

BEHIND THE SUN RECORDINGS

JOSE RUBIANO

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA, UNILATINA
FACULTAD DE ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES
DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN
BOGOTÁ D.C.
2019

BEHIND THE SUN RECORDINGS

JOSE RUBIANO

Trabajo presentado como requisito para optar
al título de tecnólogo en producción de radio y televisión.

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA, UNILATINA
FACULTAD DE ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES
DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN
BOGOTÁ D.C.
2019

NOTA DE ACEPTACION

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Bogotá D.C. 28 de agosto de 2019

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	11
1. CAPÍTULO I. DE LA IDEA DEL PRODUCTO O SERVICIO	12
1.1. DEL PRODUCTO Y DEL SERVICIO	12
1.1.1. Motivación y sensibilización hacia la idea empresa	12
1.1.2. Formato DOFA.....	13
1.1.3. Justificación de la idea empresa.....	13
1.1.4. Identificación de la idea empresa	16
1.1.5. Estudio económico y estadísticas del sector donde se realizará la idea empresa 17	
1.2. ESTUDIO GENERAL DEL SERVICIO A DESARROLLAR.....	22
1.2.1. Antecedentes	22
1.2.2. Microambiente	22
1.2.3. Compañía	22
1.2.4. Proveedores.....	23
1.2.5. Intermediarios	23
1.2.6. Clientes	23
1.2.7. Competidores.....	23
1.3. MACRO AMBIENTE	24
1.3.1. Cambios de tecnología	24
1.3.2. Mega tendencia	25
1.3.3. Cambios demográficos, culturales, tendencias sociales	25
1.3.4. Competencia.....	26

1.4.	BARRERAS DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES EN EL SECTOR	26
1.4.1.	Poder de negociación con los proveedores.....	26
1.4.2.	Poder de negociación de los clientes	26
1.4.3.	Productos sustitutos.....	27
1.4.4.	Diferenciales	27
1.4.5.	En precio, calidad y otros.....	27
1.4.6.	Modelo Canvas, del producto y/o servicio	27
2.	CAPÍTULO II. EL MERCADO	29
2.1.	Plan de mercadeo	29
2.1.1.	Objetivo general.....	29
2.1.2.	Objetivos específicos.....	29
2.1.3.	Estrategias de mercado	30
2.1.4.	Investigación de mercados	30
2.1.4.1.	Objetivo de investigación de mercado	30
2.1.4.2.	Diseño del estudio de investigación de mercados.....	30
2.1.4.2.1.	Instrumentos de recolección de datos primarios y secundarios	32
2.1.4.2.2.	Instrumento de recolección de datos secundarios.....	32
2.1.4.2.3.	Instrumento de recolección de datos primarios.....	35
2.1.4.2.4.	Validación del instrumento de recolección de datos primarios	35
2.1.4.2.5.	Determinación de la muestra	36
2.1.4.2.6.	Resultados de recolección de datos secundarios.....	36
2.1.4.2.7.	Análisis de información de recolección de datos secundarios	43
2.1.4.2.8.	Recolección de datos primarios	43

2.1.4.2.9. Análisis de información de recolección de datos primarios.....	43
2.1.4.2.9.1. Conclusiones generales de la investigación de mercados.....	44
2.2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO	44
2.3. LAS CUATRO P	44
2.3.1. Producto.....	44
2.3.1.1. Historia.....	44
2.3.1.2. Ficha técnica.....	45
2.3.1.3. Valor agregado	46
2.3.1.4. Diseño.....	46
2.3.1.5. Plaza (punto de venta).....	46
2.3.1.6. Ubicación geográfica	47
2.3.2. Canales de distribución.....	47
2.3.3. Precio.....	48
2.3.3.1. Costo total y unitario del producto o servicio	48
2.3.3.1.1. Determinación de costos fijos de producción o prestación del servicio	48
2.3.3.1.2. Determinación de costos variables de producción del servicio.....	49
2.3.3.1.3. Costo total	49
2.3.3.1.4. Costo individual del producto o servicio	49
2.3.3.2. Análisis de precio de la competencia.....	49
2.3.3.3. Resultado estudio de mercado	51
2.3.3.4. Precio de la competencia.....	51
2.3.3.5. Asignación de precio.....	51

2.3.3.6.	Promoción.....	51
2.3.3.7.	Imagen publicitaria.....	52
2.3.3.8.	Canales publicitarios.....	52
2.3.3.9.	Promoción en ventas	52
3.	CAPÍTULO III. ESTUDIOS TÉCNICOS DEL PROYECTO.....	53
3.1.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	53
3.1.1.	Organigrama de la empresa	53
3.1.2.	Funciones de los cargos	53
3.2.	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	58
3.2.1.	Nombre de la empresa	58
3.2.2.	Misión.....	58
3.2.3.	Visión	58
3.2.4.	Objetivos de la empresa	58
3.2.4.1.	Objetivo en rentabilidad	59
3.2.4.2.	Objetivo en crecimiento	59
3.2.4.3.	Objetivo en participación de mercado.....	59
3.2.4.4.	Matriz DOFA	60
3.2.4.5.	Matriz DOFA con estrategias.....	61
3.3.	IMAGEN CORPORATIVA	61
3.3.1.	Logotipo de la empresa	61
3.3.2.	Eslogan de la empresa	61
3.4.	ESTUDIO TÉCNICO	62
3.4.1.	Localización óptima	62

3.4.2.	Tamaño óptimo	62
3.4.3.	Tecnología del proyecto.....	62
3.4.4.	Diseño de proceso productivo	62
3.4.5.	Planimetría y diseño de planta.....	63
4.	CAPÍTULO IV. ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZATIVOS	64
4.1.1.	Riesgo patrimonial	64
4.1.2.	Figura Societaria escogida	64
4.1.3.	Definición de S.A.S.	64
4.1.4.	Minuta de constitución, concepto y documento de constitución de la empresa	65
4.2.	PROCEDIMIENTOS LEGALES PARA LA FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	72
4.2.1.	Formalización comercial	72
4.2.1.1.	Cámara de Comercio, Registro Único empresarial, Consulta de Homonimia, CIU	72
4.2.1.2.	Formalización tributaria.....	74
4.2.1.3.	Impuestos nacionales y distritales que debe tributar la empresa	74
4.2.1.4.	Registro Único tributario	76
4.2.1.5.	Trámites DIAN: Firma digital y resolución de facturación	77
4.3.	FORMALIZACIÓN LABORAL	78
4.3.1.	Breve contexto de las obligaciones laborales en Colombia.	78
4.3.2.	Afiliación patronal a EPS, FONDO DE PENSIONES y ARL.....	79
4.3.3.	Cronograma de salud ocupacional, higiene y seguridad industrial	82
4.3.4.	Funciones del comité paritario de salud ocupacional	82

4.3.5.	Reglamento interno de trabajo.....	83
5.	CAPÍTULO V. PLAN DE FINANCIACIÓN, PROMOCIÓN Y ETAPA PRE OPERATIVA	105
5.1.1.	Definición	105
5.1.2.	Estrategias para sus diseños.....	105
5.1.3.	Paquetes de trabajo: tareas de formalización comercial, tributaria, laboral, etapa pre operativa, actividades de mercadeo, licencias de funcionamiento, bomberos, Sayco y Acinpro	105
5.2.	PLAN FINANCIERO	112
5.2.1.	Costos Fijos	112
5.2.2.	Costos Variables.....	112
5.2.3.	Proyección de ventas.....	112
5.2.4.	Estado de resultados proyectado a cinco años	113
5.2.5.	Flujo de Caja del proyecto	113
5.2.6.	Indicadores financieros del proyecto empresa	113
5.3.	ESTRATEGIA DE FINANCIACIÓN, APALANCAMIENTO Y RECONOCIMIENTO FUENTES DE FINANCIACIÓN	113
5.3.1.	Determinación Inversión Mínima para el proyecto.....	114
5.3.2.	Análisis recursos propios vs recursos de los inversionistas	114
5.3.3.	Determinación de rendimientos para los accionistas.	115
5.3.4.	WAAC. Costo promedio ponderado del Capital	115
5.3.5.	Conclusiones sobre el apalancamiento financiero	116
5.4.	FUENTES DE FINANCIACIÓN PARA LA IDEA PROYECTO	116

5.4.1. Líneas de financiación y cooperación elegidas para concursar con el proyecto Fondo Emprender.....	116
5.4.1.1. Presentación de la entidad, documentación necesaria y matricula del proyecto. Resumen ejecutivo.....	117
CONCLUSIONES.....	120
REFERENCIAS	121

INTRODUCCION

BEHIND THE SUN RECORDINGS es una etiqueta de música electrónica especializada en el sonido *Drum & Bass*, la cual tiene como objetivo ser un sello discográfico de gran impacto mundial.

En el primer módulo veremos los resultados de la investigación de mercado, y como este tipo de música es tendencia en el Reino Unido, además, no solo el *Drum & Bass* como tal en esta parte del mundo, sino que también, se habla de la tendencia musical mundial y como en ciertos países aporta una gran cantidad de dinero a la economía de la nación.

Luego seguimos con la etapa de estudio, análisis y evaluación general, por consiguiente, se habla también de cómo la industria ha cambiado a través de los años, por medio de la tecnología y las nuevas formas de expresión teniendo en cuenta que ésta continúa haciéndose más grande.

Y para finalizar, vemos cómo es el desarrollo del proyecto a modo de imagen, la estructura organizacional, recursos técnicos y humanos y el entorno financiero para hacer de BEHIND THE SUN RECORDINGS una etiqueta única en Colombia.

1. CAPÍTULO I. DE LA IDEA DEL PRODUCTO O SERVICIO

1.1. DEL PRODUCTO Y DEL SERVICIO

A lo largo de nuestra existencia la música se ha manifestado de diferentes maneras, por medio de acordes, los sentimientos expresan más que las mismas palabras; es por eso que la música es el lenguaje universal, lenguaje que de una u otra manera “hablamos” a diario.

Si bien sabemos, en el mundo hay un sin número de material sonoro existente para todos los gustos, pasando desde los sonidos de tipo comercial clásico-moderno, hasta los más *Underground* de tipo industrial. Uno de los tantos derivados sonoros que hoy por hoy existe es la música electrónica. De igual manera, cabe mencionar, antes de indagar a detalle en esta idea empresa, es acerca del sonido *Drum & Bass*, el cual, es originario de Jamaica y altamente popular en el Reino Unido y que hará parte indiscutida de esta idea empresa que a continuación entra en detalle.

1.1.1. Motivación y sensibilización hacia la idea empresa

Motivación por querer hacer cosas diferentes, ser diferente ante los demás, romper las barreras culturales que impiden de cierto modo pensar diferente; son solo algunas de las ideologías que me acompañan, que hacen fortalecer mi gusto por el tipo música y el arte que muy pocos conocen en Colombia.

Muchos piensan que la música electrónica es simplemente ruido, que no significa ni expresa absolutamente nada, argumentando que, lo que no tiene vocal no es música, aparte que es de viciosos. Pero detrás de todo lo que se dice y piensa hay gente común y corriente, como usted, como yo, que en algún momento de la vida se atrevieron a pensar diferente, en producir música electrónica, que más allá de su procedencia tiene una historia que muy pocos conocen.

1.1.2. Formato DOFA

La matriz DOFA, también conocida como matriz FODA, análisis SWOT en inglés, es una herramienta analítica utilizada para la formulación y evaluación de estrategias. Generalmente suele ser usada por empresas, aunque también se puede aplicar a personas.

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Sociable Responsable	Miedo al fracazo Impaciente	Estudios Conocimientos	Envidias Competencia
Puntual	Falta de recursos necesarios	Idiomas	Oportunidades de triumfo

Imagen 1. Dofa personal. Elaboración propia.

1.1.3. Justificación de la idea empresa

El proyecto se basa en un *Indie Record Label* (sello discográfico independiente), con el fin de apoyar el talento local y mundial, con espacios en donde se dé la posibilidad para mostrar otras cosas que merecen un lugar en un país como Colombia. Para nadie es un secreto que el mercado musical colombiano es variado, existiendo una tendencia reina que en parte es tradición, y aunque rentable, contribuye para acallar otros sonidos, que de igual forma, pueden lograr ser parte de nuestra variada tendencia.

Un reciente estudio de AD (Audio.ad) señala que, el 73% de los encuestados escucha audio de forma digital, ya sea radio en internet, sitios de *streaming* de música, video y/o relacionados.

Mientras que el 84 % de los colombianos que consumen audio digital, señala que escucha música online, el 45% indica que paga un servicio de música online.

Agregado a esto, el 75% de los encuestados, escucha dicho contenido digital entre 1 y 12 horas por semana.

Entre los sitios de mayor demanda y favoritismos por los colombianos para escuchar música online, se encuentran: *YouTube* con un 69%, *Spotify* con un 22%, *Google Play Music* con un 14.7%, *iTunes* con 11.4%, *Deezer* con 11%, *Soundcloud* con 4.6% y *Amazon Music* con 3.2%.

Por otro lado, la industria global mundial refleja un aumento progresivo en plataformas de *streaming*, siendo Estados Unidos el mayor consumidor de música en todo el mundo.

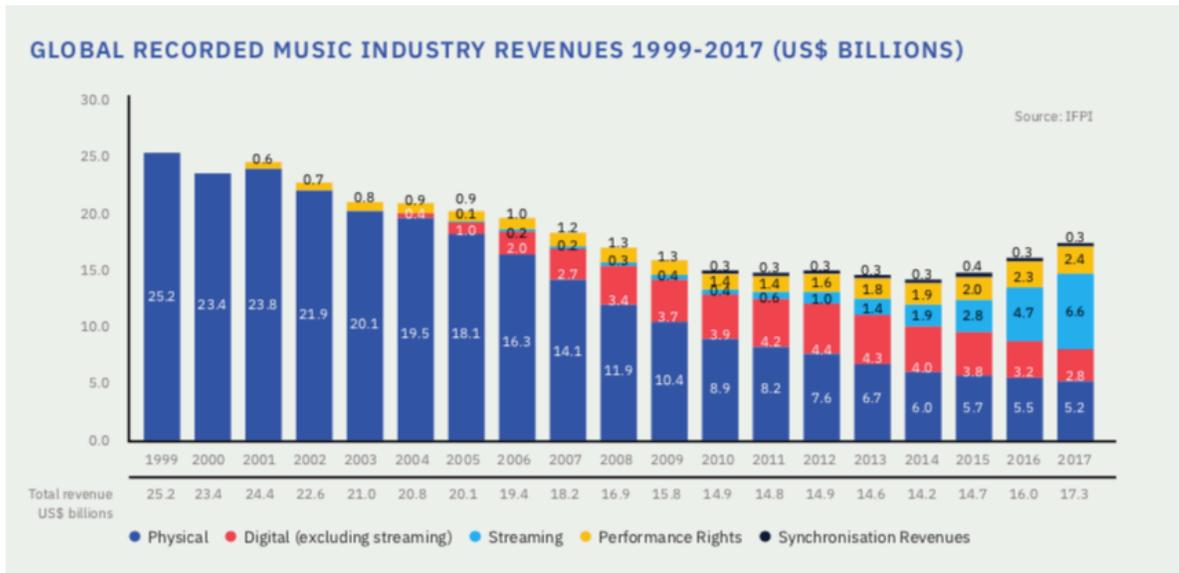
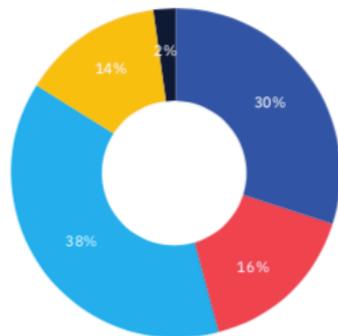


Imagen 2. Ingresos y evolución del mercado global. *Global Music Report (2018)*

GLOBAL RECORDED MUSIC REVENUES BY SEGMENT 2017



- Physical
- Digital (excluding streaming)
- Streaming
- Performance Rights
- Synchronisation Revenues

Julie Bergan courtesy of Warner Music Group

TOP TEN MUSIC MARKETS 2017



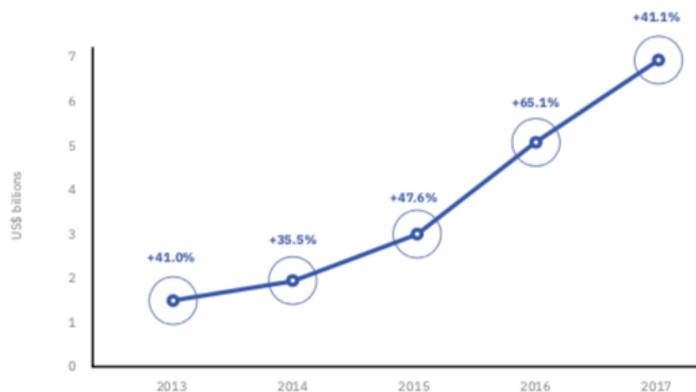
- | | |
|------------|----------------|
| 1. USA | 6. South Korea |
| 2. Japan | 7. Canada |
| 3. Germany | 8. Australia |
| 4. UK | 9. Brazil |
| 5. France | 10. China |

Imagen 3. Top 10 de países y segmentación del mercado global. Global Music Report (2018)

“We must collectively ensure that there is always recognition that, whilst music is art, it is also discovered, nurtured, created, refined, marketed and promoted.”

Ole Obermann, Chief Digital Officer,
EVP, Business Development,
Warner Music

STREAMING REVENUE GROWTH YEAR ON YEAR: 2013 – 2017



© 2018 Warner Music Group

Imagen 4. Crecimiento e ingresos por vía streaming. Global Music Report (2018)

Los usuarios predominantes oscilan entre los 16 a 64 años de edad, el 85% de la demanda mundial se encuentra en los siguientes países: Australia, Brasil, Canadá,

Francia, Alemania, Italia, Japón, México, Corea del Sur, España, Suecia, Reino Unido y Estados Unidos.

Se calcula además que cada mes YouTube tiene en promedio 1.5 Billones de reproducciones, esto equivale al 55% del mercado mundial frente a otras plataformas de *streaming*.

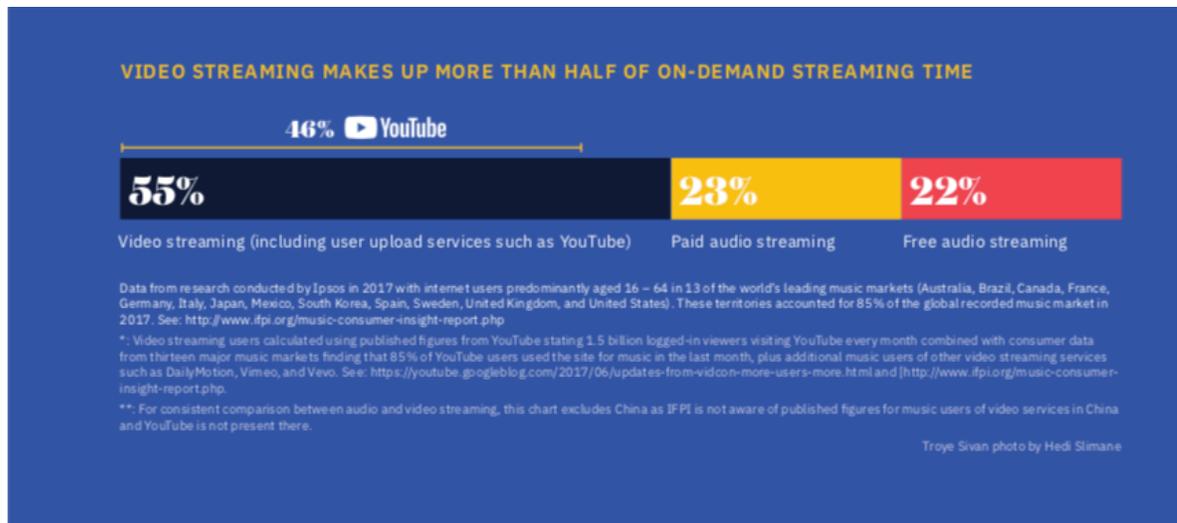


Imagen 5. Plataformas de streaming con mayor demanda. Global Music Report (2018)

1.1.4. Identificación de la idea empresa

La idea empresa se basa en un sello discográfico de música electrónica, con el fin de promover el arte, el apoyo a artistas tanto nacionales como del exterior, brindando un soporte a quienes buscan una oportunidad para darse a conocer dentro de la industria musical mundial.

1.1.5. Estudio económico y estadísticas del sector donde se realizará la idea empresa

El crecimiento de la industria musical mundial continúa imponiendo el paso, hace apenas unos años el epicentro de todo se centraba en Europa, más exactamente en Ibiza, pero hoy en día las cosas han cambiado.

Los servicios de *streaming* en el mercado americano continúan impulsando el fuerte crecimiento de la industria musical mundial, países como México y Brasil se encuentran en el top 10 de plataforma *Spotify*. Por su parte, Asia y Europa cuentan con la mayor participación.

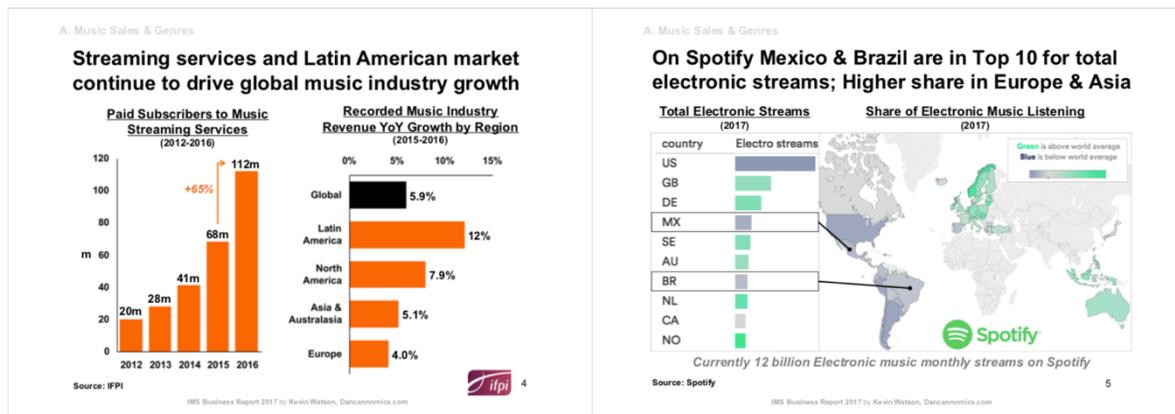


Imagen 6. Comportamiento global y crecimiento en Latinoamérica. IMS Business Report (2017)

El consumo de *EDM* en Estados Unidos aumentó un 4% en 2016, frente al 3.4% que se generó en 2015, la demanda de este género estuvo incluso por encima del latino, para convertirse en el quinto más popular en general, detrás del *Rock*, *R&B/Hip Hop*, *Pop* y *County*.

