAL CREATIVE PAPER LOGO

Personas naturales NOMBRE APELLIDO SEGUNDO APELLIDO NOMBRES PEREZ HERNANDEZ JESSICA CAROLINA

DIRECCIÓN DOMICILIO PRINCIPAL CARRERA 87 BIS # 51 20 SUR BARRIO BOSA BRASIL

MUNICIPIO CUNDINAMARCA 025 DEPARTAMENTO BOGOTÁ 01 FAX A.A.

TELÉFONO Fijo 3094353 TELÉFONO Fijo TELÉFONO CELULAR Autorizo a la Cámara de Comercio a recibir mensajes a este número de celular: 3017272642

CORREO ELECTRÓNICO creativepapers@gmail.com

PÁGINA WEB www.creativepaper.com

SI LOS DATOS DE UBICACIÓN PARA NOTIFICACIONES SON DIFERENTES A LOS REPORTADOS ANTERIORMENTE, DELÍNCIENLOS A CONTINUACIÓN

DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN LOGO BARRIO

MUNICIPIO PARA NOTIFICACIÓN DEPARTAMENTO PARA NOTIFICACIÓN FAX PARA NOTIFICACIÓN A.A.

TELÉFONO Fijo PARA NOTIFICACIÓN TELÉFONO Fijo PARA NOTIFICACIÓN TELÉFONO CELULAR PARA NOTIFICACIÓN Autorizo a la Cámara de Comercio a recibir mensajes a este número de celular: 3017272642

CORREO ELECTRÓNICO PARA NOTIFICACIÓN

ESTA EMPRESA ESTÁ UBICADA EN: LOCAL  OFICINA  LOCAL Y OFICINA  FÁBRICA  VIVIENDA  FINCA

**INFORMACIÓN FINANCIERA**

En los términos de la Ley debe tomarse del balance de apertura o con corte a 31 de diciembre del año anterior. Datos en pesos y sin decimales.

ACTIVO	PASIVO Y PATRIMONIO	PÉRDIDAS Y GANANCIAS
Corriente \$ 7'000 000	Pasivo Corriente \$ 0	Ingresos Operacionales \$ 0
Fijo Neto \$ 0	Largo Plazo \$ 0	Ingresos No Operacionales \$ 0
Otros \$ 0	Pasivo Total \$ 0	Otros Operacionales \$ 0
Valorizaciones \$ 0	Patrimonio Total \$ 20'000 000	Otros No Operacionales \$ 0
<b>Activo Total \$ 7'000 000</b>	Pasivo + Patrimonio \$ 20'000 000	Utilidad / Pérdida Operacional \$ 0
		Utilidad / Pérdida Neta \$ 0

**SI ES EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO**

APORTES LABORALES	APORTES ACTIVOS	APORTES LABORALES ASOCIACIONALES	APORTES EN DINERO	TOTAL APORTES
\$	\$	\$	\$	\$
%	%	%	%	%

**FECHA DE CONSTITUCIÓN**

DE A A A A HASTA DE A A A A

**SOLO PARA PERSONAS JURÍDICAS - COMPOSICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL**


1. NACIONAL	2. EXTRANJERO
1.1 PÚBLICO %	2.1 PÚBLICO %
1.2 PRIVADO %	2.2 PRIVADO %

**ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA**

ACTIVA  ETAPA PREOPERATIVA  EN CONCORDATO  INTERVENIDA

EN LIQUIDACIÓN  ACUERDOS DE RESTRUCTURACIÓN  OTRO  CUAL?