Para los servicios de *streaming* de audio bajo demanda, el *EDM* es el cuarto género más popular con un 6% de participación. El 57% de las ventas totales de este género corresponden al servicio de *streaming*, el más alto de cualquier otro género registrado en Estados Unidos.

Por su parte, en países como Alemania, la música de baile subió un 7% en 2016, convirtiéndose así, en el quinto más vendido.

Además, la participación en el mercado alemán ha crecido en cada uno de los últimos tres años, alcanzando el doble de lo registrado en 2013.

Otro dato importante es que, el 58% de los compradores de música dance tienen menos de 40 años de edad, siendo ésta la más alta proporción de cualquier otro género. Le sigue el *Rock*, con un 34%.

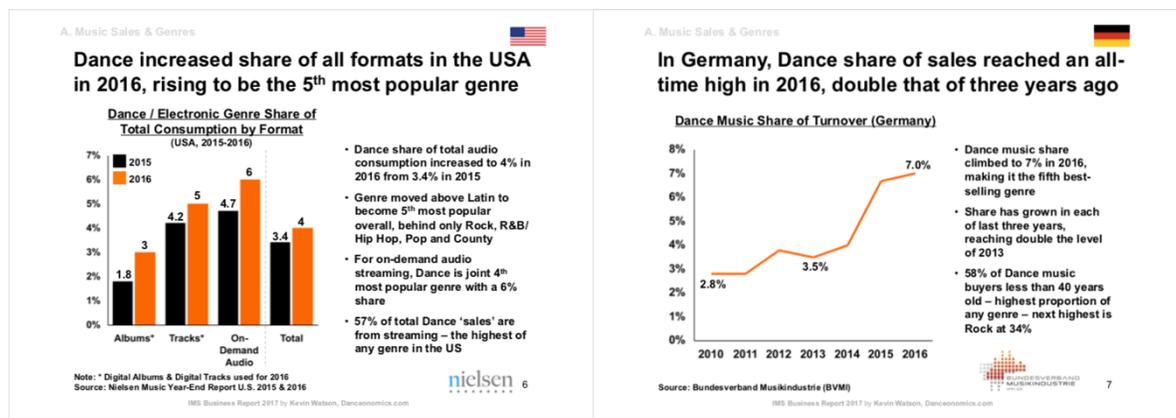


Imagen 7. Desarrollo en Estados Unidos y la popularidad en Alemania. IMS Business Report (2017)

En el mercado francés, el *EDM* fue el género más escuchado en las radios locales. En 2015, este género tenía una amplia participación, el 29%; un 10% más que cualquier otro género.

Para los servicios de *streaming*, el *EDM* tuvo la segunda mayor participación con un 22%, solo detrás del Rap. Además, el *EDM* también consiguió una cuota del 13% de *streaming* de vídeo, colocándose en tercer lugar.

El Techno, uno de los géneros más antiguos de la música electrónica moderna, hoy por hoy, continúa siendo líder en ventas. Por otro lado, el *Drum & Bass*, al igual que el *Trance*, continúan año tras año escalando posiciones en una de las plataformas de venta digital más popular y reconocida en todo el mundo.

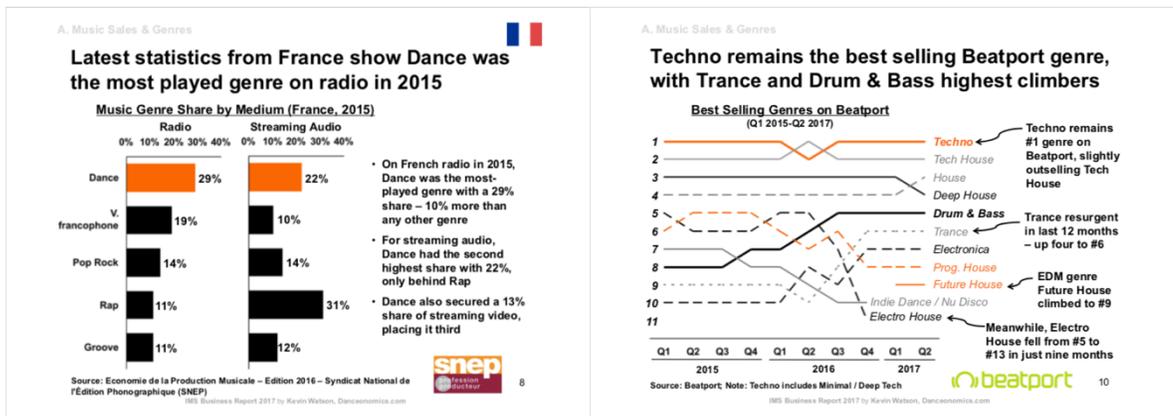


Imagen 8. Las radios francesas y el comportamiento en ventas. IMS Business Report (2017)

Algo que últimamente ha tomado fuerza es la participación del género femenino como artistas *DJs*. Dentro de los estudios que suele realizar *Thump* (revista especializada en el movimiento electrónico mundial) resalta el fuerte auge que las mujeres han tenido dentro de la escena mundial, teniendo un incremento del 17% en tan solo 24 de los más imponentes festivales del mundo.

Por su parte los *Millennials*, aportan al mercado mundial un 40%, esto solo en clubes y eventos de Estados Unidos, el 16% de la demanda norteamericana acuden a eventos con *DJs* en vivo, y solo el 14% acuden a dichos eventos por ver a un *DJ* específico.

Se estima que, 75 millones de *Millennials* corresponden a Estados Unidos, \$2 Billones de dólares en todo el mundo; el 27% de la población mundial.

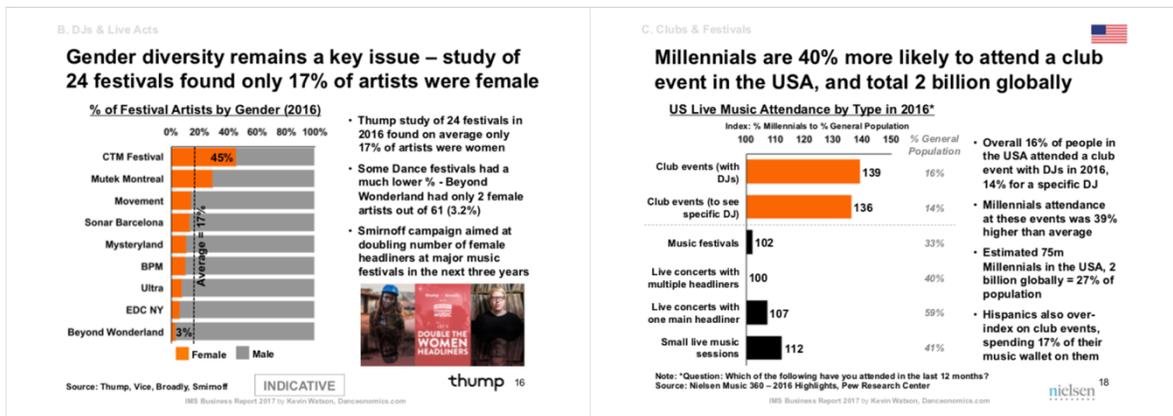


Imagen 9. El género femenino y los millennials. IMS Business Report (2017)

El crecimiento de la música electrónica a nivel de eventos se ha venido incrementando en los últimos años, si mencionamos a uno de los más reconocidos en todo el mundo ese es el *Tomorrowland*. Esta marca, originaria de Bélgica, año tras año ha venido creciendo de forma masiva con estrategias de marketing en todo el mundo, generando alianzas con terceros, para así continuar con su agigantado crecimiento.

Por otra parte, tenemos a Latinoamérica, que sorprende por sus recientes apariciones en medios especializados, como la prestigiosa *DJ Mag* y la *IMS (International Music Summit)*. Cabe destacar el liderato que México tiene frente a países como Argentina, Brasil, Colombia y Perú, con el 25% del mercado, México es hoy en día el segundo país con mayor número de reproducciones en *Spotify* de todo el mundo.

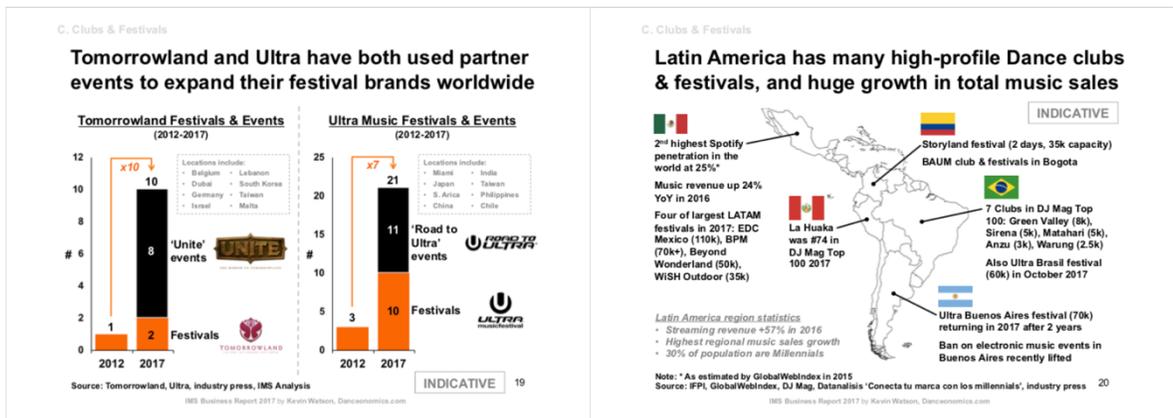


Imagen 10. Festivales masivos frente y el desarrollo latinoamericano. IMS Business Report (2017)

La demanda global continúa creciendo, los servicios de *streaming* dejan gran acogida en quienes no pueden estar presentes en los grandes festivales y clubes. El incremento de la industria musical mundial deja cada año \$7.4 Billones de dólares, eso equivale a un 3% de crecimiento anual, un gran negocio por donde se le mire.

Hoy en día, la música electrónica no existe simplemente para los clubes y los festivales, sino que también, está a la vanguardia de la tecnología, impulsando otras formas de ver la vida. Mientras el mundo continúe su camino hacia el desarrollo de nuevas formas de expresión, la música seguirá estando ahí, porque es la única en hacernos sentir humanos a pesar de todo.

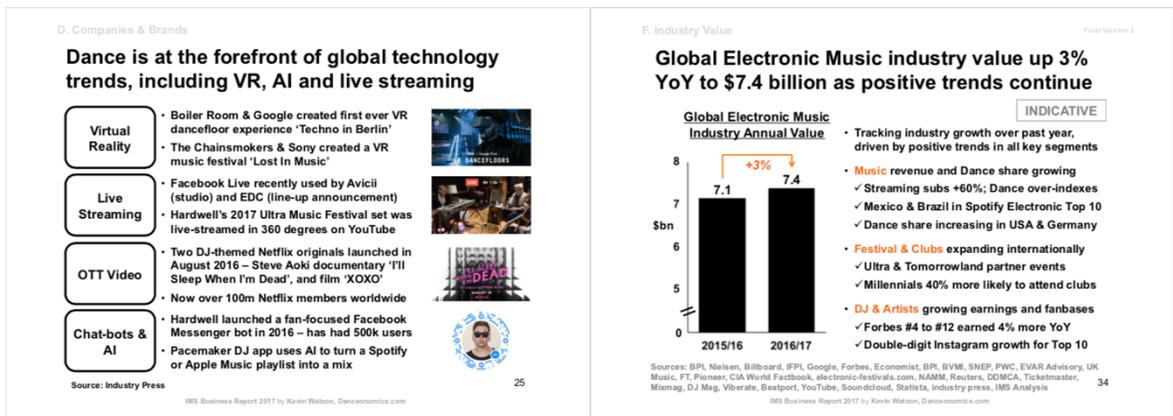


Imagen 11. La tecnología y el crecimiento musical global. IMS Business Report (2017)

1.2. ESTUDIO GENERAL DEL SERVICIO A DESARROLLAR

1.2.1. Antecedentes

Al verificar la existencia de Sellos discográficos destinados a la comercialización de *Drum & Bass* se puede comprobar la existencia de una gran cantidad que generan gran impacto y reconocimiento a nivel mundial. Sin embargo, en lo que a Colombia respecta, no existe ningún referente de este género.

No obstante, Colombia se caracteriza más, refiriéndonos a música electrónica, por los sonidos *Deep* que por los de ritmo roto, es por eso que, el número de etiquetas de *Tech House*, *Techno* y *Minimal Techno* van cada día en aumento.

1.2.2. Microambiente

Se trata de un conjunto de factores dentro del entorno de cualquier empresa en general. Se conoce además que, el cliente, dentro de sus cabalidades, es quien decide qué, cuándo y dónde adquirir sus productos y/o servicios.

1.2.3. Compañía

BEHIND THE SUN RECORDINGS es un *Indie Record Label* de música electrónica, especializado en el sonido *Drum & Bass*, con sede en Bogotá Colombia, esta etiqueta provee al mundo lo más selecto de este género.

Con un discreto toque latino, algunas veces sutiles líneas vocales, que, a su vez, pueden ser en español como en inglés, los *releases* de BEHIND THE SUN RECORDINGS marcan la diferencia ante el sin número de etiquetas que hoy por hoy el mundo contiene.

1.2.4. Proveedores

Label Worx es una empresa inglesa, encargada de la distribución de música en formato digital a las distintas tiendas digitales y plataformas de *streaming* en todo el mundo.

Rebeldes online es una agencia de publicidad española, especializada en estrategias de marketing digital y online. Esta agencia se especializa en redes sociales, gestión y optimización de las mismas y SEO.

1.2.5. Intermediarios

Son las empresas encargadas de hacer la distribución a las diferentes tiendas de todo el mundo, sea por medio de distribución digital o distribución física, (*CDs, Vinilos, DVDs*) etc.

1.2.6. Clientes

Son aquellos que viven de la música, viajando por todo el mundo, tocando en eventos de grandes proporciones, que disfrutan el amplio apoyo desde diferentes partes del mundo; los *DJs*, son pieza fundamental a la hora de fundar una etiqueta de música electrónica, pues ellos le muestran al mundo los más recientes lanzamientos que el sello dispone.

Por otro lado, tenemos al consumidor del común, el radio escucha, el cual contribuye con la divulgación de la pieza sonora, por medio de los servicios de *streaming* creando *Playlist* o simplemente de voz a voz.

1.2.7. Competidores

Si bien la industria de la música electrónica mundial ha crecido durante los últimos 20 años, de igual forma lo han hecho los *Indie Record Labels*. Solo en el género del

Drum & Bass hoy en día existe un aproximado de 150 etiquetas, con un 47% de participación, el Reino Unido es líder absoluto, seguido por Estados Unidos y Holanda con un 14% y 8% respectivamente.

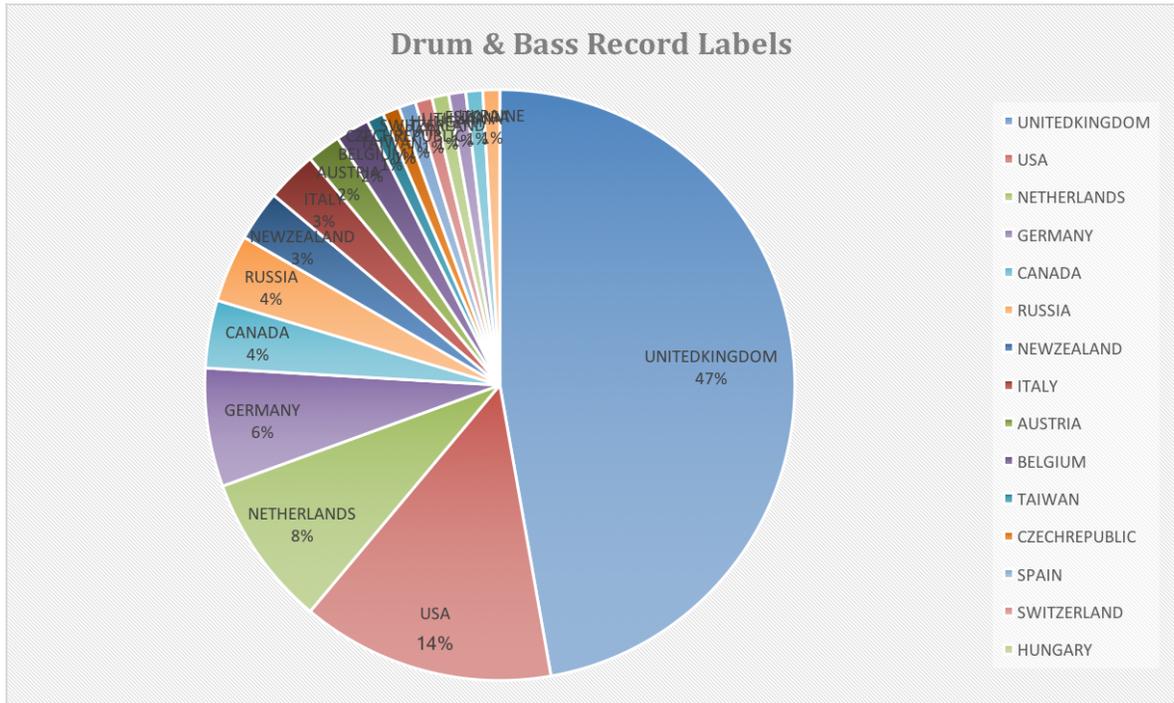


Imagen 12. *Drum & Bass Record Labels* y el dominio del mercado inglés. *Elaboración propia.*

1.3. MACRO AMBIENTE

Globalización a través de la tecnología, ambiente clave en los días digitales que conocemos, y estamos por conocer.

1.3.1. Cambios de tecnología

Tras la caída del muro de Berlín, la industria de la musical electrónica mundial se vería fuertemente afectada para bien, los *DJs* de la clandestinidad pasarían a ser los protagonistas en los aclamados *Raves*. Por otra parte, el *DJ* comenzaría a

interesarse por producir su propia música, alternando las giras y las sesiones en el *Studio*.

Si bien sabemos, la época estuvo marcada por la música en vinilo, los *Cassettes* y los inicios del disco compacto; (*el CD*). La industria musical al igual que las formas de divulgación, promoción y comercialización hoy en día ya no son las mismas de hace 20 años, para aquel entonces, apenas si podías conseguir una total de siete canciones cada semana, hoy en día, fácilmente puedes llegar a encontrar un promedio de 10.000.

1.3.2. Mega tendencia

Los medios digitales son el principal ítem de la distribución casi en tiempo real, los servicios de *streaming* han tenido gran acogida entre los consumidores en general. Hoy en día son pocas las personas que compran música en discos compactos o en vinilo, pues la facilidad que ofrece la tecnología permite hacer "*Playlists*" en cualquier momento y lugar de sus canciones favoritas, con tan solo mover el pulgar, compartiendo entre amigos, conocidos, e incluso saber el nombre de una canción cuando vas por la calle sin tener que hacer mayor esfuerzo.

1.3.3. Cambios demográficos, culturales, tendencias sociales

A través de los años a la tecnología se ha vuelto indispensable para nuestra cotidianidad, conllevando a nuevas formas de comunicación y expresión, pero a su vez, esto ha generado que la gente pierda de algún modo, el interés por adquirir música en formato físico.

Atrás quedaron los días en que los *DJs* valían más por su puesta en escena que por su popularidad y desempeño en la producción, pues los discos de Vinilo lo eran todo para ese ser que noche tras noche aglomeraba a la multitud ante sus pies.

1.3.4. Competencia

La competencia al contrario de lo que muchos piensan, nos ayuda a ser mejores en lo que hacemos y ofrecemos, es por eso que, competir de la manera más sana nos ayuda a estimular el gusto por ser los mejores.

1.4. BARRERAS DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES EN EL SECTOR

Una de las principales barreras a la hora de iniciarse en algo, y en lo que se tiene pleno conocimiento de existencia, es la adquisición de créditos e inversionistas para su posterior crecimiento. Sumado a esto, las barreras en términos de competencia, las cuales, en palabras resumidas, dominan el mercado actual.

1.4.1. Poder de negociación con los proveedores

Es importante generar desde el primer día una buena relación comercial, puesto que, como dicen por ahí, “la primera impresión es lo que cuenta.

1.4.2. Poder de negociación de los clientes

Uno de los principales objetivos de BEHIND THE SUN RECORDINGS es la generación de nuevos clientes a nivel internacional. Es por eso que, en primera instancia, los productores musicales independientes del entorno nacional e internacional con alto potencial musical son el objetivo a seguir, contribuyendo así, a la generación de cultura con estrechos lazos y gusto insaciable por la música de baile.

1.4.3. Productos sustitutos

Los productos sustitutos para BEHIND THE SUN RECORDINGS es la autonomía de cada artista. Al iniciar la carrera musical, cada uno de ellos puede producir contenido musical y desarrollar relaciones públicas para el bien propio, agregando así valor a su entorno de principiante.

1.4.4. Diferenciales

Los lapsos que existen entre el Sello y los que se manejan por parte de la distribuidora, esto conlleva a diferenciales de tiempo y de promoción para los nuevos *releases*, los cuales se deben prever con cierto orden estratégico, por ejemplo, para lanzamientos de compilados, Álbumes y de algún Single que cuente con alguna colaboración especial.

1.4.5. En precio, calidad y otros

En cuanto al precio, en la industria de la música se suele usar el término “regalías,” ya que, de acuerdo a las metas trazadas, se genera cierta suma para cubrir los gastos que se generan en el proceso, teniendo en cuenta lo que al artista se le compete. Al artista se le debe pagar por su trabajo, sea poco o mucho; ser legales de cierto modo, también ayuda a generar gran prestigio.

1.4.6. Modelo Canvas, del producto y/o servicio

BEHIND THE SUN RECORDINGS está en su total y más alta capacidad de proveer la demanda mundial, con el más alto estándar musical del mercado, apoya y descubre a los nuevos talentos, genera y brinda material sonoro para quienes tienen que buscar en países europeos tales como: Reino Unido, Alemania, Holanda y Estados Unidos.

Business Model Canvas		Diseñado por:	Diseñado para:	En:
				Iteración #
Asociados Clave <i>Para este punto no aplicaría, ya que es un único fundador. Pero teniendo en cuenta hoy en día todo se basa en lo digital, podemos de una u otra forma, hacer alianza con paginas especializadas como lo son; Fader pro, Ledge sounds, las radios online entre otras.</i>	Actividades Clave <i>Inicialmente el canal de distribución es de forma digital, teniendo en cuenta que la demanda actual se desarrolla mediante distribución en tiendas digitales, por ende, la fuente de ingresos provienen de tiendas como iTunes, Beatport, Juno, etc.</i>	Propuesta de Valor <i>Hoy por hoy la demanda Dj está reflejada en lanzamientos de gran impacto, es por eso que, la importancia de tener artistas de diferentes partes del mundo ayuda a la expansión de la industria. Una etiqueta que cuente con un amplio numero de artistas, puede satisfacer los gustos de los diferentes clientes de forma más asertiva. El mismo productor puede facilmente remixar para diferente clientes, dependiendo de lo que, el mismo esté buscando, agregado a esto, los vocalistas juegan un papel importante.</i>	Relación con los Clientes <i>En la industria de la música, la calidad y variedad juegan a favor. Liberar material de altísima calidad genera seguimiento por parte de consumidores del común, además de los Djs y distribuidoras para sus respectivos compilados.</i>	Segmento de Clientes <i>Nuestros clientes a satisfacer; los Djs, las radios FM y online, y los oyentes del común.</i>
	Recursos Clave <i>Para este punto necesitamos de un capital inicial para la creación de logo tipos, diseño Artwork y promoción en redes. Además, la distribución digital, y hacer que otros artistas cuenten con promos exclusivos, tienen un valor agregado. Distribución en formato digital, es lo primero a realizar.</i>		Canales <i>Tiendas como iTunes, Beatport, Juno, Trackitdown tienen como formato inicial, el digital, pudiendo así, llegar a casi todos los rincones del mundo. El uso de redes sociales es otra alternativa de hacer llegar en exclusiva los más recientes lanzamientos.</i>	
Estructura de Costos <i>La promoción en diferentes redes sociales, y diseño del Artworks acarrear el más alto costos.</i>		Vías de Ingreso <i>El formato digital, sigue siendo digital por más pesado que sea, la fuente de ingreso para este eslabón es por medio de pagos digitales, sea Paypal, tarjetas de credito y/o debito. Una office store, puede contribuir a un ingreso extra, mediante sede y epicentro de la etiqueta.</i>		

Creado por Marcelo Pizarro Miranda en base al trabajo de Alex Osterwalder <http://www.businessmodelgeneration.com> y a la Inspiración de David Bland <http://agile.dzone.com/news/how-create-business-model>
 Licenciado mediante Creative Commons Reconocimiento - Compartir Igual 3.0 Unported - MARCELO PIZARRO MIRANDA - <http://www.marcelopizarro.com>

Imagen 13. Modelo Canvas. Unimooc (2018)

2. CAPÍTULO II. EL MERCADO

2.1. Plan de mercadeo

BEHIND THE SUN RECORDINGS es un *Indie Record Label* con un objetivo trazado, el cual, es proveer de material sonoro a todo aquel DJ, consumidor del común y artista audiovisual. A partir de aquí se plantea el siguiente plan de mercadeo:

1. Análisis de competidores: Catálogo musical, medios y modos de distribución, valor agregado y métodos de marketing.
2. Métodos de publicidad digital: Diseño y arte gráfico, concepto emocional y visual, alcance, publicidad paga (ads).
3. Motores de búsqueda: SEO y SEM para la web, redes sociales y marketing a través de e-mail.

2.1.1. Objetivo general

El objetivo general de esta idea empresa es crear contenido sonoro para quienes tienen que, de algún modo, buscar dicho material en países europeos a falta de oferta en el nuestro. De igual forma, un sello discográfico puede generar apoyo y soporte a quienes buscan una oportunidad de demostrar su talento artístico por medio de la música, e incentivar a hacer cosas diferentes.

2.1.2. Objetivos específicos

1. Realizar una detallada investigación respecto al público objetivo de la idea empresa.
2. Realizar el correspondiente estudio de mercado de género a producir.
3. Aplicar los distintos resultados durante la investigación a la idea empresa.
4. Identificar qué países actualmente lideran el top de ventas.
5. Crear mecanismos de control y evaluación para gestionar la idea empresa.

2.1.3. Estrategias de mercado

Brindar un acompañamiento detallado de lo que el cliente en si busca, en el caso de la industria musical mundial, especialmente dirigida a mercado *DJ*, el producto debe contar con ciertos esquemas de producción, ya que ser amigable con el *DJ* tiene gran acogida dentro de este segmento.

2.1.4. Investigación de mercados

La investigación de mercados se realizó mediante una serie de encuestas cuidadosamente diseñadas, dado el caso a que el público objetivo de la idea empresa se encuentra en su totalidad en países del hemisferio norte del planeta.

2.1.4.1. Objetivo de investigación de mercado

- Conocer cuáles son los *Indie Record Labels* más influyentes de la industria.
- Tener claro y a detalle cual es la tendencia mundial.
- Saber con claridad que plataformas de *streaming* son las más ideales, ¿y por qué?
- Saber en qué países se desarrolla mejor la tendencia musical mundial.
- Conocer el tipo de mercado, sean eventos de gran magnitud, radios online y/o FM y descargas digitales.

2.1.4.2. Diseño del estudio de investigación de mercados

Brief de investigación #1	Empresa: Behind the Sun Recordings	Sector: Música
<i>Determinar la investigación requerida.</i>		

Se necesita hacer una profunda investigación tanto en el mercado nacional como el internacional. Cuál es la tendencia actual, qué plataformas de *streaming* son las más adecuadas, que países son los de mayor influencia.

Exponer el problema o la necesidad sentida.

Contar con un amplio catálogo de música electrónica producida en Colombia, para quienes buscan dicho contenido no solo tengan que acudir a países como Holanda, Alemania, el Reino Unido, entre muchos otros.

Brindar un soporte a quienes buscan una oportunidad para darse a conocer en la industria.

Estimular a otros a hacer cosas diferentes, y así salir de la rutina. “La vida es mucho más interesante cuando hacemos cosas diferentes.”

Establecer qué se busca en la información (objetivos).

- Conocer como es el proceso de creación y desarrollo de un *Indie Record Label*.
- Conocer a detalle cual es la tendencia mundial.
- Saber con claridad que plataformas de *streaming* son las más viables, ¿y por qué?
- Saber en qué países se desarrolla mejor la tendencia musical mundial.
- Conocer el tipo de mercado, sean eventos de gran magnitud, radios online y/o FM y descargas digitales.

Explicar cuáles son las decisiones que se tomarán con base en los resultados de la investigación.

- El tipo de sonido y estilo electrónico (género) a desarrollar.
- El tipo de distribución, sea por medios digitales o físicos.
- Hacia qué público objetivo va dirigido.
- Si el proyecto es viable en Colombia o no.

<p><i>Seleccionar los estudios, metodologías y sus respectivas técnicas o herramientas.</i></p> <p>Por medio de la ISM (<i>International Music Summit</i>), empresa encargada de realizar la estadística año tras año acerca del movimiento musical electrónico mundial.</p> <p>Investigación de mercado a través de encuestas virtuales, en plataformas como <i>Surveymonkey</i>, <i>Kwiksurveys</i> o <i>Google</i>.</p>
<p><i>Determinar el tiempo establecido para esta investigación.</i></p> <p>2do semestre del 2018</p>
<p><i>Definir el presupuesto.</i></p> <p>\$40.000 los cuales se implementarán en transportes, internet, impresiones y merienda.</p>

Tabla 1. Brief de investigación. Elaboración propia.

2.1.4.2.1. Instrumentos de recolección de datos primarios y secundarios

Antes de emprender la aventura de colección de datos debemos tener claro nuestro potencial público objetivo.

2.1.4.2.2. Instrumento de recolección de datos secundarios

Por medio de una encuesta a través de *Google Forms* y con carácter mundial, para tener la certeza de que nuestro público objetivo es el ideal.

1. Which of the following electronic dance music genres do you like?
 - A. Chill-out
 - B. Dubstep
 - C. Drum & Bass
 - D. Trance
 - E. Techno

- F. House
2. What is your favourite electronic dance music sub-genre?
 - A. Liquid
 - B. Neuro
 - C. Jungle
 - D. Progressive Trance/House
 - E. Tech Trance
 - F. Hard Trance
 - G. Uplifting Trance
 - H. Tech House
 - I. Electro House
 - J. Melodic Techno
 3. Which of the following versions do you prefer?
 - A. Instrumental
 - B. Vocal
 - C. Acapella
 4. How often do you go to the electronic dance music parties?
 - A. Every weekend
 - B. Twice per month
 - C. When the rave arrives
 5. Which of the following music streaming platforms do you used to listen to music?
 - A. Spotify
 - B. Dezeer
 - C. iTunes
 - D. Youtube
 - E. Radio online
 - F. Other (Please Specify)
 6. How often do you purchase new electronic dance music?
 - A. Weekly

- B. Fortnightly
 - C. Monthly
7. What genres of electronic dance music do you purchase?
- A. Chill-out
 - B. Dubstep
 - C. Drum & Bass
 - D. Trance
 - E. Techno
 - F. House
8. What sub-genres of electronic dance music do you purchase?
- A. Liquid
 - B. Neuro
 - C. Jungle
 - D. Progressive Trance/House
 - E. Tech Trance
 - F. Hard Trance
 - G. Uplifting Trance
 - H. Tech House
 - I. Electro House
 - J. Melodic Techno
9. Which of the following formats do you purchase your music?
- A. Digital
 - B. Vinyl
 - C. CD
10. If you purchase music digitally, which of the following stores do you use?
- A. iTunes
 - B. Amazon
 - C. Beatport
 - D. Juno Download
 - E. Track It Down

- F. DJ Tunes
- G. Other (Please Specify)

11. When you purchase new music, how much do you spend each time? (USD)

- A. 0 – 10
- B. 11 – 25
- C. 26 – 50
- D. 51 – 100
- E. 100+

12. Do you normally purchase music as individual tracks or in a mix?

- A. Tracks
- B. Mix
- C. Both

13. What is your preferred format of music?

- A. MP3
- B. Wav
- C. Aiff
- D. Flac

2.1.4.2.3. Instrumento de recolección de datos primarios

Se toma como referencia las distintas técnicas de recolección de datos dirigidas a:

- Experimentación
- Observación
- Cuestionarios.

2.1.4.2.4. Validación del instrumento de recolección de datos primarios

- Por medio de una previa asesoría con los tutores designados en guiar el proceso de creación del proyecto

- Posterior a ello, se dio inicio a la creación y radicación del *Survey*.

2.1.4.2.5. Determinación de la muestra

Al obtener el resultado del *Survey*, se optó por usar únicamente el segundo método de recolección de datos, dado a la complejidad que demandaba realizarla nuevamente por fuera del país.

2.1.4.2.6. Resultados de recolección de datos secundarios

A partir de la encuesta realizada a través de *Google Forms* se pudo constatar lo siguiente:

1. El 71.1% de los encuestados prefieren el *Drum & Bass* como género favorito.

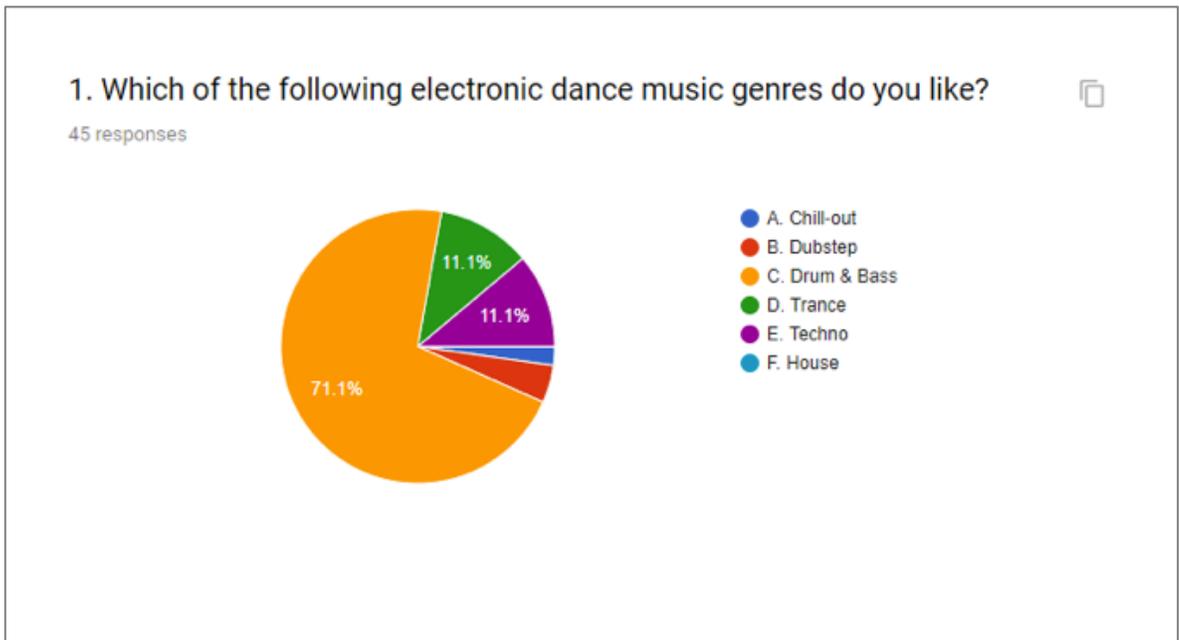


Imagen 14. Resultado encuesta, género favorito. *Google Forms*.

2. El 58.8% de los encuestados prefieren *Liquid dnb* como sub género favorito.

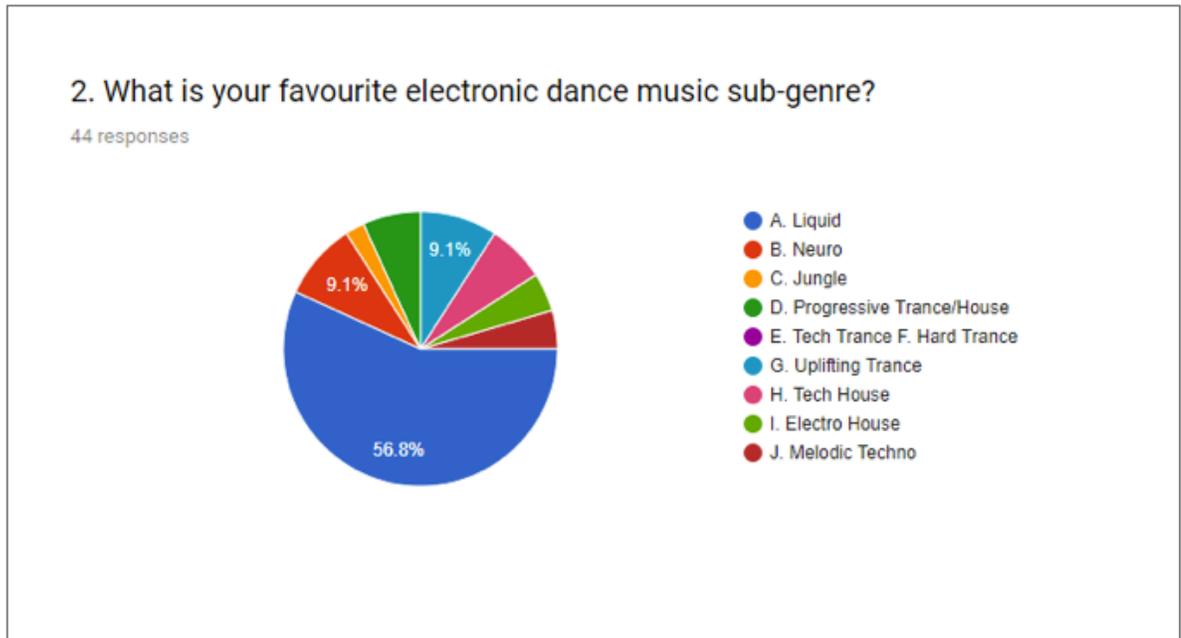


Imagen 15. Resultado encuesta, sub género favorito. Google Forms.

3. El 50% de los encuestados prefieren la versión vocal.

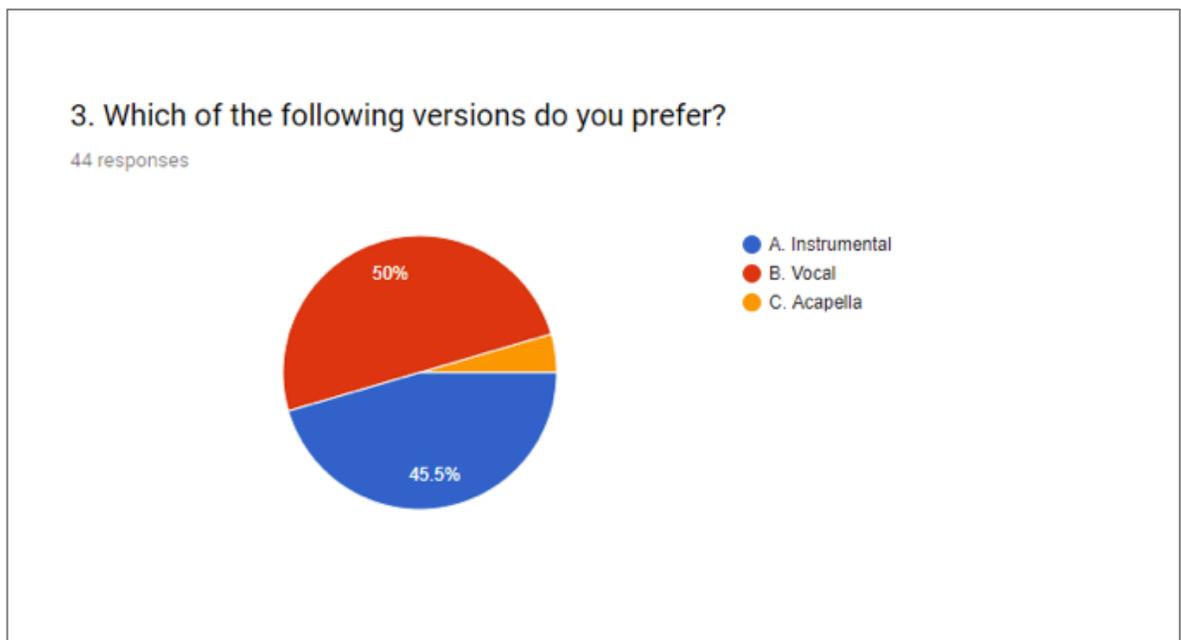


Imagen 16. Resultado encuesta, versiones favoritas. Google Forms.

4. El 64.4% de los encuestados asisten a eventos de forma masiva.

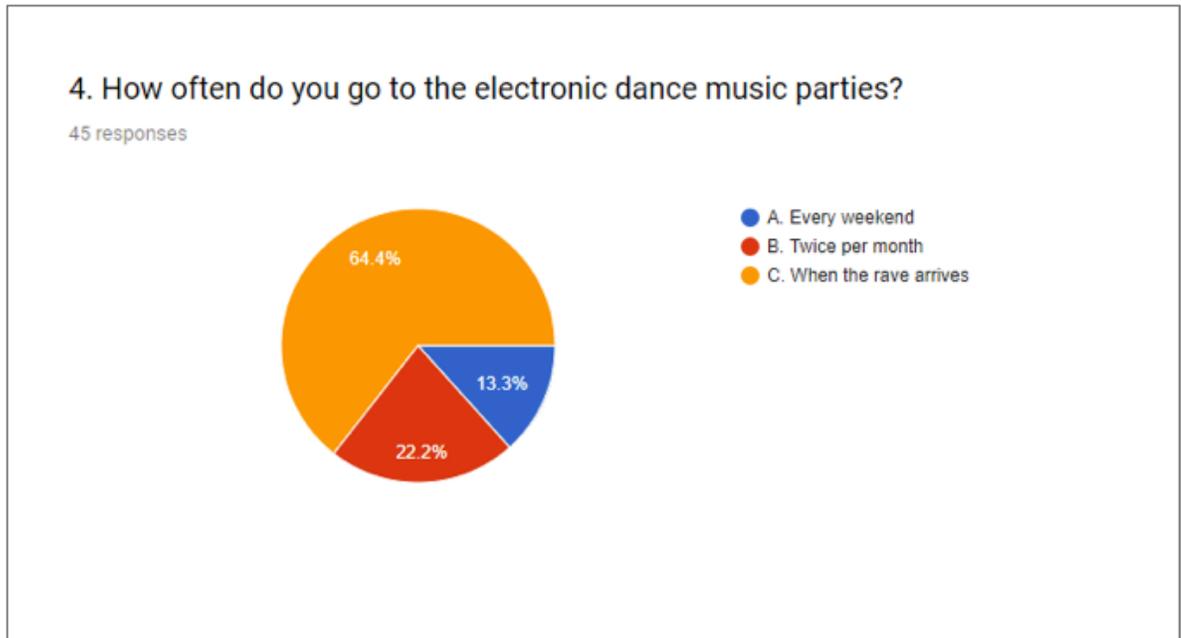


Imagen 17. Resultado encuesta, asistencia a eventos masivos. Google Forms.

5. El 33.3% prefiere el servicio de Streaming de Youtube.

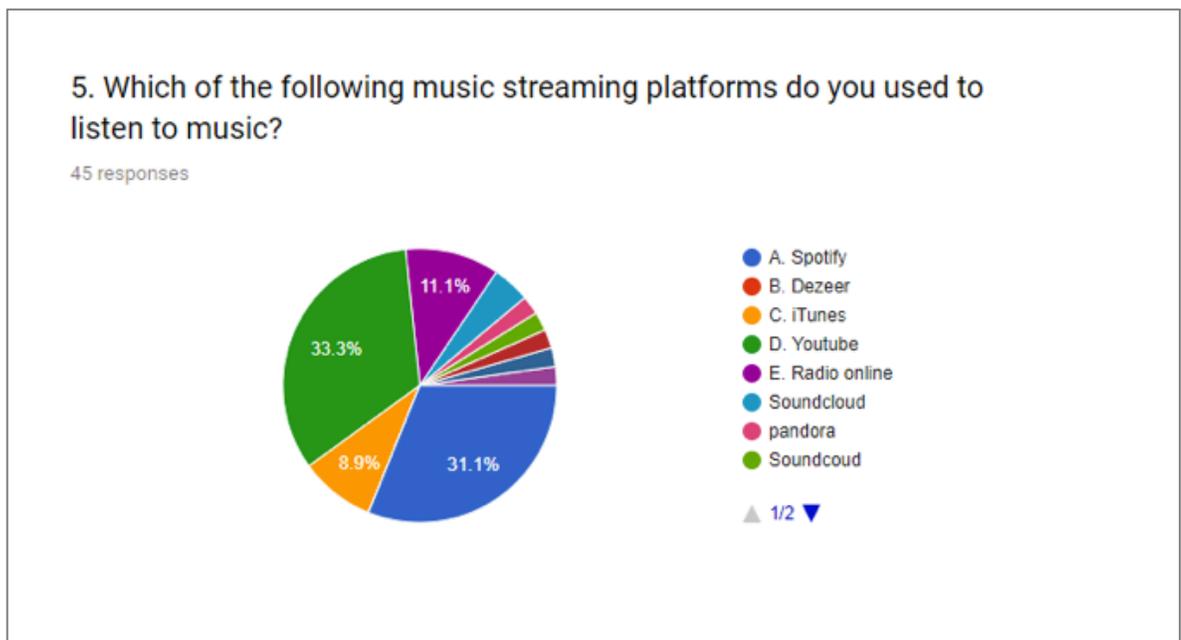


Imagen 18. Resultado encuesta, plataformas de streaming favoritas. Google Forms.