IMPRESO POR: PÁGINA 1 DE 100 (20/11/2011) 11:54 AM

NOMBRE DE LA PERSONA NATURAL O RAZÓN SOCIAL																																														
CREATIVE PAPER																																														
<b>TIPO DE ORGANIZACIÓN</b>	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 25%;">SOCIEDAD COLECTIVA <input type="checkbox"/> 01</td> <td style="width: 25%;">SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE <input type="checkbox"/> 02</td> <td style="width: 25%;">SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES <input type="checkbox"/> 03</td> <td style="width: 25%;">SOCIEDAD LIMITADA <input type="checkbox"/> 04</td> </tr> <tr> <td>SOCIEDAD ANÓNIMA <input type="checkbox"/> 05</td> <td>SOCIEDAD DE ECONOMÍA MIXTA <input type="checkbox"/> 06</td> <td>SUCURSAL DE SOCIEDAD EXTRANJERA <input type="checkbox"/> 07</td> <td>EMPRESA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL ESTADO <input type="checkbox"/> 08</td> </tr> <tr> <td>EMPRESA UNIPERSONAL <input type="checkbox"/> 09</td> <td>SOCIEDAD DE HECHO <input type="checkbox"/> 10</td> <td>PERSONA NATURAL <input type="checkbox"/> 11</td> <td></td> </tr> <tr> <td>ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA SOLIDARIA ESPECIFIQUE <input type="checkbox"/> 12</td> <td>                 COOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.1                  EMPRESA DE SERVICIOS EN FORMA DE ADMON. PÚBLICA COOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.4                  ASOCIACIÓN MUTUAL <input type="checkbox"/> 12.7                  FEDERACIÓN Y CONFEDERACIÓN <input type="checkbox"/> 12.10             </td> <td>                 PRECOOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.2                  FONDO DE EMPLEADOS <input type="checkbox"/> 12.5                  EMPRESA SOLIDARIA DE SALUD <input type="checkbox"/> 12.8                  EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO <input type="checkbox"/> 12.11             </td> <td>                 INSTITUCIONES AUXILIARES DE ECONOMÍA SOLIDARIA <input type="checkbox"/> 12.3                  COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO <input type="checkbox"/> 12.6                  EMPRESA COMUNITARIA <input type="checkbox"/> 12.9             </td> </tr> <tr> <td>ENTIDAD SIN ÁMBITO DE LUCRO <input type="checkbox"/> 13</td> <td>SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA <input checked="" type="checkbox"/> 14</td> <td>OTROS <input type="checkbox"/> 99</td> <td>¿CUAL? _____</td> </tr> </table>	SOCIEDAD COLECTIVA <input type="checkbox"/> 01	SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE <input type="checkbox"/> 02	SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES <input type="checkbox"/> 03	SOCIEDAD LIMITADA <input type="checkbox"/> 04	SOCIEDAD ANÓNIMA <input type="checkbox"/> 05	SOCIEDAD DE ECONOMÍA MIXTA <input type="checkbox"/> 06	SUCURSAL DE SOCIEDAD EXTRANJERA <input type="checkbox"/> 07	EMPRESA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL ESTADO <input type="checkbox"/> 08	EMPRESA UNIPERSONAL <input type="checkbox"/> 09	SOCIEDAD DE HECHO <input type="checkbox"/> 10	PERSONA NATURAL <input type="checkbox"/> 11		ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA SOLIDARIA ESPECIFIQUE <input type="checkbox"/> 12	COOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.1 EMPRESA DE SERVICIOS EN FORMA DE ADMON. PÚBLICA COOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.4 ASOCIACIÓN MUTUAL <input type="checkbox"/> 12.7 FEDERACIÓN Y CONFEDERACIÓN <input type="checkbox"/> 12.10	PRECOOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.2 FONDO DE EMPLEADOS <input type="checkbox"/> 12.5 EMPRESA SOLIDARIA DE SALUD <input type="checkbox"/> 12.8 EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO <input type="checkbox"/> 12.11	INSTITUCIONES AUXILIARES DE ECONOMÍA SOLIDARIA <input type="checkbox"/> 12.3 COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO <input type="checkbox"/> 12.6 EMPRESA COMUNITARIA <input type="checkbox"/> 12.9	ENTIDAD SIN ÁMBITO DE LUCRO <input type="checkbox"/> 13	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA <input checked="" type="checkbox"/> 14	OTROS <input type="checkbox"/> 99	¿CUAL? _____																									
	SOCIEDAD COLECTIVA <input type="checkbox"/> 01	SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE <input type="checkbox"/> 02	SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES <input type="checkbox"/> 03	SOCIEDAD LIMITADA <input type="checkbox"/> 04																																										
	SOCIEDAD ANÓNIMA <input type="checkbox"/> 05	SOCIEDAD DE ECONOMÍA MIXTA <input type="checkbox"/> 06	SUCURSAL DE SOCIEDAD EXTRANJERA <input type="checkbox"/> 07	EMPRESA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL ESTADO <input type="checkbox"/> 08																																										
	EMPRESA UNIPERSONAL <input type="checkbox"/> 09	SOCIEDAD DE HECHO <input type="checkbox"/> 10	PERSONA NATURAL <input type="checkbox"/> 11																																											
	ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA SOLIDARIA ESPECIFIQUE <input type="checkbox"/> 12	COOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.1 EMPRESA DE SERVICIOS EN FORMA DE ADMON. PÚBLICA COOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.4 ASOCIACIÓN MUTUAL <input type="checkbox"/> 12.7 FEDERACIÓN Y CONFEDERACIÓN <input type="checkbox"/> 12.10	PRECOOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.2 FONDO DE EMPLEADOS <input type="checkbox"/> 12.5 EMPRESA SOLIDARIA DE SALUD <input type="checkbox"/> 12.8 EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO <input type="checkbox"/> 12.11	INSTITUCIONES AUXILIARES DE ECONOMÍA SOLIDARIA <input type="checkbox"/> 12.3 COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO <input type="checkbox"/> 12.6 EMPRESA COMUNITARIA <input type="checkbox"/> 12.9																																										
	ENTIDAD SIN ÁMBITO DE LUCRO <input type="checkbox"/> 13	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA <input checked="" type="checkbox"/> 14	OTROS <input type="checkbox"/> 99	¿CUAL? _____																																										
	<b>NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA, DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN</b>																																													
	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>1. AGROPECUARIOS _____</td> <td>2. MINEROS _____</td> <td>3. MANUFACTUREROS _____</td> </tr> <tr> <td>4. SERVICIOS PÚBLICOS _____</td> <td>5. CONSTRUCCIÓN Y OBRAS CIVILES _____</td> <td>6. COMERCIALES <u>1</u></td> </tr> <tr> <td>7. RESTAURANTES Y HOTELES _____</td> <td>8. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO _____</td> <td>9. COMUNICACIÓN _____</td> </tr> <tr> <td>10. FINANCIEROS, SEGUROS E INMOBILIARIOS _____</td> <td>11. SERVICIOS COMUNALES Y PERSONALES _____</td> <td></td> </tr> </table>		1. AGROPECUARIOS _____	2. MINEROS _____	3. MANUFACTUREROS _____	4. SERVICIOS PÚBLICOS _____	5. CONSTRUCCIÓN Y OBRAS CIVILES _____	6. COMERCIALES <u>1</u>	7. RESTAURANTES Y HOTELES _____	8. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO _____	9. COMUNICACIÓN _____	10. FINANCIEROS, SEGUROS E INMOBILIARIOS _____	11. SERVICIOS COMUNALES Y PERSONALES _____																																	
	1. AGROPECUARIOS _____	2. MINEROS _____	3. MANUFACTUREROS _____																																											
	4. SERVICIOS PÚBLICOS _____	5. CONSTRUCCIÓN Y OBRAS CIVILES _____	6. COMERCIALES <u>1</u>																																											
7. RESTAURANTES Y HOTELES _____	8. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO _____	9. COMUNICACIÓN _____																																												
10. FINANCIEROS, SEGUROS E INMOBILIARIOS _____	11. SERVICIOS COMUNALES Y PERSONALES _____																																													
<b>ACTIVIDAD COMERCIAL</b>	<b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS</b>																																													
	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse; border: none;"> <thead> <tr> <th colspan="3">CIIU 1</th> <th colspan="3">CIIU 2</th> <th colspan="3">CIIU 3</th> <th colspan="3">CIIU 4</th> <th colspan="3">CIIU 5</th> </tr> <tr> <th>LETRA</th> <th>CODIGO</th> <th>SIG</th> <th>LETRA</th> <th>CODIGO</th> <th>SIG</th> <th>LETRA</th> <th>CODIGO</th> <th>SIG</th> <th>LETRA</th> <th>CODIGO</th> <th>SIG</th> <th>LETRA</th> <th>CODIGO</th> <th>SIG</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4</td> <td>761</td> <td></td> <td>4</td> <td>799</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p style="font-size: small;">Describa la actividad económica de acuerdo con el código CIIU. Si requiere más espacio utilice una hoja adicional.</p> <p>Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados</p> <p>Otros tipos de comercio al por menor no realizado en establecimientos, puestos de venta o mercados de textos escolares y libros</p> <p>(incluye cuadernos escolares)</p>	CIIU 1			CIIU 2			CIIU 3			CIIU 4			CIIU 5			LETRA	CODIGO	SIG	LETRA	CODIGO	SIG	LETRA	CODIGO	SIG	LETRA	CODIGO	SIG	LETRA	CODIGO	SIG	4	761		4	799										
	CIIU 1			CIIU 2			CIIU 3			CIIU 4			CIIU 5																																	
	LETRA	CODIGO	SIG	LETRA	CODIGO	SIG	LETRA	CODIGO	SIG	LETRA	CODIGO	SIG	LETRA	CODIGO	SIG																															
4	761		4	799																																										
MARQUE CON UNA X SI ES: IMPORTADOR <input type="checkbox"/> EXPORTADOR <input type="checkbox"/> No. TRABAJADORES A NIVEL NACIONAL <u>5</u> % DE TRABAJADORES TEMPORALES _____																																														
¿CUANTO TIEMPO LLEVA FUNCIONANDO ESTA EMPRESA? <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>ENTRE UN MES Y MENOS DE 6 MESES <input type="checkbox"/></td> <td>ENTRE 1 AÑO Y MENOS DE 3 AÑOS <input type="checkbox"/></td> <td>ENTRE 5 AÑOS Y MENOS DE 10 AÑOS <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>MENOS DE 1 MES <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>ENTRE 6 MESES Y MENOS DE 12 MESES <input type="checkbox"/></td> <td>ENTRE 3 AÑOS Y MENOS DE 5 AÑOS <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>DIEZ AÑOS O MÁS <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	ENTRE UN MES Y MENOS DE 6 MESES <input type="checkbox"/>	ENTRE 1 AÑO Y MENOS DE 3 AÑOS <input type="checkbox"/>	ENTRE 5 AÑOS Y MENOS DE 10 AÑOS <input type="checkbox"/>	MENOS DE 1 MES <input checked="" type="checkbox"/>	ENTRE 6 MESES Y MENOS DE 12 MESES <input type="checkbox"/>	ENTRE 3 AÑOS Y MENOS DE 5 AÑOS <input type="checkbox"/>			DIEZ AÑOS O MÁS <input type="checkbox"/>																																					
ENTRE UN MES Y MENOS DE 6 MESES <input type="checkbox"/>	ENTRE 1 AÑO Y MENOS DE 3 AÑOS <input type="checkbox"/>	ENTRE 5 AÑOS Y MENOS DE 10 AÑOS <input type="checkbox"/>																																												
MENOS DE 1 MES <input checked="" type="checkbox"/>	ENTRE 6 MESES Y MENOS DE 12 MESES <input type="checkbox"/>	ENTRE 3 AÑOS Y MENOS DE 5 AÑOS <input type="checkbox"/>																																												
		DIEZ AÑOS O MÁS <input type="checkbox"/>																																												
<b>INFORMACIÓN COMERCIAL</b>	<b>ENTIDADES DE CRÉDITO CON LAS CUALES HA CELEBRADO OPERACIONES</b>																																													
	NOMBRE DE LA ENTIDAD OFICINA																																													
	NOMBRE DE LA ENTIDAD OFICINA																																													
	<b>REFERENCIAS DE DOS COMERCIANTES INSCRITOS</b>																																													
NOMBRE DIRECCIÓN TELÉFONO																																														
NOMBRE DIRECCIÓN TELÉFONO																																														
<b>FIRMA</b>	El suscrito declara <b>bajo la gravedad del juramento</b> que la información reportada en este formulario es confiable, veraz, completa y exacta. Nombre del Matriculado o Representante Legal de la Persona Jurídica: <u>JESSICA CAROLINA PEREZ HERNANDEZ</u> Documento de Identificación No. <u>1007764649</u> cc <input checked="" type="checkbox"/> ce <input type="checkbox"/> ti <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> PAIS <u>COLOMBIA</u>																																													
	<b>ESPACIO PARA LA CÁMARA DE COMERCIO</b>  FIRMA _____ Cualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley (Artículo 38 del Código de Comercio y normas concordantes y complementarias)																																													

IMPRESO POR FOMIVAL S.A.S. TEL: 871.132.3711 FAX: 244.445.8800/078

ESTE FORMULARIO ESTA ELABORADO EN PAPEL QUIMICO, POR ELLO SE SUGIERE SEPARAR EL ORIGINAL Y LA COPIA DE LA PAGINA 1, DEL ORIGINAL Y LA COPIA DE LA PAGINA 2 Y DILIGENCIARLOS DE MANERA SEPARADA PARA EVITAR DAÑOS EN LA SEGUNDA PARTE DEL FORMULARIO

### INSTRUCCIONES PARA DILIGENCIAR EL FORMULARIO DE MATRÍCULA O RENOVACIÓN DE PERSONAS NATURALES O JURÍDICAS, Y SUCURSALES DE SOCIEDAD EXTRANJERA

#### OBSERVACIONES GENERALES:

El formulario puede llenarse a máquina o a mano, en letra impresa, preferiblemente con bolígrafo de tinta negra. Recuerde que no se admiten tachones ni enmendaduras.  
Anoté el Código de la Cámara y la fecha de diligenciamiento (año, mes, día)  
El Registro Único Empresarial, se debe renovar anualmente, dentro de los tres primeros meses del año.  
Los espacios sombreados son para uso de la Cámara de Comercio y por eso no debe escribir en ellos.

#### IDENTIFICACIÓN

Si se trata de personas naturales, indique el número de la cédula de ciudadanía; para personas naturales extranjeras indique el número de la cédula de extranjería o del pasaporte. Si es menor de edad indique el número de la Tarjeta de Identidad. Marque con una equis "X" el tipo de documento. Para el caso de personas naturales extranjeras escriba el número del documento y el país de origen.  
En el caso de renovación de matrícula de persona jurídica debe escribir el número del NIT. Las personas jurídicas extranjeras sin sucursal en Colombia, deberán tramitar previamente el NIT ante la DIAN, para realizar la inscripción en la Cámara de Comercio. Cuando se trate de matrícula de personas jurídicas (Por primera vez), no debe diligenciarse esta casilla por cuanto la Cámara de Comercio realiza el trámite del NIT ante la DIAN.

Marque con una equis "X" si se trata de inscripción / matrícula o renovación. En este último caso escriba el número de matrícula mercantil y el año que renueva.

#### UBICACIÓN Y DATOS GENERALES

**Razón Social:** Este campo siempre debe ser diligenciado por las Personas Jurídicas (Sociedades o Entidades sin ánimo de lucro o asimiladas).

**Signa:** Es la abreviatura del nombre o razón social de una persona jurídica. Debe diligenciar este campo en caso de estar contemplada en los estatutos.

**Nombre comercial:** Es un signo distintivo que siendo perceptible por sentido de la vista y del oído sirve para identificar o distinguir a un empresario. Es diferente a la razón social y debe ser registrado ante la Superintendencia de Industria y Comercio de acuerdo con los requisitos de ley establecidos para tal efecto.

**Personas Naturales:** Debe diligenciar el primer apellido, segundo apellido y nombre(s). Diligencie la información del domicilio principal, el barrio, el municipio, departamento, el número del fax y el apartado aéreo.

**Dirección domicilio principal:** Es el lugar donde está situada la administración, correspondiente a la dirección completa donde funciona la sociedad, entidad sin ánimo de lucro o la persona natural.

**Barrio:** Escriba el barrio al que corresponde la dirección del domicilio principal.

**Municipio:** Escriba la ciudad donde se encuentra el asiento principal de las actividades que desarrolla la persona natural o jurídica. Tenga en cuenta la normatividad que establece la jurisdicción de las cámaras de comercio en todo el territorio nacional para establecer la cámara de comercio competente para realizar la matrícula o renovación según el caso.

**Departamento:** Escriba el Departamento al cual corresponde el municipio

**Fax y A.A:** Diligencie este campo en caso de tener alguno de estos datos.

**Teléfono fijo:** Es necesario diligenciar número(s) telefónico(s) válido(s).

**Teléfono Celular:** Si lo tiene es necesario diligenciar un número de teléfono celular válido. Para autorizar la remisión de mensajes a este número es necesario seleccionar las casillas sí o no según el caso.

**Correo electrónico:** Escriba un correo electrónico válido. Tenga en cuenta que siempre debe tener incluido el signo @.

**Página Web:** Si tiene página Web, deberá registrarla en la cámara de comercio.

**Dirección para notificación:** Corresponde al lugar donde se comunica cualquier circunstancia o decisión judicial o extrajudicial de su interés.

**Barrio:** Escriba el barrio al que corresponde la dirección de notificación.

**Municipio para notificación:** Escriba la ciudad donde se encuentra ubicada la dirección de notificación. Tenga en cuenta que puede estar ubicada fuera de la jurisdicción de la Cámara de Comercio a la cual pertenece.

**Departamento para notificación:** Escriba el Departamento al cual corresponde el municipio para notificación.

**Fax y A.A:** Diligencie este campo en caso de tener alguno de estos datos.

**Teléfono fijo para notificación:** Es necesario diligenciar número(s) telefónico(s) válido(s).

**Teléfono Celular para notificación:** Si lo tiene es necesario diligenciar un número de teléfono celular válido. Para autorizar la remisión de mensajes a este número de es necesario seleccionar las casillas sí o no según el caso.

**Correo electrónico para notificación:** Escriba un correo electrónico válido. Tenga en cuenta que siempre debe tener incluido el signo @.

En caso de no diligenciar los datos correspondientes a notificaciones, se entenderá que corresponden a los mismos diligenciados en domicilio principal (Dirección, Municipio, Departamento, fax, AA, teléfono fijo, teléfono celular, correo electrónico).

**Ubicación de la empresa:** Seleccione con una equis "X" si la empresa se encuentra ubicada en local, oficina, local y oficina, fábrica, vivienda o finca.

#### INFORMACIÓN FINANCIERA

Si se trata de matrícula, los datos deben corresponder al balance de apertura. Si es renovación deben corresponder a los del balance a 31 de diciembre del año anterior, aún en el caso de que se haga cortes semestrales. Los datos deben expresarse en pesos sin decimales.