6. El 65.9% compran música mensualmente.

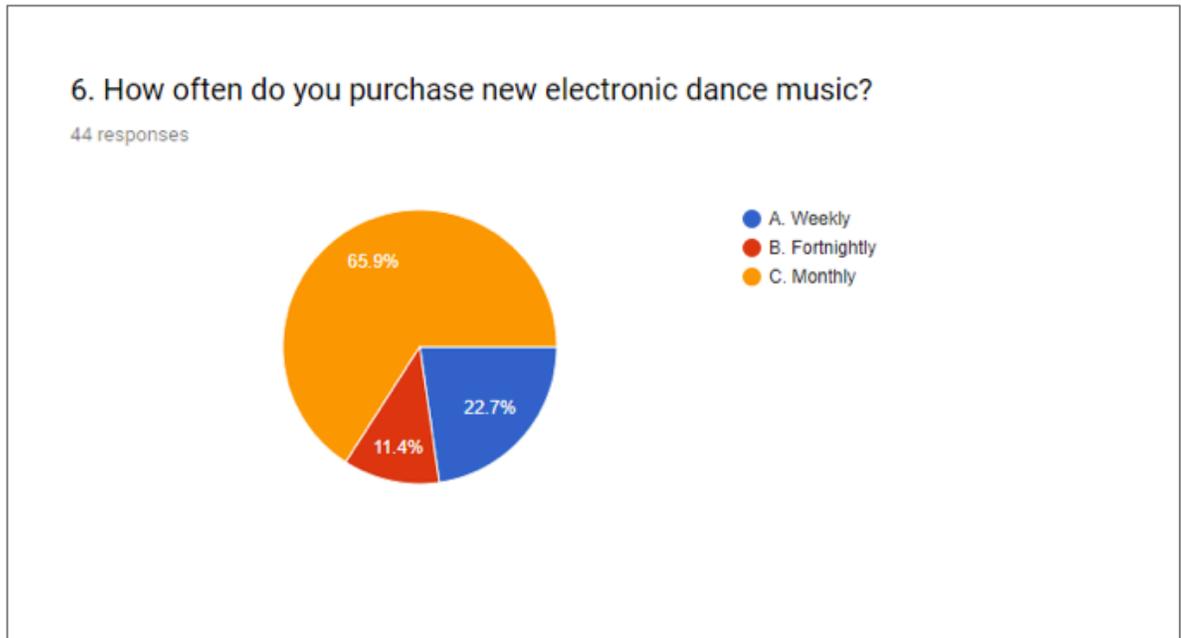


Imagen 19. Resultado encuesta, compra de música. Google Forms.

7. El género que más adquieren es *Drum & Bass* con el 66.7% frente a otros.

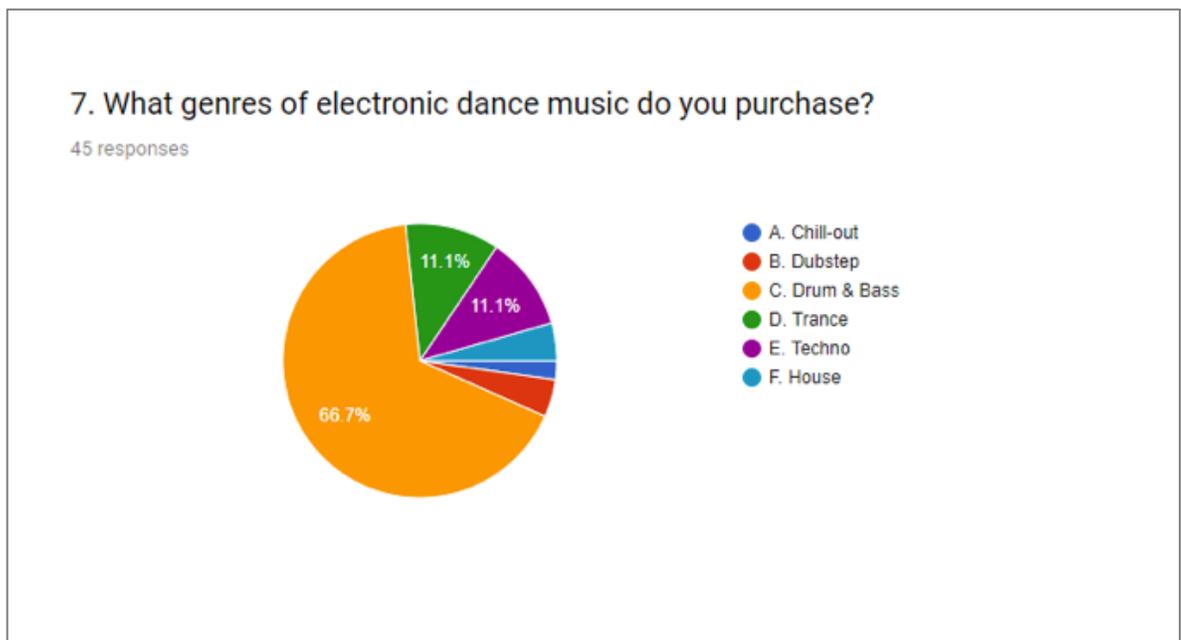


Imagen 20. Resultado encuesta, género de mayor compra. Google Forms.

8. *Liquid dnb* es el subgénero más comprado, con 56.8% respectivamente.

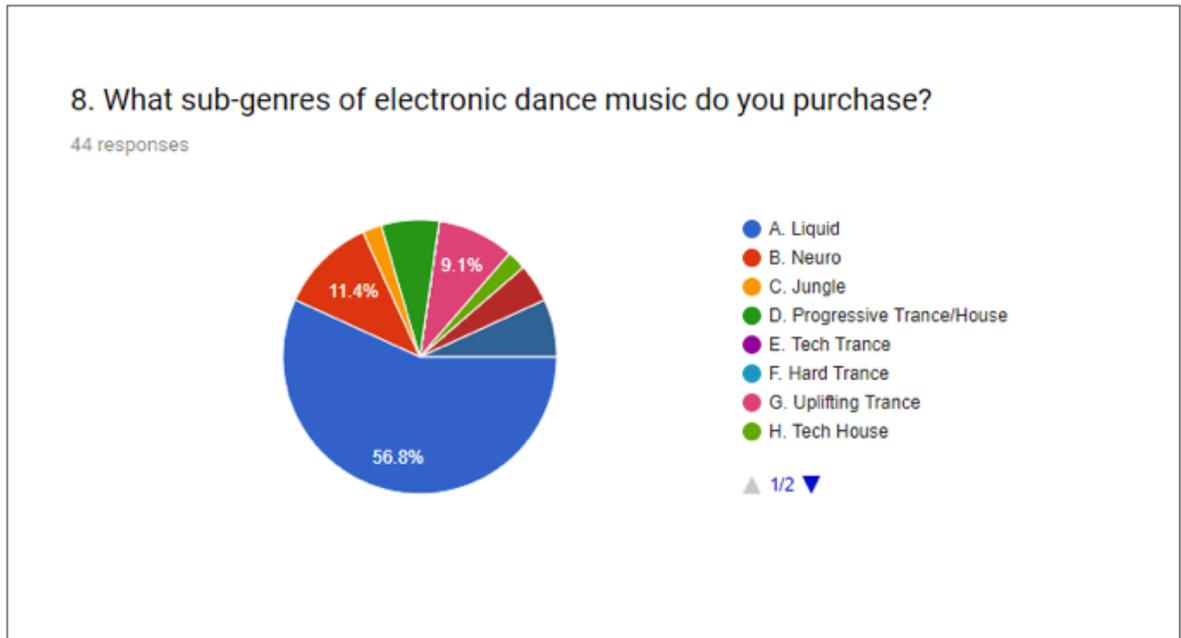


Imagen 21. Resultado encuesta, sub género de mayor compra. Google Forms.

9. El 75.6% de los encuestados prefiere el formato digital que el físico.

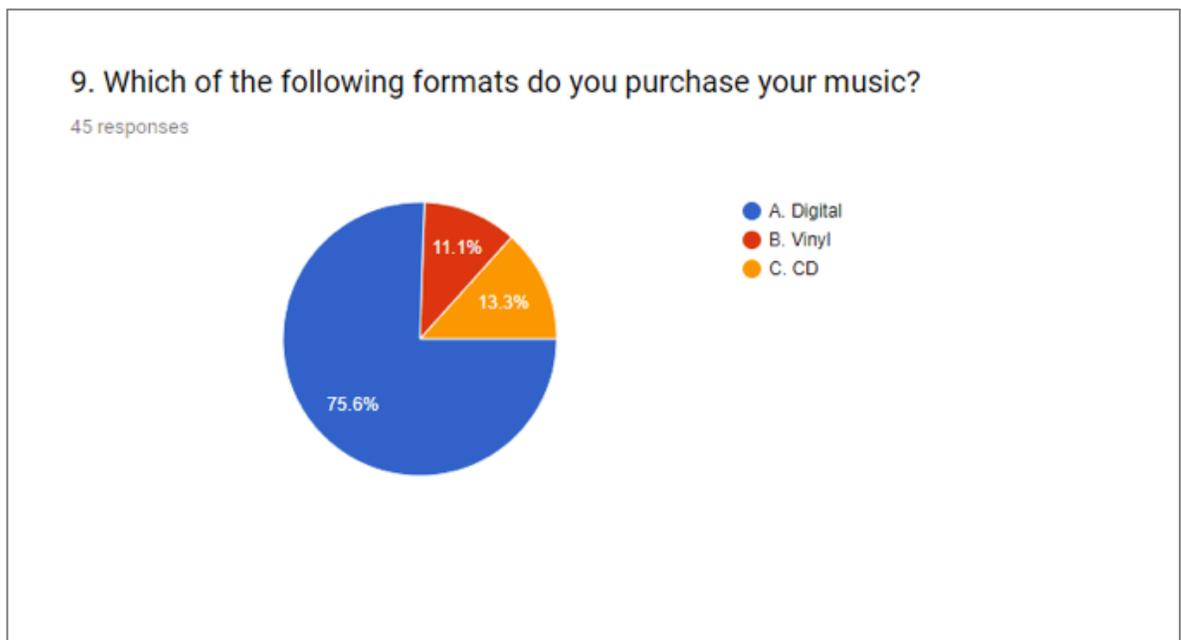


Imagen 22. Resultado encuesta, tipo de formato de mayor compra. Google Forms.

10. El 43.6% de los encuestados compran su música en la plataforma *Beatport*.

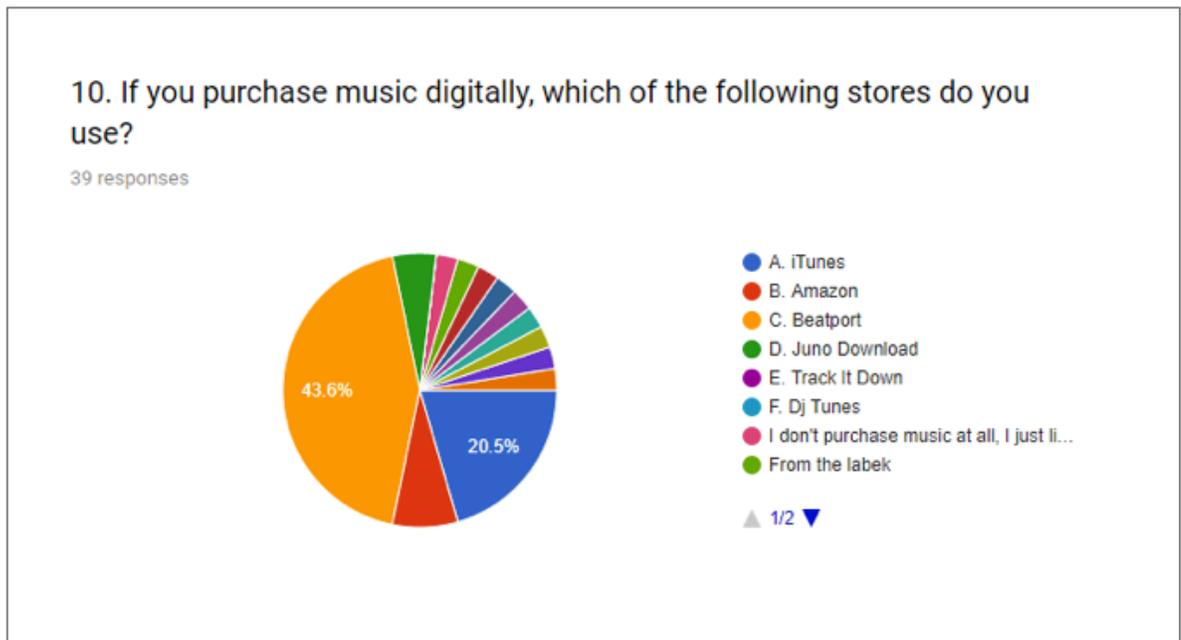


Imagen 23. Resultado encuesta, plataforma de compra online favorita. Google Forms.

11. El 46.7% de los encuestados invierten 10 dólares en cada compra.

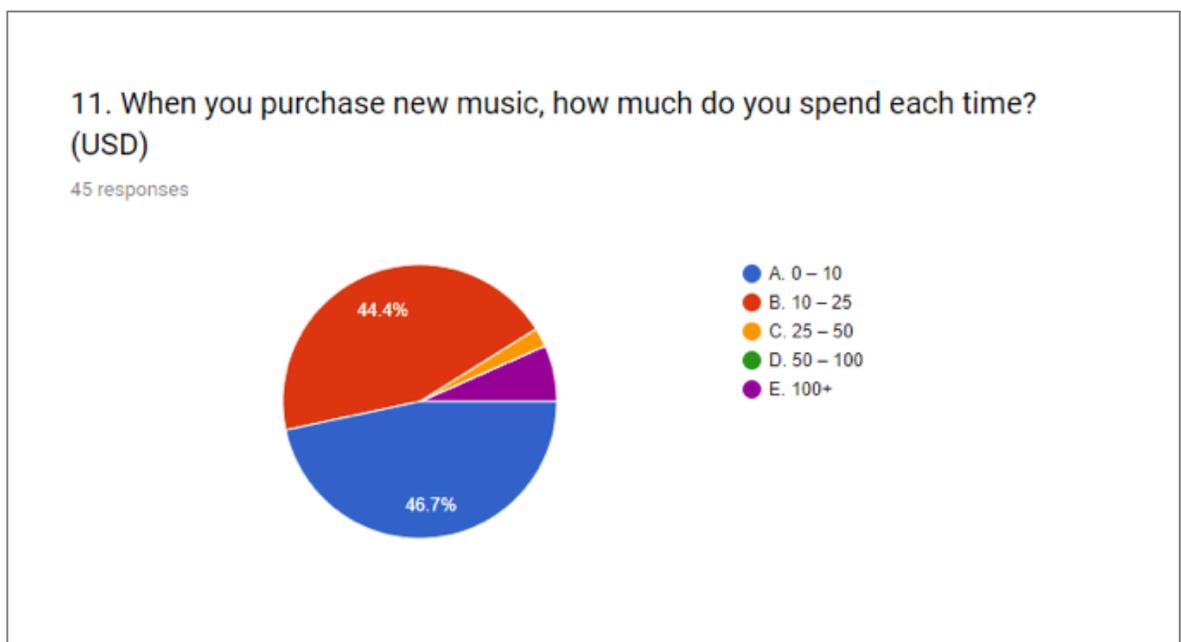


Imagen 24. Resultado encuesta, inversión en cada compra. Google Forms.

12. El 67.4% de los encuestados prefieren *tracks* de forma individual.

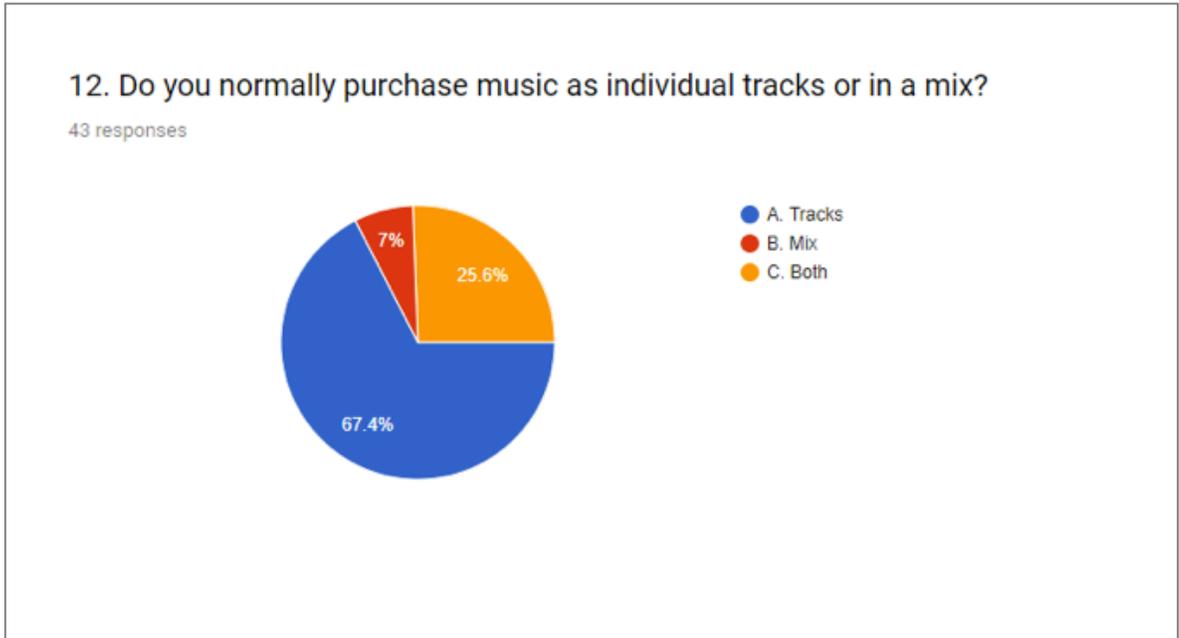


Imagen 25. Resultado encuesta, preferencia entre sesiones y canciones individuales. Google Forms.

13. El 57.8% de los encuestados prefiere el MP3 como formato digital.

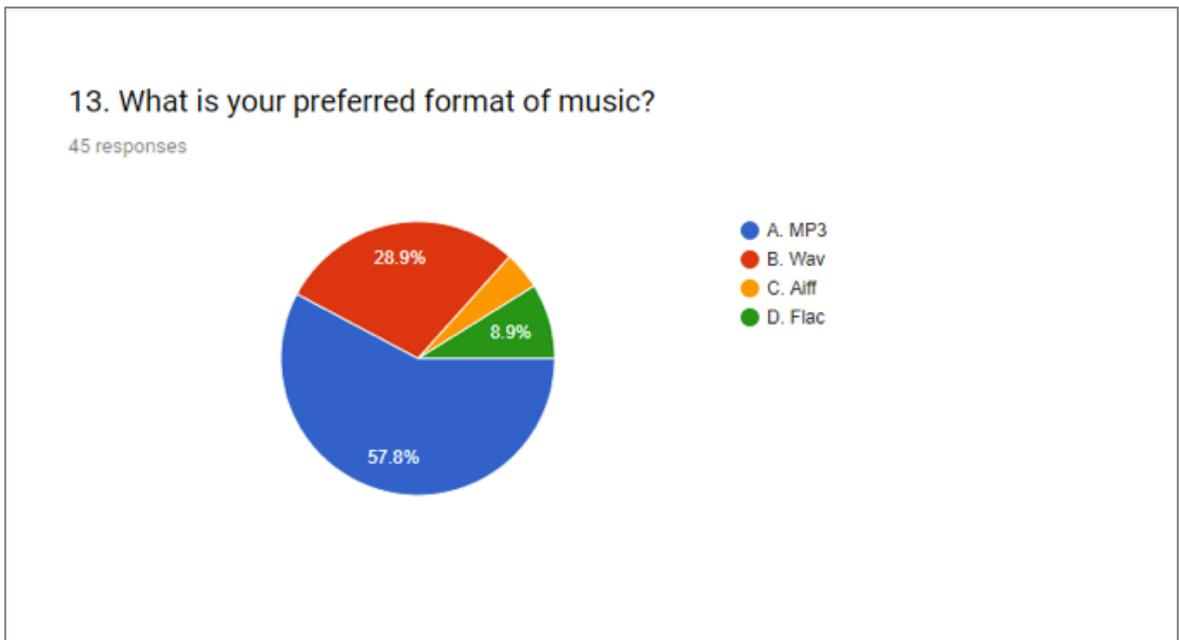


Imagen 26. Resultado encuesta, formato preferido. Google Forms.

2.1.4.2.7. Análisis de información de recolección de datos secundarios

Luego de haber realizado la encuesta a través de *Google Forms*, y posteriormente enviada a países europeos, se puede comprobar la gran popularidad y favoritismo que tiene estilo *Drum & Bass* en esta parte del mundo.

2.1.4.2.8. Recolección de datos primarios

La recolección de datos primarios tuvo un tiempo estimado de 30 días, en donde se encontraron datos relevantes realizados por *IMS (International Music Summit) Business Report*. Este análisis es realiza de forma anual.

2.1.4.2.9. Análisis de información de recolección de datos primarios

El análisis de la recolección de datos primarios arrojó como resultado lo siguiente:

- Las principales potencias del mundo tienen como cultura arraigada el estilo de música electrónica.
- Enfocándonos en el Reino Unido, el estilo de música *Drum & Bass* es llevado en el ADN por sus habitantes, de ahí la enorme popularidad de este estilo en dicha región del mundo.
- El Reino Unido tiene una participación del 47% del mercado musical mundial, esto hablando solamente del estilo *Drum & Bass* y del *Jungle* en general.
- La industria musical mundial se sigue expendiendo.
- Nuevos artistas, eventos de gran envergadura y popularidad toman fuerza año tras año.
- El aporte a la economía de los países de procedencia es de gran relevancia.

2.1.4.2.9.1. Conclusiones generales de la investigación de mercados

Si partimos de la idea que, la industria musical mundial aporta cada año a países como Alemania unos 11.000 Millones de Euros a la economía nacional, y que, además, genera en promedio unos 127.000 empleos, entonces de lo que estamos hablando es de una industria sin precedentes, la cual, se encuentra actualmente en crecimiento, un 3% al año respectivamente.

La música electrónica es, a mi modo de parecer, la industria con mayor demanda, puesto que el número de festivales cada año va en aumento, agregado a esto, las ventas en plataformas digitales, la cantidad de reproducciones en plataformas de *streaming*, el número de etiquetas independientes y el aporte que de forma directa o indirecta conlleva al desarrollo de nuevas tecnologías.