#### ACTIVO

**Corriente:** Corresponde a los bienes y derechos que en corto plazo son susceptibles de convertirse en dinero en efectivo en un periodo inferior a un año. Por ejemplo: Caja, bancos, inventarios, inversiones a corto plazo, etc.

**Activos fijos netos:** Son las inversiones de capital permanente necesarias para el desarrollo habitual de las empresas, descontado la depreciación, por ejemplo: propiedades, plantas, terrenos, maquinarias, mobiliarios, equipos de transporte, etc.

Otros activos: Incluye los gastos pagados por anticipo, activos intangibles (Derechos de autor, Software, patente, franquicias, etc.) y todos los activos no declarados en las partidas anteriores.

Respecto a las inversiones estas se clasifican en temporales y permanentes. Las temporales, están representadas por valores negociables o por cualquier otro instrumento de inversión, convertibles en efectivo en el corto plazo y tienen por objeto, normalmente, obtener un rendimiento hasta por el momento en que estos recursos sean utilizados por la entidad. Y las permanentes son fondos invertidos con la finalidad de conservar la inversión en el largo plazo.

**Valorizaciones:** La valorización de un activo es el mayor valor resultante entre su valor en libros y su valor comercial

**Activo Total:** Representa los bienes y derechos de una persona o empresa. Corresponde a la suma del activo corriente, el activo fijo, otros activos y valorizaciones. Esta cifra es la base para la liquidación del valor de su matrícula o renovación, de acuerdo con las tarifas vigentes.

#### PASIVO Y PATRIMONIO

**Pasivo Corriente:** Corresponde a las deudas y obligaciones contraídas con vencimiento inferior a un año.

**Largo Plazo:** Corresponde a las deudas y obligaciones contraídas con vencimiento superior a un año.

**Pasivo total:** Representa las obligaciones o deudas totales de una persona o empresa. Corresponde a la suma del pasivo corriente y a largo plazo.

**Patrimonio Total:** Es el valor líquido del total de bienes de una persona o empresa. Contablemente es la diferencia entre los activos totales menos los pasivos totales.

**Pasivo más patrimonio:** Es la suma del pasivo total y el patrimonio. El valor del activo debe ser igual a la suma de los valores del pasivo y del patrimonio.

#### PÉRDIDAS Y GANANCIAS

**Ingresos operacionales:** Comprende los valores recibidos y/o causados como resultado de las actividades desarrolladas en cumplimiento de su objeto social (actividad principal de la compañía)

**Ingresos no operacionales:** Son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal.

**Gastos operacionales:** Son los ocasionados en el desarrollo del objeto social principal, es decir son aquellos en que incurre para mantener su actividad principal

**Gastos no operacionales:** Comprende aquellos que no están relacionados directamente con la explotación del objeto social del ente económico. Se incorporan conceptos tales como: financieros, pérdidas en venta y retiro de bienes, gastos extraordinarios y gastos diversos.

**Utilidad o pérdida operacional:** Cuando el resultado final del ejercicio, representado en la diferencia entre los ingresos operacionales y los gastos operacionales.

**Utilidad o pérdida neta:** Comprende el valor de las utilidades o pérdidas obtenidas al cierre de cada ejercicio, como resultado de todas las operaciones (operacionales y no operacionales), realizadas durante el periodo.

#### APORTES PARA EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO

Escriba el valor, con su respectivo porcentaje, de los distintos tipos de aportes que tiene su empresa. Recuerde que la sumatoria de los aportes debe ser el 100%.

• **LABORALES:** Serán constituidos por la fuerza de trabajo personal, aptitudes y experiencia.

• **EN ACTIVOS:** Están constituidos por los bienes muebles o inmuebles que los miembros aporten a la empresa asociativa. Estos activos deben ser diferentes de aquellos entregados en arrendamiento;

• **LABORALES ADICIONALES:** Están constituidos por la tecnología, propiedad intelectual o industrial registrada a nombre del aportante.

• **EN DINERO:** Los asociados podrán hacer aportes en dinero.

#### FECHA DE CONSTITUCIÓN

Solo para personas jurídicas, indique el año, mes y día en que se constituyó la empresa, así como la fecha en que termina su vigencia, según el documento de constitución o la última escritura de reforma. Si la vigencia es indefinida no diligencie el último dato (Hasta).

#### COMPOSICIÓN DEL CAPITAL

Solo para personas jurídicas, indique, según se discrimina, el porcentaje de composición del capital social de la empresa.

#### ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA

Solo para personas jurídicas. Señale con una equis "X" la situación jurídica, administrativa, financiera y contable de la empresa a la fecha de la matrícula, inscripción o renovación, así:

• **ACTIVA:** Cuando la empresa está operando y desarrollando normalmente su objeto social.

• **ETAPA PREOPERATIVA:** Cuando la empresa se encuentra en proceso de montaje, en etapa de actividades preoperativas necesarias para poner en funcionamiento el objeto de la sociedad.

• **EN CONCORDATO:** Cuando la empresa acuerda una fórmula de pago con sus acreencias, o está en proceso de acordarlo para cumplir sus obligaciones con el fin de superar un estado de crisis y continuar desarrollando su objeto social.

• **INTERVENIDA:** Cuando mediante acto administrativo, la entidad que ejerce la inspección, vigilancia y control de la empresa, toma posesión de los negocios, bienes y haberes para ser administrados o liquidados.

• **EN LIQUIDACIÓN:** Cuando la empresa está efectuando los límites necesarios para extinguir la persona jurídica, deja de ser una empresa activa y no desarrolla normalmente su objeto social.

• **ACUERDOS DE REESTRUCTURACIÓN:** Cuando la empresa se encuentra en proceso de negociación, o se encuentre cumpliendo este acuerdo, con el objeto de corregir las deficiencias operativas encaminadas a hacer factible su recuperación dentro del plazo y las condiciones previstas en el acuerdo.

• **OTRO:** Cuando la empresa es diferente a los ya señalados, en este caso coloque a sual corresponde.

**TIPO DE ORGANIZACIÓN**

Es la forma legal que toma la empresa para su funcionamiento, conforme a la ley colombiana. Marque con una equis "X" la casilla correspondiente, según documento privado, escritura de constitución o última reforma social.

Los diferentes tipos de organización jurídica están definidos en las normas vigentes que regulan la materia.

OTROS: Si la empresa no se ajusta a ninguna de las formas de organización relacionadas, señale esa casilla e indique el tipo.

**NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA, DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN**

En este numeral se solicita la información correspondiente a la estructura operativa de la empresa. Indique el número de establecimientos de propiedad de la empresa de acuerdo con la actividad económica que realicen, según las siguientes instrucciones:

- 1. Establecimiento agropecuario:** Corresponde a aquellas tierras (fincas), terrenos o grupos de terrenos, de propiedad de la empresa dedicados principalmente a la producción agropecuaria (agrícola y pecuaria).
- 2. Establecimiento minero:** Corresponde a aquellas unidades de propiedad de la empresa, dedicadas a la extracción de todo tipo de minerales y piedras preciosas, encontrados en estado natural, superficial, cielo abierto o en el subsuelo.
- 3. Establecimiento manufacturero:** Son los dedicados a la transformación física y química de materiales y componentes en productos nuevos ya sea que el trabajo se efectúe con máquinas o a mano, en una fábrica (establecimiento) o a domicilio.
- 4. Establecimiento de servicios públicos (electricidad, gas y agua):** Comprende aquellos cuya actividad es la generación, transmisión, distribución y venta de energía eléctrica, gas o agua a usuarios residenciales, industriales y comerciales, etc. NO se incluyen los establecimientos dedicados al transporte, almacenamiento, y comercialización de estos productos, ni los dedicados a saneamiento básico o al funcionamiento de los distritos de riego.
- 5. Establecimientos de construcción y obras civiles:** Son los dedicados a actividades de demolición y deribo de edificaciones y estructuras; preparación de terrenos (descapote, excavación); trabajos de preparación para obras civiles (perforación, voladuras, nivelación, movimientos de tierras); construcción de edificaciones completas y partes de edificaciones, la construcción de obras civiles, acondicionamiento de edificaciones u obras civiles y la terminación o acabado de obras civiles y edificaciones.
- 6. Establecimientos comerciales:** Comprende aquellos que desarrollan actividades de reventa (compra y venta) al por mayor y al por menor de todo tipo de productos, bienes o mercancías. Se incluyen aquí, los dedicados al comercio de vehículos automotores y motocicletas, sus partes, piezas y accesorios; así como los automotores y los que realizan la reparación y mantenimiento de los mismos.
- 7. Restaurantes y Hoteles:** Comprende los establecimientos dedicados a prestar servicios de preparación y expendio de alimentos para su consumo inmediato en el mismo sitio (restaurantes, cafeterías, merenderos, salones de onces y similares), el expendio de bebidas para el consumo dentro del establecimiento (bares, cantinas y similares) y a prestar servicios de alojamiento (hoteles, hostales, apartahoteles, motels, residencias, centros vacacionales y similares).
- 8. Establecimientos de transporte y almacenamiento:** Son aquellos que proporcionan servicios de transporte de pasajeros y carga por cualquier vía y por cualquier medio de transporte, así como a los que prestan servicios auxiliares al transporte, como: agencias de viajes, actividades de las terminales de transporte, estacionamiento, manipulación y almacenamiento de carga. Incluye el transporte por tuberías (oleoductos, gasoductos). No se incluye la distribución domiciliaria de electricidad y agua ni de gas natural o manufacturado.
- 9. Establecimiento de comunicación: (correo y telecomunicaciones):** Son los dedicados a la recolección, transporte y entrega nacional e internacional de correspondencia y paquetes; la venta de sellos de correo, clasificación de correspondencia, alquiler de buzones postales y los servicios de apartado postal. En el caso de los que desarrollen actividades de telecomunicaciones, se incluyen los que prestan los servicios de telefonía, comunicación y transmisión de todo tipo de señales auditivas, visuales y de datos.
- 10. Establecimientos financieros, seguros e inmobiliarios:** Son los dedicados a la prestación de servicios de intermediación financiera (banca central, banca privada, leasing, fiducia, factoring, etcétera.), los dedicados a la financiación de planes de seguros y pensiones (excepto los de la seguridad social de afiliación obligatoria), seguros generales, de vida, reaseguros, etcétera. Se incluyen aquí los establecimientos cuyo objeto social está centrado en desarrollar actividades inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo, efectos personales y enseres domésticos, alquiler de equipo de transporte, construcción e ingeniería civil y de equipo de oficina. Igualmente, los establecimientos consultores en equipo, programas suministro de programas de informática, procesamiento de datos. Los dedicados a realizar actividades de investigación y desarrollo básica y experimental y establecimientos que en general se dedican a prestar servicios jurídicos, contabilidad, auditoría, arquitectura e ingeniería, publicidad, etcétera.
- 11. Establecimientos de servicios comunales y personales:** Son aquellos que realizan actividades administrativas de las instituciones del Estado, que se adelantan en función de las políticas generales de la administración pública. Incluye entre otros: Administración pública y defensa; seguridad social, educación, salud, excepto las promotoras de salud y las empresas de medicina prepagada (cuando no prestan directamente el servicio de salud); servicios comunitarios, sociales y personales, tales como: eliminación de desperdicios y aguas residuales, saneamiento y actividades similares; asociaciones empresariales, profesionales y de empleadores, religiosas, políticas, etcétera; actividades de esparcimiento, culturales y deportivas, servicios a la comunidad tales como lavandería, peluquería, tratamientos de belleza y los que representan organizaciones y órganos extraterritoriales: ONG'S, FMI, el Banco Mundial y Naciones Unidas, entre otros.

**ACTIVIDAD ECONÓMICA**

Es la identificación y codificación de las actividades económicas de la persona natural o jurídica, tomando como referencia los códigos CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme).

La autoclasificación de la actividad económica es de carácter obligatoria y debe ser diligenciada para efectos de la matrícula o renovación en el Registro Mercantil de las personas naturales y jurídicas. En el formulario de matrícula o renovación aparecen cinco recuadros para el diligenciamiento de los CIU (código). Por eso, en caso de que desarrolle más de una actividad, puede describir hasta cinco, en orden de importancia.

Los códigos CIU constan de una letra y seis (6) dígitos, como se indica a continuación:

CIU 1						
LETRA	CODIGO					SHD

En cada código CIU coloque en la primera casilla la letra de la Actividad, en los seis espacios restantes el número correspondiente al Código respectivo.

El espacio SHD sólo aplica para las empresas cuya jurisdicción sea Bogotá y corresponde al código de clasificación requerido por la Secretaría de Hacienda Distrital de Bogotá, (para efectos de inscripción en el Registro de Información Tributaria RIT)

**Código CIU:**

Para encontrar el código de la actividad, necesariamente debe remitirse a los Códigos CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) que se encuentran disponibles para consulta en cualquier Cámara de Comercio.

Ejemplo: Si va a confeccionar ropa exterior para dama, debe:

- Verificar el estado general de actividades.
  - Ubicar en la lista, la descripción general que corresponda a la actividad, que en este caso está bajo el título "Industrias Manufactureras" y bajo el subtitulo "Confección de prendas de vestir; adobo y teñido de pieles".
  - Luego de identificar la actividad general, proceda a identificar la actividad específica a la que usted se dedica y que se encuentra comprendida dentro de ésta, en el caso del ejemplo, "Confección de ropa exterior para mujer y niña" y tome nota del código que aparece al frente, es decir, D181002.
- De esta forma, Usted deberá diligenciar el formulario de la siguiente manera:

CIU 1						
LETRA	CODIGO					SHD
D	1	8	1	0	0	2

(\*) Exclusivo para la Cámara de Comercio de Bogotá. Cuando la actividad que desarrolló se encuentra gravada con el Impuesto de Industria y Comercio (ICA), deberá completar el código que para tal efecto ha dispuesto la Secretaría de Hacienda Distrital, el cual podrá verificar al consultar los Códigos CIU en el capítulo "Códigos de Contribuyentes de Industria y Comercio Secretaría de Hacienda Distrital".

Ejemplo: Para construcción de edificaciones para uso residencial el Código CIU es F452100\*.

El \* tiene dos opciones:

- Construcción de edificaciones para uso residencial, a cambio de una retribución o por contrato.
  - Construcción de edificaciones para uso residencial, realizado por cuenta propia.
- De esta forma deberá seleccionar el código que se ajuste a la actividad que realiza, y diligenciar la casilla de Secretaría de Hacienda Distrital según sea el caso con el número 1 o 2.

CIU 1						
LETRA	CODIGO					SHD
F	4	5	2	1	0	2

**Descripción de la actividad económica:**

En los renglones destinados para este fin, describa breve, pero claramente, la actividad que desarrolla, de la manera que se explica a continuación, a vía de ejemplo:

- Actividad:** Es decir, el proceso que lleva a cabo. Por ejemplo: Fabricación, distribución, comercialización, asesorías, etc. Diligencie sólo una por renglón.
- El producto o servicio:** Es el resultado del proceso que desarrolla. Por ejemplo: Calzado, ropa, telas, alimentos, flores, repuestos, etc.
- Características del producto o servicio:** Se refiere básicamente al uso que se le va a dar al producto o servicio, o bien a los insumos empleados en su fabricación.
- Uso o destino de los bienes o servicios:**

Los siguientes son los ejemplos que le aclararán la forma como debe describir su actividad económica:

EJEMPLO 1. Para la confección de ropa interior para dama, la descripción contiene los siguientes elementos así:

a. Actividad o proceso: Confección.

b. Producto o servicio: Ropa

c. Características: Exterior.

d. Uso o destino: Para dama.

Si tiene alguna duda sobre la forma más adecuada de definir la actividad económica, consulte la Cámara de Comercio.

**Importador o exportador:** Marque con una X si es importador o exportador, si no realiza ninguna de estas dos actividades no marque ninguna casilla.

**Número de trabajadores a nivel nacional:** Suministre el número de empleados que tiene actualmente a nivel nacional y el porcentaje de empleados temporales. Este dato es necesario en matrícula y renovación.

**Tiempo de funcionamiento de la empresa:** Señale con una equis "X" cuánto tiempo lleva funcionando la empresa de acuerdo a los rangos de tiempo establecidos en el formulario.

**INFORMACIÓN COMERCIAL**

**ENTIDADES DE CRÉDITO con las cuales ha celebrado operaciones**

Escriba el nombre completo de dos entidades crediticias con las cuales ha celebrado operaciones, y de la oficina o lugar donde fue atendido. Puede tratarse de un banco, o de cualquiera otra entidad financiera.

**REFERENCIAS DE DOS COMERCIANTES INSCRITOS**

Escriba el nombre, teléfono y lugar de residencia de dos personas o empresas inscritas en la cámara, con las cuales haya realizado negocios.

**FIRMA**

En el espacio para firma relacione el Nombre del Matriculado o Representante Legal de la Persona Jurídica, el número del documento de identificación, marque con una equis "X" el tipo de documento y por último firme el formulario.

## E. Uso de suelos, certificado de bomberos y el registro de información tributaria (RIT)

	<b>M-FO-110 - SOLICITUD DE INFORMACIÓN SOBRE NORMA URBANÍSTICA Y/O USO DEL SUELO</b> Versión 6 acta de mejoramiento 201 de Agosto 18 de 2017 <b>Proceso M-CA-003</b> DIRECCIÓN DE SERVICIO AL CIUDADANO	Espacio para radicación

Nuestros trámites son gratuitos y no generan ningún costo.  
Al respaldo encontrará las instrucciones para diligenciar este formato.

### 1. DATOS DEL SOLICITANTE /PETICIONARIO\*:

*NOMBRES Y APELLIDOS del solicitante.	JESSICA CAROLINA PEREZ HERNANDEZ		
*Documento de Identidad	CC x NIT	Otro ¿cuál?	*Número: 1.007.764.649
*Indique la casilla dónde desea recibir la respuesta (una sola opción):			
Dirección de correspondencia	CARRERA 88 BIS # 51 20		Código Postal:
Correo Electrónico	jessicaperez0302@gmail.com		Reclama en Ventanilla SDP
*Número de teléfono(s) de contacto(s): (preferiblemente teléfono fijo)	3094353 - 3017272642		

### 2. TIPO DE SOLICITUD:

Diligencie el tipo de información que necesita:

<b>2.1 Uso del Suelo</b> Actividad Económica que va a desarrollar en el predio. (Ejemplo: cigarrería, peluquería, bar, discoteca, etc.)	La comercialización de productos de papelería
<b>2.2 Norma Urbanística</b> (Ejemplo: edificabilidad, altura permitida, antejardín, etc.)	

### 3. IDENTIFICACIÓN DEL PREDIO A CONSULTAR:

* DIRECCIÓN ACTUAL (campo obligatorio)	CARRERA 88 BIS # 51 20							
*CÓDIGO CHIP (campo obligatorio)	A	A	A	5	2	6	7	Localidad: BOSA
Barrio/ Urbanización/ Desarrollo	BOSA BRASIL						En caso de anexar documento(s) soporte, relaciónelos en el campo de observaciones.	

Observaciones que puedan orientar su solicitud/petición.	Escribir texto
--	----------------

Autoriza a la SDP la recolección de sus datos personales, los cuales serán utilizados para darle una respuesta oportuna y efectiva a su solicitud y manifiesta bajo su responsabilidad, que los datos aportados en esta solicitud son ciertos y que cumple con los requisitos para acceder a la pretensión realizada. Gracias por utilizar nuestros servicios.

Firma Solicitante / Peticionario:





## INSTRUCCIONES

Datos Personales: (\*) Los datos facilitados por usted en este formulario pasarán a formar parte de los archivos automatizados propiedad de la SDP y podrán ser utilizados por el titular del archivo para el ejercicio de las funciones propias en el ámbito de su competencia. De conformidad con la Ley 1581 del 2012, de protección de datos de carácter personal, Usted podrá ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición mediante instancia presentada.

Para el diligenciamiento de este formato utilice letra legible (imprenta), sin enmendaduras ni tachones e incluya toda la información requerida. Los campos marcados con (\*) son obligatorios, no se aceptan formularios parcialmente diligenciados, con el fin de brindar una respuesta efectiva a su solicitud.

### 1. DATOS DEL SOLICITANTE/PETICIONARIO:

- Escriba el nombre del solicitante (persona natural o jurídica).
- Marque con una X según sea la condición: cédula de ciudadanía - C.C, Número de Identificación Tributaria – NIT u otros. Ejemplo: cédula de extranjería - C.E, Registro Civil -RC.
- Indique la casilla en donde desea recibir la información, solo un medio, y diligencie el campo correspondiente. Si desea conocer el Código Postal de la dirección de correspondencia la puede consultar en el enlace: <http://www.codigopostal4-72.com.co/codigospostalesPN/>
- Escriba los números de teléfonos (preferiblemente fijo) y /o celular donde se pueda ubicar al peticionario.

### 2. TIPO DE SOLICITUD: Diligencie el tipo de solicitud que necesita:

- **Uso de suelo:** indique la actividad económica principal que va a desarrollar en el predio de consulta. (Ejemplo: cigarrería, peluquería, bar, discoteca, etc.)
- **Norma Urbanística:** señale, si necesita conocer: edificabilidad, altura permitida, antejardín, etc.

### 3. IDENTIFICACIÓN DEL PREDIO A CONSULTAR:

- **Dirección actual:** identificación del predio objeto de consulta, la cual debe corresponder al número catastral del inmueble.
- **Código Chip:** identificación predial dada por la Unidad Administrativa Especial de Catastro Distrital-UAECD a cada predio del Distrito; que tiene la localización y corresponde al predio en consulta. Si desea verificar el chip, consulte el siguiente enlace: <https://catastroenlinea.catastrobogota.gov.co/CatastroBogota/Servicios/ConsultaChip.jsp>
- **Barrio/Urbanización/Desarrollo:** nombre del barrio, urbanización, desarrollo señalado en el plano, donde se localiza el predio objeto de consulta.
- **Localidad:** corresponde al lugar (Entidad territorial de la circunscripción Distrital), nombre de la Alcaldía Local donde se ubica el predio objeto de consulta.