2.2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

2.3. LAS CUATRO P

2.3.1. Producto

Material sonoro en formato digital, incluyendo además, como opción, los formatos físicos como lo son el *CD* y el *Vinilo*.

Teniendo entre sus virtudes una gran flexibilidad y rapidez a la hora de moverse en un mercado tan competido como lo es el de la música.

La propuesta de valor es ofrecer material sonoro de forma gratuita a las productoras audiovisuales en surgimiento, que contribuya además, al crecimiento de los artistas.

2.3.1.1. Historia

La idea de crear un *Indie Record Label* se dio años atrás, con el deseo de querer hacer cosas diferentes, salir de algún modo de la rutina, tanto familiar como cultural, y claro, el amor por la música. Recuerdo que en algún momento les hablé a mis

amigos del tema, por desgracia ninguno de ellos se interesó, para esos días, yo comenzaba a generar mis primeros contactos no colombianos, amigos hoy en día, tanto de Argentina como de Alemania. Yo comencé produciendo Música Trance, tuve la oportunidad de liberar mis primeras producciones a través de sellos europeos, inmediatamente el apoyo generado se dio por parte de Argentina y Europa.

El deseo por querer ser independiente se fortalecía cada día, el interés por liberar música bajo un sello propio es algo que ha estado presente desde el primer contacto con la producción. Hoy en día el gusto musical ha cambiado un poco, pero el sueño de tener mi propia disquera y que esta sea de renombre mundial se mantiene vigente

2.3.1.2. Ficha técnica

NOMBRE	BEHIND THE SUN RECORDINGS
INDUSTRIA	Actividades de grabación de música
FONDOS	\$10.000.000 COP recursos inicales propios
	Equipamiento base
DESTINO FONDOS	Marketing y promoción digital
	Gastos de producción
MODELO EMPRESARIAL	S.A.S. Conformado por un único dueño
PÁGINA WEB	https://behindthesunrecordings.com
TELÉFONO	3046764672 (director)
CORREO ELECTRÓNICO	behindthesunrecordings@gmail.com
DIRECTOR	Jose Rubiano

Imagen 27. Ficha técnica. Elaboración propia.

2.3.1.3. Valor agregado

BEHIND THE SUN RECORDINGS promueve y apoya a los talentos nuevos y emergentes. Por medio de la realización de eventos que involucre a los artistas del sello, mientras que, a su vez, se da el apoyo incondicional para los procesos de: pre-producción, producción y post-producción.

Además, la industria audiovisual es un tema importante para BEHIND THE SUN RECORDINGS, es por eso que, con la debida disposición y autorización, el artista o productora audiovisual podrá hacer uso del catálogo musical con el que cuenta la etiqueta en su momento de forma gratuita.

Así pues, tampoco se descarta la posibilidad de que la productora o artista audiovisual tenga contacto directo o a través de BEHIND THE SUN RECORDINGS con los artistas que la etiqueta disponga en su momento.

2.3.1.4. Diseño

Artwork con fotografías reales, o en su defecto, diseño gráfico.



Imagen 28. Diseño Artwork. Elaboración propia.

2.3.1.5. Plaza (punto de venta)

A través de las distintas plataformas de descarga y de streaming a nivel mundial, bancos de música para proyectos audiovisuales y estaciones de radio especializadas.

2.3.1.6. Ubicación geográfica

Latitud Norte 4°35'56" 57 Longitud Oeste de Greenwich 74°04'51"30.



Imagen 29. Ubicación geográfica. Google Maps.

2.3.2. Canales de distribución

Álbumes, *EP's* o *Singles*: se hará de forma digital, por medio del sitio web oficial del *Indie Record Label*, o a través de los distintos canales de *streaming* o tiendas digitales, tales como: *iTunes*, *Beatport*, *Juno Download*, *Trackitdown*, *Dj Tunes*, *Traxsource*, etc.

De igual forma, el *merchandising* de BEHIND THE SUN RECORDINGS y de su catálogo de artistas, se podrá obtener en el sitio web oficial del *Indie Record Label*, y/o en los distintos eventos que se realicen y que involucre de alguna manera a la etiqueta.

2.3.3. Precio

El precio varía según la plataforma por donde se divulgue el material. En plataformas de descarga digital un EP cuesta en promedio 7,49 USD, mientras que un sencillo puede estar entre 1,49 y 2,49 USD respectivamente. Para el caso

2.3.3.1. Costo total y unitario del producto o servicio

Tiendas digitales como *Juno Download* tiene entre su listado musical una serie de precios que van de acuerdo a la necesidad del usuario. Esto depende en gran medida en: Exclusividad, formato de descarga, cupones de descuento, etc.

Ejemplo: *Beatport* tiene costos de descarga que van desde \$1,99 USD hasta \$2,49 USD para cada single, y un máximo de 7,49 USD para un *EP*.

2.3.3.1.1. Determinación de costos fijos de producción o prestación del servicio

SINGLE	COSTO (%)	EP	COSTO (%)	ÁLBUM	COSTO (%)
Producción musical	25%	Producción musical	31%	Producción musical	40%
Distribución digital	18%	Distribución digital	18%	Distribución digital	18%
Marketing online & offline	31%	Marketing online & offline	26%	Marketing online & offline	27%
Artwork y ads	26%	Artwork y ads	25%	Artwork y ads	15%

Imagen 29. Costos fijos de producción. Elaboración propia.

2.3.3.1.2. Determinación de costos variables de producción del servicio

SINGLE	COSTO (%)	EP	COSTO (%)	ÁLBUM	COSTO (%)
Vocalista	26%	Vocalista	19%	Vocalista	16%
Colaboraciones	11%	Colaboraciones	12%	Colaboraciones	13%
Pack de samples	22%	Pack de samples	20%	Pack de samples	18%
Merchandising	20%	Merchandising	25%	Merchandising	28%
Equipamiento extra	13%	Equipamiento extra	15%	Equipamiento extra	15%
Actualizaciones de software	3%	Actualizaciones de software	3%	Actualizaciones de software	3%
Servicios públicos	5%	Servicios públicos	6%	Servicios públicos	7%

Imagen 30. Costos variables de producción. Elaboración propia.

2.3.3.1.3. Costo total

El costo total está sujeto a la opción final que el usuario decida, ya sea a través de descarga digital o de streaming. No es lo mismo el costo de un *Single*, o de un *EP*, a una suscripción mensual de contenido musical.

2.3.3.1.4. Costo individual del producto o servicio

Tiendas especializadas como *Beatport* manejan un costo individual de 2.49 USD por descarga, el costo está sujeto a tipo de compra, *EP*, Álbum, Compilado, etc. Agregado a esto, no todas las tiendas manejan la misma moneda, la libra esterlina se hace presente en algunas otras, como es el caso de *Bandcamp*.

2.3.3.2. Análisis de precio de la competencia

Entre los competidores más fuertes se encuentran dos grandes sellos discográficos establecidos en Europa. Estos dos grandes cuentan con una trayectoria en el mercado de más de 20 años, además, cuentan con un extenso catálogo artistas y material sonoro de gran prestigio internacional.

Hospital Records	<p>Hospital Records es un sello discográfico independiente con sede en el sur de Londres. Principalmente con el lanzamiento de Drum+Bass, el sello se inició en 1996 por Tony Colman y Chris Goss. El sello es el hogar de artistas como High Contrast, London Elektriccity, Netsky, Danny Byrd, Camo & Krooked, Logistics, Nu: Tone, Fred V & Grafix y Cyantific, pero también publica temas de muchos otros artistas de la D+B género. Desde su sede en Forest Hill, en el sur de Londres, Hospital Records también maneja la etiqueta más experimental Med School, así como la compañía editorial "Songs In The Key Of Knife" y su marca de eventos mundial "Hospitality". <i>(Fuente: Hospital Records)</i></p>
Fokuz Recordings	<p>Fokuz Recordings fue fundada a principios de 1999 por Dreazz, quien viajaba semanalmente al Reino Unido, comprando y vendiendo discos para su tienda y distribución de importación en Rotterdam Triple Vision Record Distribution.</p> <p>15 años después, Fokuz Recordings recopiló un impresionante catálogo que incluye música de las primeras etapas de la carrera de los artistas reconocidos / respetados de hoy en día como Lenzman, Spectrasoul, Alix Perez y muchos otros.</p> <p>La lista actual incluye talentos prometedores como Macca & Loz Contreras, Malaky, Satl, Kasper, Silence Groove y Soligen & Type 2, todos ellos que impulsan su distintiva combinación de sabrosos, conmovedores tambores y bajos. ¡Siempre con respecto al pasado, pero definitivamente con una mirada hacia el futuro! <i>(Fuente: Fokuz Recordings)</i></p>

Tabla 2. Competidores. *Elaboración propia.*

2.3.3.3. Resultado estudio de mercado

El estudio de mercado de este proyecto da para positivo, partiendo de que, en Latinoamérica, no existe un sello discográfico de tal nivel que tenga entre su catálogo artistas electrónicos, y mucho menos que tenga gran influencia en la industria de la música electrónica de baile.

2.3.3.4. Precio de la competencia

El acuerdo artista – *Indie Record Label* para una producción musical, dentro del entorno Música electrónica de baile (*EDM*) se encuentra sujeto a un porcentaje promedio de 50/50.

2.3.3.5. Asignación de precio

Todo artista, *Indie Record Label* y/o plataformas de distribución digital del entorno musical está sujeto a una serie de normas en cuanto a precios se refieren. De modo que, el costo de las regalías está sujeto a dichas normas.

2.3.3.6. Promoción

Para mantener una constante comunicación con los clientes se utiliza una variedad de tácticas:

- Publicidad online a través de las distintas redes sociales.
- Promociones de ventas como cupones de descuento o regalos
- Relación continua mediante el envío de copias firmadas por el artista de lanzamiento.
- Marketing directo

2.3.3.7. Imagen publicitaria



Imagen 31. Imagen publicitaria. Elaboración propia.

2.3.3.8. Canales publicitarios

En el entorno online:

- Banners en paginas web asociadas
- Instagram
- Facebook
- YouTube
- Twitter

En el entorno offline:

- Eventos locales
- Tiendas de música

2.3.3.9. Promoción en ventas

A través del servicio *Promo box* los *DJs* podrán obtener en primicia los más recientes lanzamientos del sello. Siendo este medio, uno de los más directos con el artista, ya que contar con lo más selecto y exclusivo es un factor fundamental para la carrera del *DJ*.

Así pues, con una previa suscripción se puede acceder al catálogo discográfico del sello de forma exclusiva, incluso con días previos al lanzamiento oficial.

3. CAPÍTULO III. ESTUDIOS TÉCNICOS DEL PROYECTO

3.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

3.1.1. Organigrama de la empresa



Imagen 32. Organigrama de la empresa. Elaboración propia.

3.1.2. Funciones de los cargos

DIRECCIÓN GENERAL: Coordinar y supervisar el buen funcionamiento de la empresa. Asistiendo en el desarrollo de objetivos de mejora a corto y largo plazo.

Las principales funciones para este cargo son:

1. Asesorar a cada una de las Gerencias en la toma de sus decisiones.
2. Aprobar y revisar los planes de trabajo de cada uno de las Gerencias.
3. Preparar y presentar los reportes de cumplimiento de producción y financiero para la Junta Directiva.
4. Ejecutar y transmitir los acuerdos emitidos por la Junta Directiva.
5. Realizar reuniones semanales con todas las gerencias.
6. Realizar reuniones constantes con los asesores legales de la empresa.

7. Preparar la documentación solicitada por la Junta Directiva para la asamblea de socios.
8. Asistir a congresos relevantes a la industria y extender la cadena de contactos.
9. Desarrollar programas de calidad empresarial.
10. Velar por la maximización de las utilidades de la empresa.
11. Mantener contacto directo con las entidades financieras.
12. Analizar los reportes de cada una de las gerencias.
13. Aprobar y controlar los presupuestos anuales de la empresa.
14. Mantener relaciones constantes con los clientes más representativos para la empresa.
15. Participar en las negociaciones comerciales con clientes y proveedores.
16. Desarrollar planes de inversión de crecimiento.

ASUNTOS LEGALES: Realizar estudios de las situaciones legales de la empresa a nivel comercial administrativo o de legislación laboral. Las principales funciones para este cargo son:

1. Llevar a cabo acciones o defensas judiciales, en el momento que la empresa lo solicite o sea conveniente.
2. Gestión de derechos de autor.
3. Atender y resolver consultas o requerimientos de información de funcionarios de la empresa.
4. Analizar y firmar toda correspondencia que recibe y emite la Asesoría Legal.
5. Gestión de contratos entre el artista y la compañía disquera..
6. Velar porque los requerimientos fiscales sean siempre cumplidos y asesorar en las auditorias que pueda tener la empresa.

FINANZAS Y CONTABILIDAD: Supervisar y Realizar la contabilidad de los proyectos asignados. Elaborar todas las herramientas contables para la toma de decisiones de la empresa. Las principales funciones para este cargo son:

1. Realizar las revisiones mensuales de la información contable.
2. Revisar los costos y avalúos de los activos de la empresa y controlar las depreciaciones de los activos.
3. Firmar los estados financieros mensuales previamente revisados y corregidos.
4. Realizar la revisión y corrección de los estados financieros emitidos durante el mes.
5. Velar por que la contabilidad de la empresa se mantenga al día.
6. Emitir los reportes tributarios y realizar las presentaciones de dichos pagos tributarios.
7. Revisar que la contabilidad se mantenga sobre los lineamientos financieros mundiales.
8. Realizar las revaloraciones de los activos cuando la empresa así lo requiera.
9. Revisar que se mantenga el orden de los respaldos contables que le dan sustento a la contabilidad mensual.
10. Revisar el catálogo de cuentas y modificarlo cuando sea necesario.

DISEÑO Y ARTE: Coordinar y asistir en el desarrollo gráfico de la imagen de la empresa, y en el diseño de material publicitario. Las principales funciones para este cargo son:

1. Determinar con el departamento de mercadeo para definir los conceptos de diseño que se buscan.
2. Analizar el concepto y realizar al menos 3 propuestas de diseño para escoger.
3. Realizar sesiones fotográficas como apoyo para las propuestas del concepto.
4. Manipular y/o arreglar las fotografías tomadas utilizando los programas de cómputo para tal fin.

5. Elaborar el plan de uso de las imágenes y recomendaciones para un óptimo uso y acorde con el plan de impulsión de la imagen.
6. Supervisar las funciones de su personal a cargo y coordinar con ellos el calendario de funciones.
7. Elaborar los reportes de actividades y de resultados dándoles el seguimiento correspondiente.

PUBLICIDAD Y MERCADEO: Diseñar y dirigir las campañas publicitarias asignadas velando por el cumplimiento eficaz de cada campaña. Las principales funciones para este cargo son:

1. Estudiar los estudios de mercado.
2. Proponer diseños, slogans que soporten la campaña.
3. Definir el segmento de mercado a abordar.
4. Elaborar estrategias de comunicación de la información de las campañas hacia el personal de la empresa.
5. Verificar el impacto de las imágenes y slogans utilizados en la campaña.
6. Realizar eventos que promuevan la campaña publicitaria.
7. Desarrollar ideas para llegarle al cliente (fuera de campañas).
8. Diseñar mini campañas para el posicionamiento de la empresa.
9. Elaborar los reportes de funciones y de incidencias.
10. Elaborar los reportes de resultados de las campañas.

ÁREA DE VENTAS: Maximizar la rentabilidad de la empresa por medio del incremento de las ventas, incrementando el volumen colocando el producto al mejor precio posible. Las principales funciones para este cargo son:

1. Elaborar el esquema de ventas, basándose en el plan anual/semestral de mercadeo.
2. Capacitar y motivar constantemente a su fuerza de ventas.
3. Difundir los resultados de venta semanal o mensual a cada uno de los supervisores.

4. Realizar reuniones sorpresa y/o semanales con la fuerza de ventas. Coordinar y realizar las visitas a los Clientes Premium o Corporativos.
5. Apoyar a su fuerza de ventas en visitas previamente planificadas.
6. Controlar el presupuesto de ventas, en comparación a la venta real.
7. Atender y resolver cada una de las quejas expuestas por cada Cliente.
8. Realizar las verificaciones de las entrega de los productos vendidos en el tiempo indicado acorde a lo prometido al Cliente.
9. Brindar constante retroalimentación al departamento de mercadeo.
10. Controlar y aprobar las comisiones a la fuerza de ventas.
11. Verificar la factibilidad de venta de los nuevos productos y documentar dicha información.
12. Elaborar los reportes mensuales de resultados y de quejas atendidas.

COLABORARO / RA, OFICIOS VARIOS: Mantener el aseo y orden de las instalaciones de la empresa. Revisar que los implementos de limpieza y cuidado de higiene personal estén suplidos. Las principales funciones para este cargo son:

- 1) Realizar la limpieza diaria de las instalaciones de la empresa al iniciar labores.
- 2) Recolectar los desechos de cada uno de los escritorios de la sección que se le asigne limpiar.
- 3) Recoger los utensilios dejados en los escritorios (tazas, botellas vasos, etc.), y encargarse de su limpieza.
- 4) Lavar y guardar los utensilios del personal de uso común.
- 5) Mantener limpios los servicios sanitarios de la empresa en todo momento.
- 6) Mantener el inventario en orden de los productos de limpieza e implementos de cuidado e higiene personal.
- 7) Asistir en la empresa atendiendo visitas o en reuniones.
- 8) Llevar los controles de limpieza en orden y al día.

3.2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

3.2.1. Nombre de la empresa

BEHIND THE SUN RECORDINGS

3.2.2. Misión

BEHIND THE SUN RECORDINGS tiene como misión proveer lo más selecto del *Drum & Bass* al mundo antero, mientras que, a su vez, apuesta a los nuevos talentos, esos que de una u otra forma se encuentran ocultos esperando ser descubiertos por la calidad de sus producciones.

3.2.3. Visión

BEHIND THE SUN RECORDINGS tiene como visión ser líder indiscutible del movimiento *Drum & Bass* local, apoyando desde todos los puntos de vista a los nuevos talentos. Mientras que, al mismo tiempo, genera alianzas con las diferentes radios online y FM especializadas de todo el mundo.

3.2.4. Objetivos de la empresa

BEHIND THE SUN RECORDINGS tiene como objetivo elaborar alianzas estratégicas de gran impacto a nivel mundial, para proveer lo mejor del *Drum & Bass* a *Djs* y eventos de talla mundial, al mismo tiempo la genera oportunidades para productores y *Djs* que aún se encuentran a la espera por ser descubiertos.

1. Crear mecanismos de control y evaluación para gestionar el presente proyecto.
2. Identificar la situación externa del sello BEHIND THE SUN RECORDINGS.
3. Definir estrategias adecuadas para dar inicio al posicionamiento mundial.
4. Modelar un estilo único que nos permita escalar en el posicionamiento global, permitiendo así tener una amplia participación en la industria.

5. Diseñar una estrategia que posicione al *Indie Record Label* en lo más prestigioso a nivel mundial.

3.2.4.1. Objetivo en rentabilidad

El objetivo de rentabilidad se analiza desde el punto de vista en el que el artista deje de buscar rentabilidad en lo que se conoce en la industria musical como un entorno *Do It Yourself* (hazlo tú mismo) cambiando hacia el entorno *Do It Together* (hagámoslo juntos).

3.2.4.2. Objetivo en crecimiento

Después de generar expectativa, el paso siguiente es lanzar a la luz el sencillo, el álbum o el producto, es el momento en el que se va a recibir mayor atención y reproducción del producto musical, la duración de está depende en medida del *feedback* que se genere por parte de los usuarios y plataformas digitales (Ramió, 2015).

3.2.4.3. Objetivo en participación de mercado

- Fidelizar a los consumidores ofreciendo incentivos y regalos cuando compren en el sitio oficial de BEHIND THE SUN RECORDINGS.
- Ofrecer propuestas musicales novedosas y de gran nivel, rechazando contenido puramente comercial y vacío en contenido.
- El artista es el verdadero propietario de su obra y el mismo decidirá, por ejemplo, fechas de liberación, diseño *Artwork*, entre otras cosas.
- Ofrecer al artista un mayor porcentaje de beneficios de su obra respecto a las etiquetas ya establecidas y tradicionales.

- Los artistas audiovisuales podrán hacer uso de nuestro catálogo musical en sus obras, siempre y cuando sea por la vía legal.
- Organizar festivales en los que participen nuestros artistas, sesiones de *DJs* y productoras audiovisuales asociadas.
- Crear una fuerte imagen de discográfica y convertirla en una marca comercial capaz de ser distintiva y reconocible a nivel mundial.

3.2.4.4. Matriz DOFA

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
Portafolio de artistas amplio y variado.	Estrategias de divulgación y promoción.	Falta de posicionamiento en el mercado internacional.	Aucencia de apoyo nacional para un desarrollo óptimo.
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
Trabajo cercano con el artista en los procesos de producción.	Acercamiento paulatino al mercado global	Barreras de entrada en los procesos de incurción dentro del ámbito global.	La alta competencia que existe actualmente en el mundo.

Imagen 33. Dofa empresa. Elaboración propia.

3.2.4.5. Matriz DOFA con estrategias

	DEBILIDADES	FORTALEZAS
	Falta de posicionamiento en el mercado internacional. Ausencia de apoyo nacional para un desarrollo óptimo.	Implementar el Networking con artistas de otros países. Participación activa en las iniciativas de internacionalización.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS (OD)	ESTRATEGIAS (OF)
Trabajo cercano con el artista en los procesos de producción. Acercamiento paulatino al mercado global	Proporcionar apoyo constante al artista en los procesos de producción. Aplicar e interrelacionar las tendencias del mercado musical actual.	Ofrecer al artista herramientas en pro de su desarrollo artístico. Fomentar el uso de las nuevas tendencias de streaming en el mercado actual.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS (AD)	ESTRATEGIAS (AF)
Barreras de entrada en los procesos de incurción dentro del ámbito global. La alta competencia que existe actualmente en el mundo.	Diseñar estrategias para atraer a artistas de diferentes partes del mundo. Diseñar estrategias para hacer crecer al artista.	Posicionamiento de artistas por medio de las tendencias digitales del momento. Crear alianzas estratégicas en todo el mundo en pro de una mejor segmentación de mercado.

Imagen 34. Dofa empresa con estrategias. Elaboración propia.

3.3. IMAGEN CORPORATIVA

3.3.1. Logotipo de la empresa

Behind the sun
Recordings

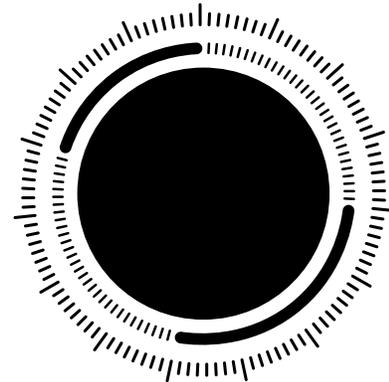


Imagen 35. Logotipo de la empresa. Elaboración propia.

3.3.2. Eslogan de la empresa

No aplica.

3.4. ESTUDIO TÉCNICO

3.4.1. Localización óptima

Localidad de Chapinero, o Teusaquillo. Debido a la arquitectura de la zona, esta se presta de la mejor forma para un buen desarrollo musical-comercial. Esto en cuanto a la localización local.

En cuanto al entorno internacional, para una óptima localización se prefiere Europa; algunos de los países son: Reino Unido, Holanda, Alemania, entre otros.

3.4.2. Tamaño óptimo

Inmueble de dos o tres plantas con terraza. Esto con el fin de hacer un ambiente ameno, cómodo y acogedor tanto para los trabajadores como los posibles invitados musicales y de negocios.

3.4.3. Tecnología del proyecto

- Ordenador de escritorio *iMac* de 21.5"
- Placa de audio *Behringer*
- Monitores de estudio activos de campo cercano *Yamaha HS5*
- Estación de trabajo de audio digital (DAW) *Logic pro*
- Analizadores de espectro y medidores LUFS

3.4.4. Diseño de proceso productivo

Relación interpersonal con el artista para asegurar un buen trabajo en equipo y afianzar la relación *Do It Together*. (Hagámoslo juntos)

Realizar el estudio completo de producción, el cual es evaluar y perfeccionar los aspectos de una pieza musical: concepto, melodía, armonía, ritmo, letra (si se

incluye línea vocal) estructura, instrumentación, ejecución, calidad del equipamiento y postproducción.

Dirigir y agendar las fechas de liberación, esto incluye el tiempo estimado por parte de la distribuidora.

3.4.5. Planimetría y diseño de planta



Imagen 36. Planimetría y diseño de oficina. Elaboración propia.

4. CAPÍTULO IV. ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZATIVOS

Para tomar la decisión de la forma jurídica de la empresa se debe basar en la investigación jurídica y la característica específica de la misma; cuál es su composición, que ventajas y desventajas tiene frente a otras y de acuerdo al mercado. Es así como se adopta la sociedad de acciones simplificada.

4.1.1. Riesgo patrimonial

Riesgo cuyas consecuencias negativas las respaldan los bienes materiales empresariales, o los derechos de las personas, su patrimonio.

Pueden ser, por ejemplo, la insolvencia económica de un cliente, un desastre como un incendio producido por una instalación eléctrica, o riesgo de inundación en época de lluvias.

Para poder estar seguros de que, por cualquier imprevisto, accidente, o falla; tenemos que tener la certeza de estar protegidos debidamente por un seguro patrimonial. Seguros de responsabilidad civil y daños a terceros.

4.1.2. Figura Societaria escogida

Mediante la investigación, las características y debilidades de la empresa y de su competencia; se ha decidido adoptar la sociedad de acciones simplificada. Por su accesibilidad, tiempo, requerimientos legales, entre otros.

4.1.3. Definición de S.A.S.

Sociedad creada en la legislación colombiana mediante ley 1258 de 2008; es una sociedad de capitales, de naturaleza comercial que puede constituir por medio de contrato o acto unilateral y que constara de documento privado. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el

registro mercantil de la Chamara de comercio, por quien, o, quienes participan en la suscripción. Dicha suscripción debe realizarse mediante apoderado.

Sociedad de capitales constituida por una o varias personas naturales o jurídicas que, luego de la inscripción a la cámara de comercio se constituyen en persona jurídica; utilizada por micros y pequeñas empresas, para cualquier vehículo empresarial y así estimular el emprendimiento debido a su facilidad y flexibilidad que posee para su constitución y funcionamiento.

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

ESTATUTOS BÁSICOS - SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

Jose Rubiano, identificado con cédula de ciudadanía número 1030.538.501 expedida en Bogotá, domiciliado en la ciudad de Bogotá.

Por medio del presente documento, el cual es firmado digitalmente por todos nosotros, y haciendo uso del servicio de inscripción virtual de S.A.S. que presta la Cámara de Comercio de Bogotá, acordamos constituir una sociedad comercial del tipo Sociedad por Acciones Simplificada, la cual se registrará por los siguientes estatutos:

CAPÍTULO I.

NOMBRE, NACIONALIDAD, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO PRIMERO. NOMBRE, NACIONALIDAD Y DOMICILIO:

La sociedad se denomina BEHIND THE SUN RECORDINGS (S.A.S). Es una sociedad comercial por acciones simplificada, de nacionalidad colombiana. El domicilio principal de la sociedad es la ciudad de Bogotá. La sociedad podrá crear

sucursales, agencias y establecimientos por decisión de su Asamblea General de Accionistas.

ARTÍCULO SEGUNDO. OBJETO:

La producción y comercialización de música en formato digital y/o físico. La sociedad puede realizar, en Colombia y en el exterior cualquier actividad lícita, comercial o civil.

ARTÍCULO TERCERO. DURACIÓN:

La sociedad estará vigente de forma indefinida.

CAPÍTULO II CAPITAL Y ACCIONES

ARTÍCULO CUARTO. CAPITAL AUTORIZADO:

El capital autorizado de la sociedad es la suma de \$10.000.000, dividido en 10 acciones nominativas de valor nominal de \$1.000.000 cada una.

ARTÍCULO QUINTO. CAPITAL SUSCRITO:

El capital suscrito de la sociedad es de \$10.000.000, dividido en 10 acciones de valor nominal de \$ 1.000.000 cada una.

ARTÍCULO SEXTO. CAPITAL PAGADO:

El capital suscrito inicial ha sido íntegramente pagado en esta fecha.

ARTÍCULO SÉPTIMO. DERECHOS DERIVADOS DE CADA ACCIÓN:

Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario:

- a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad;
- b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio;

- c) El de negociar las acciones con sujeción a la ley y a los estatutos;
- d) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008; y
- e) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

CAPÍTULO III.

DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN, REPRESENTACIÓN Y REVISORÍA FISCAL DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO OCTAVO. ÓRGANOS SOCIALES:

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

ARTÍCULO NOVENO. DIRECCIÓN DE LA SOCIEDAD: ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS:

La Asamblea se compone de los accionistas inscritos en el Libro de Registro de Acciones, o de sus representantes o mandatarios reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La asamblea ejerce las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio. La asamblea será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones

suscritas. En cualquier tipo de reunión, la mayoría decisoria estará conformada por el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente al menos la mitad más una de las acciones presentes. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

ARTÍCULO DÉCIMO: ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA SOCIEDAD.

La administración y representación legal de la sociedad está en cabeza del representante legal, cuyo suplente podrá reemplazarlo en sus faltas absolutas, temporales o accidentales. El representante legal puede celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad. El representante legal y su suplente, pueden ser personas naturales o jurídicas, son elegidos por la Asamblea General de Accionistas, por el período que libremente determine la asamblea o en forma indefinida, si así lo dispone, y sin perjuicio de que los nombramientos sean revocados libremente en cualquier tiempo.

ARTÍCULO UNDÉCIMO. REVISORÍA FISCAL.

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

CAPÍTULO IV.

ESTADOS FINANCIEROS, RESERVAS Y DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES

ARTÍCULO DUODÉCIMO. ESTADOS FINANCIEROS Y DERECHO DE INSPECCIÓN:

La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley. Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO. RESERVA LEGAL:

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

ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO. UTILIDADES, RESERVAS Y DIVIDENDOS:

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

CAPÍTULO V

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO. CAUSALES DE DISOLUCIÓN:

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

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

ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO. LIQUIDACIÓN:

Llegado el caso de disolución de la sociedad, se procederá a la liquidación y distribución de los bienes de acuerdo con lo prescrito en la ley en relación con las sociedades de responsabilidad limitada.

ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO. LIQUIDADOR:

Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrara liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal.

ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO. SUJECIÓN A LAS NORMAS LEGALES:

En cuanto al desarrollo y término de la liquidación, el liquidador o los liquidadores se sujetarán a las normas legales vigentes en el momento de efectuarse la liquidación.

CAPÍTULO VI

RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO

OPCIÓN 1. PROCESO VERBAL SUMARIO.

Las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, y que no sean resueltas de otra forma legal, serán resueltas por la Superintendencia de Sociedades, mediante el trámite del proceso verbal sumario.

OPCIÓN 2 ARBITRAMENTO.

Todas las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, será resuelta por un tribunal arbitral compuesto por un árbitro que decidirá en derecho, designado por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá. El tribunal, sesionará en el Centro antes mencionado y se sujetará a las tarifas y reglas de procedimiento vigentes en él para el momento en que la solicitud de arbitraje sea presentada.

CAPÍTULO VII

REMISIÓN

ARTÍCULO VIGÉSIMO. REMISIÓN NORMATIVA.

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

CAPÍTULO VIII

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ARTÍCULO PRIMERO TRANSITORIO. NOMBRAMIENTOS:

Hasta cuando la Asamblea disponga lo contrario, sin perjuicio de las facultades de elección y remoción consagradas en estos estatutos, se hacen los siguientes nombramientos:

REPRESENTANTE LEGAL:

Jose Rubiano, identificado con cédula de ciudadanía No. 1030.538.501 de Bogotá D.C.

4.2. PROCEDIMIENTOS LEGALES PARA LA FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA

4.2.1. Formalización comercial

Toda persona natural o jurídica, que inicie una actividad económica o profesional, pasará a llamarse contribuyente, y adquiere obligaciones legales ante el estado. Tales obligaciones son: la declaración de renta y el pago de impuestos por las actividades económicas que se realizan.

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

La Cámara de Comercio de Bogotá es el ente regulador y direccional de la nación. Este ente de control nos brinda direccionamiento y los pasos a seguir para realizar trámites y consultas para la inscripción de empresas. De igual forma, a través de éste ente regulador podemos definir costos, viabilidad y financiamiento de nuestra idea empresa.

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	5920		Actividades de grabación de sonido y edición de música	Ver Nota

Imagen 37. Consulta de homonimia. Linea.ccb.org.co

Registro único empresarial (RUES)

Según la Resolución 71029 de la superintendencia de industria y comercio, desde el 28 de noviembre de 2013, es reglamentario diligenciar el nuevo registro único empresarial y social. Éste formulario integra la información de los siguientes registros:

- Mercantil
- Registro único de proponentes
- Registro de entidades sin ánimo de lucro
- Régimen común y entidades de economía solidaria
- Registro de actividades y juegos de azar
- Registro de veeduría ciudadana
- Registro de economía solidaria

La concepción de este registro permite que se reduzca los diferentes trámites de los registros públicos.

Realice aquí su consulta empresarial o social

Consulte si una empresa o persona natural está inscrita en el registro mercantil de las cámaras de comercio del país. Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades.

Razón Social Nombre Razón Social Palabra Clave Número de Identificación Matrícula Mercantil Registro Nacional de Turismo

Los resultados de la consulta por nombre siempre se mostrarán en orden alfabético, y retorna todos aquellos comerciantes cuya razón social o sigla inicie con las palabras ingresadas.
Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia y Condiciones de Uso

Razón social:

Advertencia:
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

RM - Registro Mercantil RUP - Registro Unico de Proponentes ESAL - Entidad Sin Animo de Lucro RNT - Registro Nacional de Turismo

CONFECAMARAS - Gerencia Registro Único Empresarial y Social Av. Calle 26 # 57-41 Torre 7 Of. 1501 Bogotá, Colombia

Imagen 38. Registro único empresarial RUES. Vue.gov.co

4.2.1.2. Formalización tributaria

Ley 1429 de 2010, tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresa; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalización.

4.2.1.3. Impuestos nacionales y distritales que debe tributar la empresa

En Colombia existen dos tipos de Impuestos, los nacionales que se pagan a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), y los distritales que se pagan a la Secretaria de Hacienda de Bogotá (SHD)

TIPO DE IMPUESTO	DESCRIPCIÓN	COSTO A PAGAR
Renta y ganancia ocasional	El impuesto de renta tiene cubrimiento nacional y grava las utilidades derivadas de las operaciones ordinarias de la empresa. El impuesto de ganancia ocasional es complementario al impuesto sobre la renta y grava las ganancias derivadas de actividades no contempladas en las operaciones ordinarias	Impuesto de renta: 33% ¹ Ganancia Ocasional: 10%
Impuesto al Valor Agregado (IVA)	Impuesto indirecto que grava los sectores de vehículos, telecomunicaciones, comidas y bebidas.	4%, 8% y 16%
Impuesto a las Transacciones Financieras	Impuesto aplicado a cada transacción destinada a retirar fondos de cuentas corrientes, ahorros y cheques de gerencia.	0,4% por operación.
Impuesto de Industria y Comercio	Impuesto aplicado a las actividades industriales, comerciales o de	Entre 0,2% y 1,4% de los ingresos de la compañía.

	servicios realizadas en la jurisdicción de una municipalidad o distrito, por un contribuyente con o sin establecimiento comercial, Se cobra y administra por las municipalidades o distritos correspondientes.	
Impuesto Predial	Impuesto que grava anualmente el derecho de propiedad, usufructo o posesión de un bien inmueble localizado en Colombia, que es cobrado y administrado por las municipalidades o distritos donde se ubica el inmueble.	Entre 0,3% a 3,3%.

Tabla 3. Impuestos nacionales y distritales. Julio Sarmiento. (2018)

4.2.1.4. Registro Único tributario

RUT Es el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la DIAN en materia tributaria, aduanera y cambiaria.

El RUT tiene como objetivo avalar e identificar la actividad económica ante terceros con quienes sostenga una relación comercial, laboral o económica en general, y

ante los diferentes entes de supervisión y control. A su vez, este documento le señala sus obligaciones frente al Estado Colombiano.

Además, le permite a la Dian contar con información veraz, actualizada, clasificada y confiable de todos los sujetos obligados a inscribirse en el mismo, para desarrollar una gestión efectiva en materia de recaudo, control y servicio que a su vez facilite el cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias, así como la simplificación de trámites y reducción de costos.

4.2.1.5. Trámites DIAN: Firma digital y resolución de facturación

El gobierno colombiano lleva muchos años impulsando la factura electrónica en el país y, desde el pasado 24 de noviembre de 2015 quedó publicado el Decreto 2242 que establece las condiciones de expedición e interoperabilidad de la factura electrónica con fines de masificación y control fiscal.

Desde entonces, varios han sido los pasos que ha seguido la DIAN para establecer el nuevo modelo de facturación a través de la publicación de normativa para especificar las funcionalidades y características del modelo y mediante el inicio de las pruebas técnicas.

La DIAN, a través de la Resolución 000072 de 2017, establece que todos los contribuyentes que a 29 diciembre de 2017 y durante los cinco años anteriores hayan solicitado rangos de factura electrónica según el modelo establecido por el Decreto 1929 de 2007 están obligados a facturar electrónicamente según el modelo establecido en el Decreto 2242 de 2015. Esta obligación inhabilita la factura electrónica del Decreto 1929 a partir del 31 de diciembre de 2017.

Por otra parte, la Resolución 000010 de 2018 establece que, a partir del 1 de septiembre de 2018, a los contribuyentes, responsables y agentes de retención que se encuentran calificados como Grandes Contribuyentes en la resolución 0076 de 1 de diciembre de 2016 también están obligados a facturar electrónicamente según el modelo establecido en el Decreto 2242 de 2015.

4.3. FORMALIZACIÓN LABORAL

Este apartado tiene por objeto la generación y formalización de empleo, con el fin de dar la mayor estabilidad posible a nuestros colaboradores. Así mismo el respaldo de los derechos laborales a quien preste sus servicios en cualquier empresa legal del estado nacional.

4.3.1. Breve contexto de las obligaciones laborales en Colombia.

En Colombia existe una serie de reglamentos que toda empresa nacional o extranjera debe seguir. Algunas de las obligaciones que los empleadores deben de cumplir son el incremento salarial de cada año y la ruta de obligaciones laborales dentro del año calendario.

E.P.S.: Conjunto de normas que rigen la vinculación de los individuos y las familias al sistema general de seguridad social en salud, cuando tal vinculación se hace a través del pago de una cotización, individual o por empresa

PENSIONES: La pensión es una prestación económica a la que tiene derecho de recibir por ley y que se va acumulando durante el tiempo de cotización en el trabajo, en el sistema general de pensiones.

A.R.L: (Aseguradora de Riesgos Laborales) es una compañía de seguros que se encarga de cubrir los gastos generados por accidentes de trabajo y enfermedades laborales.

4.3.2. Afiliación patronal a EPS, FONDO DE PENSIONES y ARL

AL SISTEMA GENERAL DE SEGURIDAD SOCIAL EN SALUD						EPS SURA	
EPS Y MEDICINA PREPAGADA SURAMERICANA S.A. NIT. 800.088.702-2						PÁGINA 1 DE 2	
No. U15793008						Fecha de Radicación (a registrar por la EPS) 0 1 0 1 2 0 2 0	
I. DATOS DEL TRÁMITE		2. Tipo de Afiliación		3. Régimen			
1. Tipo de Trámite (a registrar por la EPS) A. Afiliación <input checked="" type="checkbox"/> B. Reporte de Novedades <input type="checkbox"/>		A. Individual: Cotizante o Cabeza de Familia <input type="checkbox"/> B. Colectiva <input type="checkbox"/> C. Institucional <input type="checkbox"/> Beneficiario o afiliado adicional <input type="checkbox"/>		D. Oficio <input type="checkbox"/>		A. Contributivo <input checked="" type="checkbox"/> B. Subsidiado <input type="checkbox"/>	
4. Tipo de afiliado A. Cotizante <input checked="" type="checkbox"/> B. Cabeza de familia <input type="checkbox"/> C. Beneficiario <input type="checkbox"/>		5. Código Tipo de Cotizante (Ver tabla de códigos que se encuentra en instructivo de diligenciamiento)		Código Tipo de Pensionado			
A. AFILIACIÓN							
II. DATOS BÁSICOS DE IDENTIFICACIÓN (del cotizante o cabeza de familia)							
6. Apellidos y nombres		Primer apellido		Segundo apellido		7. Tipo de doc	
Rubiano		Jose		C.C.			
8. Número del documento de identidad		9. Sexo		10. Fecha de nacimiento		Estado civil	
1030538501		Femenino <input type="checkbox"/> Masculino <input checked="" type="checkbox"/>		2 5 0 6 1 9 9 0			
III. DATOS COMPLEMENTARIOS							
11. Etnia		12. Discapacidad		13. Puntaje SISBÉN		14. Grupo de población especial	
		Tipo <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/> M Condición <input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> P					
15. Administradora de Riesgos Laborales - ARL		16. Administradora de Pensiones		17. Ingreso base de cotización -IBC			
SURA		Colpensiones		\$ 1.800.000			
18. Residencia		Dirección		Teléfono fijo		Teléfono Celular	
Cr 79a N. 54b - 43 s						3046764672	
Municipio/Distrito		Zona		Localidad/Comuna		Departamento	
Bogotá D.C.		Urbana <input checked="" type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/>		Kennedy		Bogotá	
Correo electrónico		Código de la IPS (a registrar por la EPS)					
lamour.uplifting@gmail.com							
IV. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL NÚCLEO FAMILIAR							
Datos básicos de identificación del cónyuge o compañero(a) permanente cotizante							
19. Apellidos y nombres		Primer apellido		Segundo apellido		20. Tipo de doc	
21. Número del documento de identidad		22. Sexo		23. Fecha de nacimiento		Dirección	
		Femenino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/>		D D M M A A A A A A			
Municipio/Distrito		Zona		Departamento		Código IPS (a registrar por la EPS)	
		Urbana <input type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/>					
Teléfono fijo		Teléfono Celular					
Datos básicos de identificación de los beneficiarios y de los afiliados adicionales							
24. Apellidos y nombres		Primer apellido		Segundo apellido		25. Tipo de doc	
B1							
B2							
B3							
B4							
B5							
26. Número de documento de identidad		27. Sexo		28. Fecha de nacimiento		Correo electrónico	
				D D M M A A A A A A			
B1							
B2							
B3							
B4							
B5							
29. Parentesco		30. Etnia		31. Discapacidad		33. Valor de la UPC (a registrar por la EPS)	
				Tipo <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/> M Condición <input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> P			
B1							
B2							
B3							
B4							
B5							
32. Datos de residencia		Dirección		Zona		Municipio / Distrito	
B1				U R			
B2				U R			
B3				U R			
B4				U R			
B5				U R			
34. Selección de la IPS Primaria		Nombre de la Institución Prestadora de Servicios de Salud - IPS		Código de la IPS (a registrar por la EPS)			
B1							
B2							
B3							
B4							
B5							
V. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL EMPLEADOR Y OTROS APORTANTES O DE LAS ENTIDADES RESPONSABLES DE LA AFILIACIÓN COLECTIVA, INSTITUCIONAL O DE OFICIO							
35. Nombre o razón social		36. Tipo de doc		37. Número de documento de identificación		38. Tipo de aportante o pagador pensiones (a registrar por la EPS)	
BEHIND THE SUN RECORDINGS							
39. Ubicación		Dirección		Teléfono		Correo electrónico	
Bogotá		Cr 79a N. 54b - 43 s				behindthesunrecordings@gmail.com	
Municipio/Distrito		Departamento					
Bogotá D.C.							

Anexo 1. EPS Sura.