### NOTAS.

- Presente su solicitud en el punto de radicación de la Secretaría Distrital de Planeación-SDP, ubicado en la carrera 30 N°. 25 90, SúperCADE-CAD, en el horario de lunes a viernes de 7:00 a.m. a 5:30 p.m., o de manera virtual en la página [www.sdp.gov.co](http://www.sdp.gov.co), link "**Radicación Virtual**", ubicado en el enlace <http://sipawebfile.sdp.gov.co/webfile/>, previo registro.
- La solicitud tendrá respuesta dentro de los quince (15) días hábiles a partir del día siguiente de radicación, o salvo norma legal especial de treinta días (30).
- La respuesta se enviará por el medio que el peticionario indicó.

### EVITE ENGAÑOS:

- Los trámites ante la Secretaría Distrital de Planeación-SDP- son gratuitos y no necesita de intermediarios, absténgase de cancelar algún valor. Verifique su respuesta ingresando a la página [www.sdp.gov.co](http://www.sdp.gov.co), link "**Estado del Trámite**" y digite el número del radicado inicial y los caracteres de seguridad.

En caso de presentarse anomalías o una situación inusual informe al teléfono: 3358000 Ext 8041-8044 de la Oficina de Control Interno Disciplinario de la SDP y/o a la Línea 195.

CERTIFICADO DE BOMBEROS



SECRETARIA DEL MEDIO AMBIENTE UNIDAD BOMBEROS BOGOTA

CERTIFICA

VISTO BUENO DE SEGURIDAD A ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS Y COMERCIALES

En inspección ocular N.º: 12. Realizada el día 29 de agosto de 2020  
Al establecimiento: CREATIVE PAPER SAS  
De propiedad de: Jessica Carolina Perez Hernandez  
Administrado por: Jessica Carolina Perez Hernandez  
Ubicado en: Carrera 87 BIS # 51 20

La unidad de bomberos de Bogotá queda exenta de toda responsabilidad civil penal, en el momento en el que los propietarios alteren las condiciones mínimas de seguridad, generando riesgo para la vida humana. Se pudo constatar que cumple con los requisitos mínimos de seguridad según el acuerdo 38 de 1990, decreto 1521 de 2000, resolución 80505 de 1997 del ministro de minas y energía, ley 322 de 1996 y ley 9 de 1979. Se concede este visto bueno por el término de dos (2) años, a partir de la fecha, mientras conserve las condiciones mínimas de seguridad exigidas.

Atentamente,

LUIS ENRIQUE ECHEVERRI VERGARA

ROMAN PUERTA YEPES Coordinador Administrativo (E) Bombero de Prevención

Fecha de expedición 29/08/2020

valido hasta 29/08/2022

**A. OPCIÓN DE USO**

1. APERTURA

2. NOVEDADES

3. CLAUSURA

**B. DATOS DEL CONTRIBUYENTE**

4. TIPO DE IDENTIFICACIÓN NIT  CC  TI  NÚMERO 900 874 316 D.V.  1

5. NOMBRE COMPLETO / RAZÓN SOCIAL

CREATIVE PAPER SAS

**C. DATOS DE ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO (UBICADOS EN BOGOTÁ)**

1	MATRÍCULA MERCANTIL	00236649	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CREATIVE PAPER
	TELÉFONO	3 09 4353	DIRECCIÓN	CRA 87 BIS # 51 - 20
	FECHA DE APERTURA	DÍAS 30 MES 08 AÑO 2020	FECHA DE CLAUSURA	DÍAS <input type="checkbox"/> MES <input type="checkbox"/> AÑO <input type="checkbox"/>
2	MATRÍCULA MERCANTIL	<input type="text"/>	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	<input type="text"/>
	TELÉFONO	<input type="text"/>	DIRECCIÓN	<input type="text"/>
	FECHA DE APERTURA	DÍAS <input type="checkbox"/> MES <input type="checkbox"/> AÑO <input type="checkbox"/>	FECHA DE CLAUSURA	DÍAS <input type="checkbox"/> MES <input type="checkbox"/> AÑO <input type="checkbox"/>
3	MATRÍCULA MERCANTIL	<input type="text"/>	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	<input type="text"/>
	TELÉFONO	<input type="text"/>	DIRECCIÓN	<input type="text"/>
	FECHA DE APERTURA	DÍAS <input type="checkbox"/> MES <input type="checkbox"/> AÑO <input type="checkbox"/>	FECHA DE CLAUSURA	DÍAS <input type="checkbox"/> MES <input type="checkbox"/> AÑO <input type="checkbox"/>
4	MATRÍCULA MERCANTIL	<input type="text"/>	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	<input type="text"/>
	TELÉFONO	<input type="text"/>	DIRECCIÓN	<input type="text"/>
	FECHA DE APERTURA	DÍAS <input type="checkbox"/> MES <input type="checkbox"/> AÑO <input type="checkbox"/>	FECHA DE CLAUSURA	DÍAS <input type="checkbox"/> MES <input type="checkbox"/> AÑO <input type="checkbox"/>
5	MATRÍCULA MERCANTIL	<input type="text"/>	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	<input type="text"/>
	TELÉFONO	<input type="text"/>	DIRECCIÓN	<input type="text"/>
	FECHA DE APERTURA	DÍAS <input type="checkbox"/> MES <input type="checkbox"/> AÑO <input type="checkbox"/>	FECHA DE CLAUSURA	DÍAS <input type="checkbox"/> MES <input type="checkbox"/> AÑO <input type="checkbox"/>

**D. FIRMAS**

FIRMA CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL		FIRMA PERSONA QUIEN REALIZA EL TRÁMITE	
			
NOMBRE	JESSICA CAROLINA PEREZ HERNANDEZ	NOMBRE	JESSICA CAROLINA PEREZ HERNANDEZ
TIPO DE DOCUMENTO	C.C No. 1 007 764 649	TIPO DE DOCUMENTO	C.C No. 1 007 764 649

ESTE FORMULARIO Y SU RADICACIÓN NO TIENEN NINGÚN COSTO



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

**INSTRUCCIONES**

"Este formato debe ser diligenciado por los contribuyentes que presenten solicitud de novedades en el RIT – ICA exclusivamente en los casos en que cuente con establecimiento(s) de comercio para el ejercicio de su(s) actividad(es) económica(s)"

**INSTRUCCIONES DE DILIGENCIAMIENTO**

**A. OPCIÓN DE USO**

Marque con "X" el cuadro respectivo de acuerdo a su solicitud:

1. Apertura: Cuando se trate del primer registro del establecimiento de comercio que realiza ante la Dirección Distrital de Impuestos de Bogotá - DIB.
2. Actualización: Cuando se trate de modificar la información de establecimiento(s) ya inscrito(s).
3. Clausura: Cuando se trate de informar el cierre del establecimiento de comercio.

**B. DATOS DEL CONTRIBUYENTE**

4. Marque con "X" el recuadro respectivo y escriba el número de identificación tributaria (NIT), número de cédula de ciudadanía (CC) o número de tarjeta de identidad (TI).
5. Escriba los datos del contribuyente tal como aparecen en el documento de identificación y/o el certificado de existencia y representación legal.

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

- a. Escriba el número de la matrícula mercantil del(los) establecimiento(s) de comercio que se encuentra en el certificado de existencia y representación legal.
- b. Escriba el nombre comercial del establecimiento, el cual debe ser el mismo que registró en la Cámara de Comercio. En caso de no tener nombre comercial, escriba el nombre del contribuyente titular del establecimiento.
- c. Escriba el número de teléfono ubicado en el establecimiento de comercio.
- d. Escriba la dirección en la que se encuentra ubicado el establecimiento de comercio
- e. Escriba la fecha en la que inició actividades mercantiles en el establecimiento de comercio que inscribe.
- f. Escriba la fecha en que cerro el establecimiento de comercio (esta información en caso de que su solicitud haga referencia a clausura).