FORMULARIO DE AFILIACION AL SISTEMA GENERAL DE PENSIONES



FAVOR DILIGENCIAR EN LETRA MAYÚSCULA E IMPRENTA Y SIN SALIRSE DE LOS RECUADROS	REGIONAL	OFICINA
DEPENDIENTE <input checked="" type="checkbox"/> INDEPENDIENTE <input type="checkbox"/>	Ejecutivo comercial	Doc. Ejecutivo Comercial

I. DATOS GENERALES DEL AFILIADO O SOLICITANTE

Tipo de documento	CC <input checked="" type="checkbox"/> CD <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> PA <input type="checkbox"/>	N.º de documento	1030538501	Fecha de nacimiento	Año 1 9 9 0 Mes 0 6 Día 2 5
Primer apellido	Rubiano	Segundo apellido			
Primer nombre	Jose	Segundo nombre			
Municipio de nacimiento	Bogotá	Departamento de nacimiento	Bogotá	Sexo:	M <input checked="" type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>
Nacionalidad	Colombiano	Dirección residencia	Cr 79a N. 54b - 43 s	Ingreso mensual	\$ 640.000
Municipio de residencia	Bogotá D.C.	Barrio / vereda de residencia	Kennedy	Salario integral	SI <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>
Departamento de residencia	Bogotá	Teléfono	celular 3046764672	Es empleador	SI <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>
Ocupación u oficio				Alto riesgo	SI <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>
Correo electrónico	lamour.uplifting@gmail.com	AUTORIZACIÓN USO DE MEDIOS ELECTRÓNICOS: El afiliado/ciudadano acepta y autoriza de manera expresa que COLPENSIONES envíe notificaciones, estados de cuenta y demás comunicaciones relacionadas con sus trámites y/o solicitudes a través de técnicas y medios electrónicos, informáticos y telemáticos (incluye correo electrónico, página web y mensaje móvil).		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>

II. DATOS DEL EMPLEADOR O ENTIDAD AGRUPADORA

Tipo de documento	CC <input type="checkbox"/> NIT <input checked="" type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> PA <input type="checkbox"/> CD <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/>	N.º de documento		DV	Código CIU	5920
NATURALEZA	Pública <input type="checkbox"/> Privada <input checked="" type="checkbox"/>	Razón social o nombre	BEHIND THE SUN RECORDINGS			
Dirección	Cr 79a N. 54b - 43 s	Municipio	Bogotá D.C.			
Barrio / vereda	Kennedy	Departamento	Bogotá	Sucursal		
Teléfono	celular 3046764672	Correo electrónico	behindthesunrecordings@gmail.com			

III. INFORMACIÓN DE BENEFICIARIOS

Tipo de documento	CC <input checked="" type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> PA <input type="checkbox"/> RC <input type="checkbox"/>	N.º de documento	1030538501	Fecha de nacimiento	Año 2 0 1 0 Mes 0 1 Día 0 4
Primer apellido	Rubiano	Segundo apellido			
Primer nombre	Jose	Segundo nombre			
Nacionalidad	Colombiano	Dirección de residencia	Cr 79a N. 54b - 43 s		
Municipio de residencia	Bogotá D.C.	Barrio / vereda de residencia	Kennedy	Departamento de residencia	Bogotá
Sexo	M <input checked="" type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>	Teléfono	celular 3046764672	Correo electrónico	lamour.uplifting@gmail.com
Parentesco	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/>				
Tipo de documento	CC <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> PA <input type="checkbox"/> RC <input type="checkbox"/>	N.º de documento		Fecha de nacimiento	Año Mes Día
Primer apellido		Segundo apellido			
Primer nombre		Segundo nombre			
Nacionalidad		Dirección de residencia			
Municipio de residencia		Barrio / vereda de residencia		Departamento de residencia	
Sexo	M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>	Teléfono	celular	Correo electrónico	
Parentesco	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/>				

IV. AFILIACIÓN A PENSIONES

TIPO DE NOVEDAD	Vinculación inicial <input checked="" type="checkbox"/> Traslado de régimen <input type="checkbox"/> Traslado de entidad diferente <input type="checkbox"/> Vinculación laboral <input type="checkbox"/>	Ha cotizado más de 150 semanas a las cajas o fondos del sector público	SI <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Subsidiado	SI <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Si marcó traslado indique a la administradora de pensiones anterior		Código			
El afiliado debe cotizar bajo el régimen especial de pensiones	SI <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	¿Cuál?	Código	Tarifa con la que debe cotizar	%
<p>1. AUTORIZACIÓN PARA BÚSQUEDA, CONSULTA, USO Y MANEJO DE INFORMACIÓN: El afiliado/ciudadano acepta y autoriza de manera expresa e irrevocable a la ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES-COLPENSIONES, incluyendo a terceros con quienes esta tiene suscritos convenios con tal propósito, para la recolección y tratamiento de datos de carácter personal y reservado relacionados con la prestación, gestión, administración, personalización, actualización y mejora de los trámites, bienes y servicios de COLPENSIONES, así como la consulta, búsqueda, recolección y uso en cualquier tiempo en las centrales de riesgo y en aquellas entidades privadas y públicas que tengan información del afiliado/ciudadano para realizar los trámites que se refieren a las prestaciones, bienes y servicios de los diferentes componentes del sistema general de seguridad social administrados por COLPENSIONES.</p> <p>2. AUTORIZACIÓN, VERIFICACIÓN Y USO DE INFORMACIÓN: el afiliado/ciudadano acepta y autoriza de manera expresa que la ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES-COLPENSIONES, directamente y/o a través de medios electrónicos, informáticos y telemáticos, realice la verificación y uso de la información suministrada por el afiliado/ciudadano en su documento de identidad y en los demás que aporte a COLPENSIONES, ante las entidades u organismos pertinentes.</p> <p>3. La información obtenida solo será usada para efectos propios de la ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES-COLPENSIONES.</p>					

V. FIRMAS

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LOS ANTECEDENTES DEL TRABAJADOR INCLUIDOS EN EL PRESENTE DOCUMENTO SON LOS QUE CORRESPONDEN A LA INFORMACIÓN QUE ME HA SIDO SUMINISTRADA.			
Rubiano	HUELLA AFILIADO	NOMBRES Y APELLIDOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O PERSONA AUTORIZADA	FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL O PERSONA AUTORIZADA
FIRMA DEL AFILIADO O SOLICITANTE			

APROBADO POR LA SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA SEGÚN RADICACIÓN No. 201201884-407-000 DEL 25-05-2012.

VUELVA A SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

codena s.a.

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



DATOS GLOBALES DEL EMPLEADOR

1 CIUDAD	Bogotá	2 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DEL EMPLEADOR	Jose Rubiano	3 DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN	NIT	CC	X	Nro.	1030538501	4 TELÉFONO	5 FAX	6 HOJA N°	1	DE	1
----------	--------	---------------------------------------	--------------	-------------------------------	-----	----	---	------	------------	------------	-------	-----------	---	----	---

DATOS DE TRABAJADORES

TIPO	8		9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
	1 DOC. DE IDENTIFICACIÓN	NÚMERO											1er. APELLIDO	2o. APELLIDO
1														
2														
3														
4														
5														
6														
7														
8														
9														
10														
11														
12														
13														
14														
15														
16														

ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

TOTAL DE AFILIADOS (Todos las páginas)

Nombre, FIRMA Y SELLO DEL RESPONSABLE DE LA EMPRESA Jose Rubiano

DATOS DE RECEPCION

16 FECHA 17 HORA 18 PERSONA QUE RECIBE

PARA ENVIAR ESTE FORMULARIO POR FAX, COMUNIQUESE A LOS SIGUIENTES TELEFONOS Y SIGA LAS INDICACIONES: DESDE MEDELLIN AL 444 45 78 - BOGOTÁ 405 59 11 - CALI 681 89 11 - BARRANQUILLA 380 05 85 - MANIZALES 881 12 80 - PEREIRA 313 84 00 - BUCARAMANGA 657 17 64 - CARTAGENA 656 19 48 Y EN EL NIVEL NACIONAL GRATUITAMENTE AL 01 8000 51 14 14. CONSERVE SU COMPROBANTE DE FAX CON RESPUESTA OK JUNTO CON LA NOVEDAD COMO SOPORTE.

4.3.3. Cronograma de salud ocupacional, higiene y seguridad industrial

El Programa de Salud Ocupacional, consiste en la planeación y ejecución de actividades de medicina, seguridad e higiene industrial. Este cronograma tiene como objetivo mantener y mejorar la salud de los trabajadores en las empresas.

Etapa	Cronograma de salud ocupacional, higiene y seguridad en el trabajo																																																											
	Enero			Febrero				Marzo			Abril			Mayo				Junio			Julio			Agosto			Septiembre			Octubre			Noviembre			Diciembre																								
	4	11	18	25	1	8	15	22	29	7	14	21	28	4	11	18	25	2	9	16	23	30	6	13	20	27	4	11	18	25	1	8	15	22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	31	7	14	21	28	5	12	19	26								
SALUD OCUPACIONAL																																																												
HIGIENE																																																												
SALUD OCUPACIONAL																																																												
SEGURIDAD EN EL TRABAJO																																																												

Tabla 4. Cronograma de salud ocupacional higiene y seguridad industrial. Elaboración propia.

4.3.4. Funciones del comité paritario de salud ocupacional

- Proponer a la administración de la empresa o establecimiento de trabajo la adopción de medidas y el desarrollo de actividades que procuren y mantengan la salud en los lugares y ambientes de trabajo.
- Proponer y participar en actividades de capacitación de seguridad y salud dirigidas a trabajadores, supervisores y directivos de la empresa o establecimiento de trabajo.
- Colaborar con los funcionarios de entidades gubernamentales de seguridad y salud en las actividades que éstos adelanten en la empresa y recibir por derecho propio los informes correspondientes.
- Vigilar el desarrollo de las actividades que en materia de medicina, higiene y seguridad industrial debe realizar la empresa de acuerdo con el Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial y las normas vigentes; promover su divulgación y
- Colaborar en el análisis de las causas de los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales y proponer al empleador las medidas correctivas que haya lugar para evitar su ocurrencia. Evaluar los programas que se hayan realizado.

- Visitar periódicamente los lugares de trabajo e inspeccionar los ambientes, máquinas, equipos, aparatos y las operaciones realizadas por el personal de trabajadores en cada área o sección de la empresa e informar al empleador sobre la existencia de factores de riesgo y sugerir las medidas correctivas y de control.
- Estudiar y considerar las sugerencias que presenten los trabajadores en materia de medicina, higiene y seguridad industrial.
- Servir como organismo de coordinación entre empleador y los trabajadores en la solución de los problemas. Tramitar los reclamos de los trabajadores relacionados con la seguridad y salud.
- Solicitar periódicamente a la empresa informes sobre accidentalidad y enfermedades profesionales con el objeto de dar cumplimiento a lo estipulado en la presente Resolución.
- Elegir al Secretario del Comité.
- Mantener un archivo de las actas de cada reunión y demás actividades que se desarrollen el cual estará en cualquier momento a disposición del empleador, los trabajadores y las autoridades competentes.
- Las demás funciones que le señalen las normas sobre seguridad y salud en el trabajo.

4.3.5. Reglamento interno de trabajo

El Reglamento Interno de Trabajo es una herramienta indispensable para resolver los conflictos que se llegasen a presentar dentro de la empresa, ya que, en gran medida, es una norma reguladora de las relaciones internas; empleador-trabajador. Sin la existencia de este documento sería muy difícil sancionar a un trabajador por algún acto indebido, que pueda poner en riesgo la integridad de algún compañero, o de la misma empresa en general.

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

La Empresa BEHIND THE SUN RECORDINGS (S.A.S), legalmente constituida, con domicilio principal en la ciudad de Bogotá D.C., en aplicación de lo que dispone el título IV del Código Sustantivo del Trabajo y con el fin de que surta los efectos legales previstos en el artículo 107; el siguiente reglamento interno en su matriz y agencias (de existir) a nivel nacional y con el carácter de obligatorio para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores de la empresa.

CAPÍTULO I

DEL REPRESENTANTE LEGAL

Art.- 1. El presente Reglamento Interno de Trabajo es un instrumento de carácter laboral que tiene por finalidad establecer las condiciones, derechos y obligaciones a los que se debe sujetar la empresa BEHIND THE SUN RECORDINGS (S.A.S), ubicada en la Cra 79ª N. 54b – 43 piso 3, en la ciudad de Bogotá y a sus trabajadores. EL presente documento reglamenta asuntos de carácter administrativo, organizacional y estructural, en armonía con las disposiciones legales vigentes. Este reglamento hace parte integral de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se pretendan celebrar con todos los trabajadores.

CAPÍTULO II

VIGENCIA, CONOCIMIENTO, DIFUSIÓN, ALCANCE Y AMBITO DE APLICACIÓN

Art.- 2. VIGENCIA. - Este reglamento Interno comenzará a regir desde su fecha de publicación y divulgación.

Art.- 3. CONOCIMIENTO Y DIFUSIÓN. - La Empresa dará a conocer y difundirá este Reglamento Interno a todos sus trabajadores, para lo cual colocará un ejemplar en un lugar visible de forma permanente. En ningún caso, los trabajadores,

argumentarán el desconocimiento de este Reglamento como motivo de su incumplimiento.

Art.- 4. ORDENES LEGÍTIMAS. - Con apego a la ley y dentro de las jerarquías establecidas en el organigrama de la Empresa, los trabajadores deben obediencia y respeto a sus superiores, a más de las obligaciones que corresponden a su puesto de trabajo, deberán ceñirse a las instrucciones y disposiciones legítimas, sea verbales o por escrito que reciban de sus jefes inmediatos.

Art.- 5. ÁMBITO DE APLICACIÓN. - El presente Reglamento Interno es de aplicación obligatoria para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores, que actualmente o a futuro laboren para la Empresa BEHIND THE SUN RECORDINGS (S.A.S).

CAPÍTULO III

DEL REPRESENTANTE LEGAL

Art.- 6. El Representante legal es la autoridad ejecutiva de la empresa, por consiguiente, le corresponde ejercer la dirección de la misma y de su talento humano, teniendo facultad para nombrar, promover o remover empleados o trabajadores, con sujeción a las normas legales vigentes.

Art.- 7. Se considerarán oficiales las comunicaciones, circulares, memorandos, oficios, etc., debidamente suscritos por el Representante legal, o las personas debidamente autorizadas para el efecto.

Sin perjuicio de lo anterior, las amonestaciones y llamados de atención, serán suscritas por el Gerente de Recursos Humanos o quien haga sus veces; y, los memorandos referentes a políticas o procedimientos de trabajo que implemente la Empresa, serán firmadas por el Representante legal.

CAPÍTULO IV

DE LOS TRABAJADORES, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL

Art.- 8. Se considera empleados o trabajadores de BEHIND THE SUN RECORDINGS (S.A.S) a las personas que, por su educación, conocimientos, formación, experiencia, habilidades y aptitudes, luego de haber cumplido con los requisitos de selección e ingreso, establecidos en la ley, reglamentos, resoluciones del Ministerio de Relaciones Laborales, manuales o instructivos de la Compañía, presten servicios con relación de dependencia en las actividades propias de la empresa.

Art.- 9. La admisión e incorporación de nuevos trabajadores, sea para suplir vacantes o para llenar nuevas necesidades de la Empresa es de exclusiva potestad del Representante Legal o su delegado.

Como parte del proceso de selección, la empresa podrá exigir a los aspirantes la rendición de pruebas teóricas o prácticas de sus conocimientos, e incluso psicológicas de sus aptitudes y tendencias, sin que ello implique la existencia de relación laboral alguna.

Art.- 10. El aspirante que haya sido declarado apto para cumplir las funciones inherentes al puesto, en forma previa a la suscripción del contrato correspondiente, Para la suscripción del contrato de trabajo, el aspirante seleccionado deberá presentar los siguientes documentos actualizados:

- a) CV actualizada.
- b) Al menos dos (2) certificados de honorabilidad.
- c) Exhibir originales y entregar 2 copias legibles y a color de la cédula de ciudadanía; y, licencia de manejo cuando corresponda.
- d) Presentar los originales y entregar copias de los certificados o títulos legalmente conferidos, con el correspondiente registro de la autoridad pública competente.
- e) Partida de matrimonio y de nacimiento de sus hijos según el caso.

En lo posterior, el trabajador informará, por escrito y en un plazo máximo de cinco días laborables, al departamento de Recursos Humanos respecto de cambios sobre la información consignada en la compañía, de no hacerlo dentro del plazo señalado se considerará falta grave.

La alteración o falsificación de documentos presentados por el aspirante o trabajador constituye falta grave que faculta al empleador a solicitar visto bueno ante el Inspector del Trabajo competente; sin perjuicio, de la obligatoria remisión de la información y documentos a las autoridades penales que corresponda.

Art.- 11. Los aspirantes o candidatos deberán informar al momento de su contratación si son parientes de trabajadores de la Empresa, hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.

Art.- 12. Si para el desempeño de sus funciones, el trabajador cuando, recibe bienes o implementos de la compañía o clientes, deberá firmar el acta de recepción y descargo que corresponda aceptando la responsabilidad por su custodia y cuidado; debiendo devolverlos a la empresa, al momento en que se lo solicite o de manera inmediata por conclusión de la relación laboral; la empresa verificará que los bienes presenten las mismas condiciones que tenían al momento de ser entregados al trabajador, considerando el desgaste natural y normal por el tiempo. La destrucción o pérdida por culpa del trabajador y debidamente comprobados, serán de su responsabilidad directa.

CAPÍTULO V

DE LOS CONTRATOS

Art.- 13. TIPOS DE CONTRATO. - De conformidad con sus necesidades, la Empresa celebrará la modalidad de contrato de trabajo que considere necesaria, considerando aspectos técnicos, administrativos y legales.

CAPÍTULO VI

JORNADA DE TRABAJO, ASISTENCIA DEL PERSONAL Y REGISTRO DE ASISTENCIA

Art.- 14. Los trabajadores iniciarán y terminarán sus labores en los lugares que la empresa les designe y deberán atender a cualquier otra actividad conexas a su ocupación principal. La jornada ordinaria de trabajo es de ocho (8) horas diarias de lunes a viernes y cuatro (4) horas el día sábado. El horario de los trabajadores durante sus días laborales es lo que a continuación se indica:

- MAÑANA: De 8:00 AM - 12:00 M.
- ALMUERZO: De 12:00 M. - 12:45 M.
- BREAK: 3:00 PM a 3:15 PM.
- TARDE: De 1:00 PM - 5:00 PM.
- SÁBADOS: De 9:00 AM - 1:00 PM.

Art.- 15. El reporte asistencia se hará utilizando el sistema de control implementado por la Empresa. La falta de registro de asistencia al trabajo, se considerará como falta leve. Si por fuerza mayor u otra causa, el trabajador no puede registrar su asistencia, deberá justificar los motivos por escrito ante su Jefe Inmediato y dar a conocer al Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces.

Art.- 16. El trabajador que requiera ausentarse de las instalaciones de la empresa durante la jornada de trabajo, deberá solicitar el permiso respectivo por escrito a su superior inmediato. La no presentación del permiso al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante por parte del trabajador, será sancionada como falta leve.

Art.- 17. Si por enfermedad, calamidad doméstica, fuerza mayor o caso fortuito, debidamente justificado, el trabajador no concurre a laborar, en forma obligatoria e inmediata deberá comunicar por escrito el particular al Departamento de Recursos Humanos. Superada la causa de su ausencia, deberá presentar los justificativos

que corresponda ante el Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces.

Art.- 18. No se considerarán trabajos suplementarios los realizados en horas que exceden de la jornada ordinaria, ejecutados por los trabajadores que ejercen funciones de confianza y dirección por así disponerlo el artículo 161 del Código Sustantivo de Trabajo, así como también los trabajos realizados fuera de horario sin autorización del jefe inmediato, por lo que para el pago de horas extras se deberá tener la autorización del jefe inmediato.

Art.- 19. No se entenderá por trabajos suplementarios o extraordinarios los que se realicen para:

- a) Recuperar descansos o permisos dispuestos por el gobierno, o por la Empresa.
- b) Recuperar por las interrupciones del trabajo.

Art.- 20. Si la necesidad de la empresa lo amerita, los Jefes Inmediatos podrán cambiar el horario de salida al almuerzo de sus subordinados, considerando, siempre el lapso de 1 hora, de tal manera que el trabajo y/o departamento no sea abandonado.

CAPÍTULO VII

DE LAS VACACIONES, LICENCIAS, FALTAS, PERMISOS

DE LAS VACACIONES

Art.- 21. De acuerdo al artículo 187 del Código sustantivo del Trabajo los trabajadores tendrán derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince (15) días hábiles de vacaciones, las fechas de las vacaciones serán definidas de común acuerdo entre el jefe y trabajador, en caso de no llegar a un acuerdo el jefe definirá las fechas a tomar.

Art.- 22. Las vacaciones solicitadas por los trabajadores, serán aprobadas por los Jefes inmediatos, o Gerencia de Recursos Humanos.

Art.- 23. Para hacer uso de vacaciones, los trabajadores deberán cumplir con los siguientes requisitos:

a) Cumplir con la entrega de bienes y documentación a su cargo a la persona que suplirá sus funciones, con el fin de evitar la paralización de actividades por efecto de las vacaciones, cuando el caso así lo amerite.

DE LAS LICENCIAS

Art.- 24. Sin perjuicio de las establecidas en el Código del Trabajo, serán válidas las licencias determinados en este Reglamento, que deberán ser solicitadas por escrito y llevar la firma del Jefe Inmediato o de Recursos Humanos o de la persona autorizada para concederlos.

Se concederá licencias con sueldo en los siguientes casos:

- a) Por motivos de maternidad y paternidad.
- b) Por matrimonio civil del trabajador, tendrá derecho a tres días laborables consecutivos, a su regreso obligatoriamente el trabajador presentará el respectivo certificado de matrimonio.
- c) Para asistir a eventos de capacitación y/o entrenamiento, debidamente autorizados por la Empresa.
- d) Tres días por calamidad doméstica, debidamente comprobada, como, por ejemplo: incendio o derrumbe de la vivienda, que afecten a la economía de los trabajadores.
- e) Cualquier otra licencia prevista en el Código Sustantivo del Trabajo.

DE LAS FALTAS

Art.- 25. La falta de justificación en el lapso de 24 horas de una ausencia podrá considerarse como falta injustificada, haciéndose el trabajador acreedor a la sanción de amonestación por escrito y el descuento del tiempo respectivo.

DE LOS PERMISOS

Art.- 26. Se concederá permisos para que el trabajador atienda asuntos emergentes y de fuerza mayor, hasta por tres horas máximo durante la jornada de trabajo, en el periodo de un mes, que serán recuperadas en el mismo día o máximo en el transcurso de esa semana; y, en el evento de no hacerlo, descontará el tiempo no laborado, previa autorización del Gerente, Recursos Humanos o de la persona autorizada para el efecto.

CAPÍTULO IX

DE LA REMUNERACIÓN Y PERÍODOS DE PAGO

Art.- 27. El empleador y el trabajador pueden convenir libremente el salario y tiempo laborado antes de ejercer un contrato de trabajo, respetando el salario mínimo legal o el fijado en los pactos, convenciones colectivas y fallos arbitrales. Salvo convenio por escrito, el pago de los salarios se efectuará por transferencia bancaria en las cuentas señaladas por los trabajadores para tal fin.

Art.- 28. Los pagos se realizarán de forma quincenas y en la siguiente fecha de cada mes durante la ejecución del contrato: el quince (15) del mes y el treinta (30) de cada mes (si este es día domingo o festivo se correrá al día hábil siguiente).

PARÁGRAFO. El pago del trabajo suplementario o de horas extras y el recargo por trabajo nocturno se efectuará junto con el salario ordinario de periodo en el que se haya causado o a más tardar con el salario del periodo siguiente.

Art.- 29. Todos los trabajadores están obligados a firmar los comprobantes de pago de los salarios que imponga la empresa como garantía de recibir la remuneración pactada en el contrato de trabajo firmado.

Art.- 30. El empleador y su trabajador podrán acordar por escrito el otorgamiento de préstamos, anticipos, deducciones, retenciones o compensaciones del salario,

señalando la cuota objeto de deducción o compensación y el plazo para la amortización gradual de la deuda.