**D. FIRMAS**

7. Espacio para la firma del contribuyente - persona natural o del representante legal de personas jurídicas. Escriba el nombre, marque el tipo de documento y escriba el número de identificación de la persona natural que firma en este espacio.
8. Espacio para la firma de la persona que realiza el trámite personalmente cuando se trate de un autorizado o apoderado. Escriba el nombre, marque el tipo de documento y escriba el número de identificación de la persona natural que firma en este espacio.

**REQUISITOS**

Para dar trámite a su solicitud en todos los casos se deberá presentar el documento de identificación: Cédula de Ciudadanía, Tarjeta de Identidad o NIT.

**De tratarse de autorizado:**

- Presentar el documento de identificación del autorizado: Cédula de Ciudadanía o NIT.
- Copia del documento de identidad de quien tiene el deber de inscribirse.
- Copia del documento de identidad del autorizado.
- Carta original de autorización debidamente firmada por quien autoriza y del autorizado.

**De tratarse de apoderado:**

- Presentar el documento de identificación del apoderado: Cédula de ciudadanía o NIT.
- Poder otorgado en debida forma.

**INSTRUCCIONES ADICIONALES**

1. En virtud del convenio suscrito por la Secretaría de Hacienda Distrital, CONFECAMARAS y DIAN, su inscripción y actualización en el Registro de Información Tributaria RIT, queda surtida en el momento de registrarse o actualizar su información en la Cámara de Comercio de Bogotá, siempre y cuando:

- a. Su inicio de actividades sea posterior al 15 de abril de 2002.
- b. Su información se encuentre correctamente reportada en los formularios dispuestos por la Cámara de Comercio para tal fin.

Por lo anterior, en caso que su fecha de inicio de actividades este fechada antes del 15 de abril de 2002 o en caso de no tener la obligación de registrarse ante la Cámara de Comercio su trámite debe ser realizado en los puntos de atención presencial de los SuperCades.

2. Para la solicitud de inscripción y/o actualización para datos del contribuyente se encuentra disponible el formato 86-F-02 RIT - Contribuyente. La información del contribuyente no es susceptible de actualización a través de este formato.

3. Para acreditar la condición de persona jurídica para aquellas no se encuentren inscritas en Cámara de Comercio, se deberá adjuntar el documento privado o público que de fé de su constitución.

4. La información diligenciada en este formato debe coincidir en su totalidad con los anexos requeridos para dar trámite a la solicitud.

5. Recuerde que cuenta con un plazo de dos (2) meses desde la fecha de apertura del establecimiento de comercio, de la ocurrencia de la novedad o de la clausura del establecimiento para realizar la actualización en el RIT. de lo contrario incurrirá en las sanciones estipuladas en el artículo 71 del Decreto Distrital 807 de 1993 y/o artículos 25 y 26 del Acuerdo 27 de 2001, según sea el caso.

6. Los formatos para inscripción y/o actualización de información de contribuyente o establecimiento, están dispuestos en la página web de la entidad y podrán ser solicitados en los puntos de atención de los superCades.



## F. Relación precio costo para punto de equilibrio

N°	Productos	PRECIO VENTA	COSTO VENTA	MC \$	MC %	PEI	PEU
1	Cuadernos - 100 hojas	\$ 2,000	\$ 700	\$ 1,300	65%	\$ 160,432,298	80,216
2	Cuadernos - 50 hojas	\$ 1,500	\$ 500	\$ 1,000	67%	\$ 156,421,491	104,281
3	Lápices	\$ 800	\$ 300	\$ 500	63%	\$ 166,849,590	208,562
4	Lapiceros	\$ 1,000	\$ 500	\$ 500	50%	\$ 208,561,988	208,562
5	Libros	\$ 10,000	\$ 7,000	\$ 3,000	30%	\$ 347,603,313	34,760
6	Cartucheras	\$ 5,000	\$ 3,000	\$ 2,000	40%	\$ 260,702,485	52,140
7	Carpetas	\$ 2,500	\$ 1,500	\$ 1,000	40%	\$ 260,702,485	104,281
8	Borradores	\$ 500	\$ 300	\$ 200	40%	\$ 260,702,485	521,405
9	Block	\$ 2,000	\$ 1,000	\$ 1,000	50%	\$ 208,561,988	104,281
10	Papel crepe	\$ 600	\$ 250	\$ 350	58%	\$ 178,767,418	297,946
11	Cartulina	\$ 1,000	\$ 550	\$ 450	45%	\$ 231,735,542	231,736
12	Sacapuntas	\$ 800	\$ 200	\$ 600	75%	\$ 139,041,325	173,802
13	Minas	\$ 1,600	\$ 850	\$ 750	47%	\$ 222,466,120	139,041
14	Marcadores	\$ 2,500	\$ 1,000	\$ 1,500	60%	\$ 173,801,656	69,521
15	Correctores	\$ 2,000	\$ 1,000	\$ 1,000	50%	\$ 208,561,988	104,281
16	Tijeras	\$ 1,500	\$ 700	\$ 800	53%	\$ 195,526,864	130,351
17	Icopor	\$ 1,200	\$ 500	\$ 700	58%	\$ 178,767,418	148,973
18	Papel Regalo	\$ 800	\$ 200	\$ 600	75%	\$ 139,041,325	173,802
19	Cartón Cartulina	\$ 1,800	\$ 1,000	\$ 800	44%	\$ 234,632,236	130,351
20	Cartón Paja	\$ 2,000	\$ 800	\$ 1,200	60%	\$ 173,801,656	86,901
21	Papel Contac	\$ 3,500	\$ 2,000	\$ 1,500	43%	\$ 243,322,319	69,521
22	Fomi	\$ 1,500	\$ 700	\$ 800	53%	\$ 195,526,864	130,351
23	Cosedora	\$ 6,000	\$ 2,800	\$ 3,200	53%	\$ 195,526,864	32,588
24	Perforadora	\$ 6,000	\$ 2,800	\$ 3,200	53%	\$ 195,526,864	32,588
25	Pegantes	\$ 1,600	\$ 1,000	\$ 600	38%	\$ 278,082,650	173,802
26	Vinilos	\$ 600	\$ 350	\$ 250	42%	\$ 250,274,385	417,124
27	Colores	\$ 10,000	\$ 6,000	\$ 4,000	40%	\$ 260,702,485	26,070
28	Regla	\$ 2,000	\$ 1,200	\$ 800	40%	\$ 260,702,485	130,351
29	Tintas	\$ 2,800	\$ 1,900	\$ 900	32%	\$ 324,429,759	115,868
30	Pinceles	\$ 1,200	\$ 800	\$ 400	33%	\$ 312,842,982	260,702
31	Micropuntas	\$ 1,500	\$ 800	\$ 700	47%	\$ 223,459,273	148,973
32	Calculadoras	\$ 10,000	\$ 6,000	\$ 4,000	40%	\$ 260,702,485	26,070
33	Ganchos para cosedoras	\$ 2,000	\$ 1,300	\$ 700	35%	\$ 297,945,697	148,973
34	Gancho para carpeta	\$ 1,800	\$ 850	\$ 950	53%	\$ 197,585,041	109,769
<b>SUMA</b>	<b>34</b>	<b>\$ 91,600</b>	<b>\$ 50,350</b>	<b>\$ 41,250</b>	<b>45%</b>	<b>\$ 231,567,007</b>	<b>2,528</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>34</b>	<b>\$ 2,694</b>	<b>\$ 19</b>				