CAPÍTULO XII

TRASLADOS Y GASTOS DE VIAJE

Art.- 31. Todo gasto de viaje dentro y fuera del país que se incurra por traslado, movilización será previamente acordado con el trabajador y aprobado por el Jefe Inmediato y por Recursos Humanos y/o su Representante. Para el reembolso deberá presentar las facturas o notas de ventas debidamente legalizadas de acuerdo con las normas tributarias que sustenten el gasto.

Art.- 32. No se cancelará gastos que no sean consecuencia del desempeño de las labores encomendadas al trabajador, o contradigan el trabajo establecido por la empresa.

Art.- 33. La Compañía y el trabajador podrá acordar el traslado temporal a su personal a cualquier sitio del territorio nacional, según lo estime conveniente y según las funciones que el puesto lo requieran con el fin de cumplir los objetivos de la empresa.

CAPITULO XIII LUGAR LIBRE DE ACOSO

Art.- 34. Lugar De Trabajo Libre De Acoso. - La empresa se compromete en proveer un lugar de trabajo libre de discriminación y acoso. Quien cometa alguno de estos hechos será sancionado de acuerdo al presente reglamento.

Discriminación incluye uso de una conducta tanto verbal como física que muestre insulto o desprecio hacia un individuo sea por su raza, color, religión, sexo, nacionalidad, edad, discapacidad, con el propósito de:

a) Crear un lugar de trabajo ofensivo;

- b) Interferir con las funciones de trabajo de uno o varios individuos;
- c) Afectar el desempeño laboral; y,
- d) Afectar las oportunidades de crecimiento del trabajador.

Art.- 35. La Empresa estrictamente prohíbe cualquier tipo de acoso sexual en el lugar de trabajo, en el caso de llevarse a cabo se constituirá causal de Visto Bueno. Se entenderá acoso sexual lo siguiente:

- Comportamiento sexual inadecuado.
- Pedido de favores sexuales cuando se intenta conseguir una decisión de cualquier tipo.
- Interferir en el desempeño de labores de un individuo.
- Acoso verbal donde se usa un vocabulario de doble sentido que ofende a una persona.

Art.- 36. Si alguien tiene conocimiento de la existencia de los tipos de acoso ya mencionados tiene la responsabilidad de dar aviso a la Gerencia de Recursos Humanos para que se inicie las investigaciones pertinentes y tomar una acción disciplinaria.

Art.- 37. Todo reclamo será investigado, tratado confidencialmente y se llevará un reporte del mismo.

Art.- 38. Durante la Jornada de Trabajo diaria o cumpliendo funciones asignadas por la empresa, dentro o fuera del país, se establece como particular obligación de los trabajadores, observar disciplina. En consecuencia, queda expresamente prohibido, en general, todo cuanto altere el orden y la disciplina interna.

CAPÍTULO XIV

OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DE LAS OBLIGACIONES

Art.- 39. Son Obligaciones Especiales del Empleador:

- a) Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.
- b) Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garanticen razonablemente la seguridad y la salud.
- c) Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad. Para este efecto, el establecimiento mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades sanitarias.
- d) Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos.
- e) Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador y sus creencias.
- f) Conceder al trabajador las licencias necesarias para los fines y en los términos indicados en el capítulo VIII del presente reglamento.
- g) Dar al trabajador que lo solicite, a la terminación del contrato, una certificación en que conste el tiempo de servicio, índole de la labor y salario devengado, e igualmente si el trabajador lo solicita, hacerle practicar examen sanitario y darle certificación sobre el particular, si al ingreso o durante la permanencia en el trabajo hubiere sido sometido a examen médico. Se considerará realizado y aceptado para la empresa si el trabajador por su culpa elude, dificulta o dilata el examen, cuando hallan transcurridos 5 días a partir de su retiro. De igual manera se considera realizado y aceptado cuando el trabajador, a pesar de haber recibido la orden correspondiente, no se presenta donde el médico respectivo para las prácticas del examen.
- h) Pagar al trabajador y a su familia los gastos razonables de traslado de lugar de residencia, en el caso en que la empresa le exija este cambio para el desempeño de sus funciones. En el caso en el que el cambio se realice por culpa o voluntad del trabajador se exime del pago a la empresa.
- i) Llevar al día los registros de horas extras.

- j) Conceder a las trabajadoras que estén en período de lactancia los descansos ordenados por el artículo 238 del Código Sustantivo del Trabajo.
- k) Conservar el puesto a los trabajadores que estén disfrutando de los descansos remunerados, a que se refiere el numeral anterior, o de licencia de enfermedad motivada por el embarazo o parto. No producirá efecto alguno el despido que el empleador comunique a la trabajadora en tales períodos o que, si acude a un preaviso, este expire durante los descansos o licencias mencionadas.
- l) Realizar el procedimiento exigido por la ley, para efectuar el despido de personas en licencia de maternidad, personas discapacitadas y con fuero sindical.

Art.- 40. Serán Obligaciones de los trabajadores:

- a) Realizar personalmente la labor en los términos estipulados; observar los preceptos de este reglamento y los demás establecidos por la empresa; acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular le imparta la empresa o sus representantes según el orden jerárquico establecido.
- b) No comunicar a terceros salvo autorización expresa las informaciones que sean de naturaleza reservada y cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios a la empresa, lo que no obsta para denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales de trabajo ante las autoridades competentes.
- c) Conservar y restituir en buen estado, salvo deterioro natural, los instrumentos y útiles que les hayan facilitado y las materias primas sobrantes, si es el caso.
- d) Si por las funciones que desempeña el trabajador, el empleador le brinda los productos que comercializa para su venta, el trabajador debe custodiarlos de la mejor manera posible para evitar la pérdida o deterioro del producto. El trabajador responderá por las pérdidas económicas que esto pueda conllevar a la empresa.
- e) Colaborar con el cuidado y vigilancia de los elementos de trabajo y los productos que se encuentren dentro de las instalaciones de la empresa, con el fin de evitar daños o pérdidas de los mismos.

- f) Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.
- g) Comunicar oportunamente a la empresa las observaciones que estimen conducentes a evitarle daño y perjuicios.
- h) Prestar la colaboración posible en caso de siniestro o riesgo inminentes que afecten o amenacen las personas o las cosas de la empresa.
- i) Observar las medidas preventivas higiénicas prescritas por el médico de la empresa o por las autoridades del ramo y observar con suma diligencia y cuidados las instrucciones y órdenes preventivas de accidentes o de enfermedades profesionales.
- j) Registrar en las oficinas de la empresa su domicilio y dirección y dar aviso oportuno de cualquier cambio que ocurra. La empresa dirigirá cualquier comunicación a la dirección indicada por el trabajador, la cual se entiende correctamente remitida y notificada a esta.
- k) Utilizar las dotaciones y los elementos de seguridad industrial otorgados por la empresa.
- l) Cumplir las órdenes e instrucciones que le impartan sus superiores jerárquicos en cuanto a tiempo, modo, lugar y calidad del trabajo.
- m) Cuando algún trabajador contraiga alguna enfermedad contagiosa, este está obligado a dar de inmediato aviso a su jefe inmediato, a fin de que el trabajador enfermo pueda ser examinado por los médicos correspondientes. De acuerdo con el dictamen médico, la empresa deberá tomar las medidas que sean necesarias para evitar el contagio de la enfermedad.

DE LAS PROHIBICIONES

Art.- 41. A más de las prohibiciones establecidas en el artículo 379 del Código Sustantivo del Trabajo, que se entienden incorporadas a este Reglamento y Código de Conducta, y las determinadas por otras Leyes, está prohibido

- 1) Exigir o recibir primas, porcentajes o recompensas de cualquier clase, de personas naturales o jurídicas, proveedores, clientes o con quienes la Empresa

tenga algún tipo de relación o como retribución por servicios inherentes al desempeño de su puesto.

- 2) Alterar los precios de los productos o servicios que ofrece la Empresa a cambio de recompensas en beneficio personal.
- 3) Alterar la respectiva jornada de trabajo o suspenderla sin sujetarse a la reglamentación respectiva de horarios y turnos designados.
- 4) Encargar a otro trabajador o a terceros personas la realización de sus labores sin previa autorización de su Jefe Inmediato.
- 5) Suspender arbitraria e ilegalmente el trabajo o inducir a sus compañeros de trabajo a suspender las suyas.
- 6) Causar pérdidas, daño o destrucción, de bienes materiales o de herramientas, pertenecientes al empleador o sus clientes, por no haberlos devuelto una vez concluidos los trabajos o por no haber ejercido la debida vigilancia y cuidado mientras se los utilizaba; peor aún producir daño, pérdida, o destrucción intencional, negligencia o mal uso de los bienes, elementos o instrumentos de trabajo.
- 7) Realizar durante la jornada de trabajo rifas o ventas; de igual manera atender a vendedores o realizar ventas de artículos personales o de consumo, se prohíbe realizar actividades ajenas a las funciones de la Empresa o que alteren su normal desarrollo; por lo que le está prohibido al trabajador, distraer el tiempo destinado al trabajo, en labores o gestiones personales, así como realizar durante la jornada de trabajo negocios y/o actividades ajenas a la Empresa o emplear parte de la misma, en atender asuntos personales o de personas que no tengan relación con la Empresa, sin previa autorización de Recursos Humanos.
- 8) Violar el contenido de la correspondencia interna o externa o cualquier otro documento perteneciente a la Empresa, cuando no estuviere debidamente autorizado para ello;

- 9) Destinar tiempo para la utilización inadecuada del internet como bajar archivos, programas, conversaciones chat y en fin uso personal diferente a las actividades específicas de su trabajo.
- 10) Instalar software, con o sin licencia, en las computadoras de la Empresa que no estén debidamente aprobados por la Gerencias o por el Responsable de Sistemas.
- 11) Divulgar información sobre técnicas, método, procedimientos relacionados con la empresa, redacción, diseño de textos, ventas, datos y resultados contables y financieros de la Empresa; emitir comentarios con los trabajadores y terceras personas en relación a la situación de la Empresa.
- 12) Divulgar información sobre la disponibilidad económica y movimientos que realice la Empresa, ningún trabajador de la misma, podrá dar información, excepto el personal de contabilidad que dará información únicamente a sus superiores.
- 13) Queda prohibido para los trabajadores, divulgar la información proporcionada por los clientes a la compañía.
- 14) Todo personal que maneje fondos de la Empresa, no podrá disponer de los mismos para otro fin que no sea para el que se le haya entregado. Ello dará lugar a la máxima sanción establecida en este reglamento, que implicará la separación de la Empresa previo visto bueno otorgado por el Inspector del Trabajo competente, sin perjuicio de otras acciones legales a que hubiere lugar.
- 15) Utilizar en actividades particulares los servicios, dinero, bienes, materiales, equipos o vehículos de propiedad de la Empresa o sus clientes, sin estar debidamente autorizados por el jefe respectivo.
- 16) El que el trabajador sustraiga, saque o hurte sin autorización escrita de un superior, objetos, elementos, productos, mercancías, empaques y demás bienes de propiedad de la empresa, proveedores o clientes.
- 17) Queda terminantemente prohibida la violación de los derechos de autor y de propiedad intelectual de la compañía y de cualquiera de sus clientes o proveedores.

- 18) Ejercitar o promover la discriminación por motivos de raza, etnia, religión, sexo, pensamiento político, etc., al interior de la Empresa.
- 19) Sostener altercados verbales y físicos con compañeros, trabajadores y jefes superiores dentro de las instalaciones de la Empresa y en su entorno, así como también hacer escándalo dentro de la Empresa.
- 20) Propiciar actividades políticas o religiosas dentro de las dependencias de la empresa o en el desempeño de su trabajo.
- 21) Presentarse a su lugar de trabajo en evidente estado de embriaguez o bajo los efectos de estupefacientes prohibidos por la Ley.
- 22) Ingerir o expender durante la jornada de trabajo, en las oficinas o en los lugares adyacentes de la empresa bebidas alcohólicas, sustancias psicotrópicas y estupefacientes, u otros que alteren el sistema nervioso, así como presentarse a su trabajo bajo los efectos evidentes de dichos productos.
- 23) Fumar en el interior de la empresa.
- 24) No cumplir con las medidas sanitarias, higiénicas de prevención y seguridad impartidas por la empresa y negarse a utilizar los aparatos y medios de protección de seguridad proporcionados por la misma, y demás disposiciones del Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional;
- 25) Portar cualquier tipo de arma durante su permanencia en la empresa que pueda poner en peligro la vida y seguridad de las personas y equipos con excepción de las personas que tengan autorización de la empresa.
- 26) Está prohibido a las personas que laboran con claves en el sistema informático entregarlas a sus compañeros o terceros para que utilicen; por tanto, la clave asignada es personalizada y su uso es de responsabilidad del trabajador.
- 27) Vender sin autorización bienes, vehículos, accesorios, regalos y repuestos de la empresa.
- 28) Propagar rumores que afecten al prestigio o intereses de la compañía sus funcionarios o trabajadores; así como no podrán reunirse sin autorización de los ejecutivos.

29) Comprar acciones o participaciones o montar un negocio directa o indirectamente, por sí mismo o a través de otra persona, para ser proveedor de la Compañía sin conocimiento expreso por parte de la Empresa.

30) Laborar horas suplementarias o extraordinarias sin previa orden expresa de sus superiores o de Recursos Humanos o del funcionario debidamente autorizado.

CAPÍTULO XVI

DE LAS PERSONAS QUE MANEJAN RECURSOS ECONÓMICOS DE LA EMPRESA

Art.- 42. Los Trabajadores que tuvieren a su cargo activos de la Empresa, como: dinero, accesorios, vehículos, valores o inventario de la Empresa; como el personal de tesorería, repuesto, bodega, agencias y cualquier otra área que estén bajo su responsabilidad dinero, valores, insumos, cajas menores, entre otros, son personalmente responsables de toda pérdida, salvo aquellos que provengan de fuerza mayor debidamente comprobada.

Art.- 43. Todas las personas que manejan recursos económicos estarán obligadas a sujetarse a las fiscalizaciones o arqueos de caja menor, revisión de soportes provisionales o imprevistos que ordene la Empresa; y suscribirán conjuntamente con los auditores el acta que se levante luego de verificación de las existencias físicas y monetarias.

CAPÍTULO XVII

DEL RÉGIMEN DISCIPLINARIO

Art.- 44. La empresa no puede imponer a sus trabajadores sanciones no previstas en este reglamento, en pactos, o en el contrato de trabajo (CST, artículo, 114).

FALTAS LEVES:

- a) El retardo hasta de QUINCE (15) MINUTOS en la hora de entrada al trabajo sin excusa suficiente, por tercera vez.
- b) La falta total del trabajador en la mañana o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente, por tercera vez.
- c) La falta total del trabajador a sus labores durante el día sin excusa suficiente, por segunda vez.
- d) No portar completa y adecuadamente aún por primera vez, la dotación brindada por el empleador.

FALTAS GRAVES:

- a) Descuadres de dinero aún por primera vez, si no justifica y explica claramente el trabajador la razón que conllevó a dicho descuadre. Se realizará la verificación de la información suministrada por el trabajador para determinar si el descuadre es ajeno de actos delictuosos del trabajador.
- b) Amenazar, golpear o instigar un ataque físico con armas o sin ellas, hacia un superior, trabajador, visitante, proveedor, cliente o cualquier persona que tenga un vínculo con BEHIND THE SUN RECORDINGS (S.A.S), durante sus horas laborales y sus descansos u hora de almuerzo.
- c) El reiterado incumplimiento de las instrucciones impartidas por sus superiores para la realización o ejecución normal del trabajo.
- d) Violar las normas de seguridad industrial, contribuir a hacer peligroso el sitio de trabajo, dejando desechos de cualquier tipo de líquido o producto, que pueda poner en riesgo elementos, equipos o trabajadores, creando riesgos de accidentes de trabajo para sí o para sus compañeros.
- e) Cometer delitos o toda tentativa de actos delictivos en contra de los intereses de la empresa, sus directivos o compañeros de trabajo.
- f) Cometer hurto de objetos, elementos, productos, mercancías, empaques y demás bienes de propiedad de la empresa o proveedores, aún los imperfectos o de desecho.

- g) Presentarse o permanecer en el trabajo en estado de alicoramiento o bajo la influencia de narcóticos o de drogas psicoactivas.

Art.- 45. Disciplina: El objetivo de las medidas disciplinarias, es el corregir y evitar la reincidencia en faltas o irregulares conductas incurridas por el trabajador. Es política de la Empresa dar oportunidad al trabajador para corregir sus actitudes, salvo que éstas por su gravedad ameriten la aplicación inflexible de las disposiciones legales y el presente Reglamento. La empresa ha establecido cuatro (4) clases de sanciones disciplinarias para casos de infracciones de normas internas o legislación vigente, estas son:

- a) Amonestación Verbal: es la aplicación preventiva a la falta, la misma que no reviste gravedad, podrá ser aplicada por el Jefe inmediato del trabajador.
- b) Amonestación Escrita: es la sanción correctiva de faltas que revisten regular gravedad, o por reincidencia de faltas leves. Será aplicada por el Gerente General, previa opinión del Jefe inmediato superior del trabajador.
- c) Suspensión del Trabajo será y Multa.
- d) Despido por Falta Grave.

PARÁGRAFO: Sanciones disciplinarias para aplicar las sanciones, la gerencia debe considerar la sanción aplicada a cada falta grave a) Por primera vez, suspensión en el trabajo desde cuatro (4) días hasta por ocho (8) días, sin derecho a remuneración. b) Por segunda vez, suspensión en el trabajo desde nueve (9) días hasta por dos (2) meses, sin derecho a remuneración.

CAPÍTULO XVIII

DE LA CESACIÓN DE FUNCIONES O TERMINACIÓN DE CONTRATOS

Art.- 46. Los trabajadores de BEHIND THE SUN RECODINGS (S.A.S), cesarán definitivamente en sus funciones o terminarán los contratos celebrados con la

Empresa, por las siguientes causas, estipuladas en el artículo 61 del Código Sustantivo del Trabajo:

- a) Por las causas legalmente previstas en el contrato
- b) Por acuerdo de las partes.
- c) Por conclusión de la obra, periodo de labor o servicios objeto del contrato.
- d) Por muerte o incapacidad del colaboradores o extinción de la persona jurídica contratante, si no hubiere representante legal o sucesor que continúe la Empresa o negocio.
- e) Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto y demás acontecimientos extraordinarios que los contratantes no pudieran prever o que previsto, no pudieran evitar.
- f) Por visto bueno presentado por el trabajadores o empleador.
- g) Por las demás establecidas en las disposiciones en el artículo 62 y 63 del Código Sustantivo del Trabajo.

CAPITULO XX SEGURIDAD E HIGIENE

Art.- 47. Las disposiciones de seguridad e higiene previstas en el Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial versión 001 de noviembre de 2015 de la empresa, debe ser cumplido, la compañía puede hacer uso del derecho que le asista en guardar la integridad de su personal.

DISPOSICIONES GENERALES

Art.- 48. Los trabajadores tienen derecho a estar informados de todos los reglamentos, instructivos, Código de conducta, disposiciones y normas a los que están sujetos en virtud de su Contrato de Trabajo o Reglamento Interno.

Art.- 49. En todo momento la Empresa impulsará a sus Trabajadores a que denuncien sin miedo a recriminaciones todo acto doloso, daño, fraudes, violación al

presente reglamento y malversaciones que afecten económicamente o moralmente a la Empresa, sus funcionarios o trabajadores.

Art.- 50. En todo lo no previsto en este Reglamento, se estará a lo dispuesto en el Código Sustantivo del Trabajo y más normas aplicables, que quedan incorporadas al presente Reglamento Interno de Trabajo.

Publicado 01 de enero de 2020

Atentamente,



JOSE RUBIANO
REPRESENTANTE LEGAL
BEHIND THE SUN RECORDING
CRA 79ª N. 54B – 43 S PISO 3. BOGOTÁ, COLOMBIA

5. CAPÍTULO V. PLAN DE FINANCIACIÓN, PROMOCIÓN Y ETAPA PRE OPERATIVA

5.1.1. Definición

El plan operativo es un documento por el cual, una organización establece una serie de compromisos y objetivos a cumplir mediante un plan de acción.

El documento cuenta con las más importantes iniciativas para el óptimo desarrollo de la organización o empresa.

5.1.2. Estrategias para sus diseños

La estrategia que BEHIND THE SUN RECORDINGS implementa para sus diseños es la de innovar mediante la investigación de nuevos mercados que permitan diferenciar frente a otros.

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

Mediante la legalización para la puesta en marcha del proyecto se crea un paquete de trabajo el cual contiene los documentos necesarios para dar partida al proyecto empresarial.

Etapa pre operativa

- Se da inicio a la obtención de los equipos faltantes y la creación del entorno digital.
- Se radican los documentos necesarios de legalización de la empresa ante las autoridades competentes.

- Lo siguiente será, formalizar la empresa ante entidades nacionales, tales como Cámara de Comercio, DIAN, etc.
- Una vez realizados dichos tramites, se da inicio a la formalización laboral ante entidades prestadoras del servicio de salud, pensión, etc.

Actividades de mercadeo

- Investigación de mercados.
- Programación y desarrollo del producto, fijación de precios.
- Canales de distribución y logística.
- Comunicación integral: publicidad, comunicación e imagen, relaciones públicas (RR. PP.), marketing directo, promoción, etc.
- Organización del departamento comercial. Ventas inteligentes.
- Internet y nuevas tecnologías.

Cada una de las variables anteriormente mencionadas, pueden ser manejadas según el criterio del especialista en marketing, al igual que no es preciso utilizar todas las técnicas aquí expuestas, pues las necesidades de los clientes son diferentes en forma y tiempo, excepto internet, que en mayor o menor medida, es algo imprescindible su utilización en todas las áreas de las empresas de éxito. Por ello ya se debe hablar de marketing off y on line.

Sayco y Acinpro, requisitos de inscripción

1. Usuario Nuevo a Registrar
 - a) Debe Presentarse con el certificado de la inscripción ante la Cámara de Comercio donde se toma los datos como son:
 - Propietario
 - Documento de identificación
 - Actividad y nombre comercial

- b) Con los datos anteriores se expide la respectiva liquidación para ser cancelada en cualquier oficina bancaria de AV-VILLAS o DAVIVIENDA. El sello Impreso en su Liquidación de alguna de las entidades bancarias ya citadas le dará la legalidad de pago de Derechos de Autor por la ejecución pública de la Música en su establecimiento.
2. Usuarios con Pago en Años Anteriores
- a) Su liquidación llegará a más tardar en los dos (2) primeros meses de cada año a la dirección donde se encuentra ubicado su establecimiento.

Bomberos

Por último, para obtener la aprobación del cuerpo oficial de bomberos, se debe realizar una previa visita por parte de ellos, y así optar a la licencia de funcionamiento del futuro lugar de trabajo.

**FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO
EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES
HOJA 2**

Diligencia a máquina o letra impresa los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras. En los términos del artículo 166 del Decreto 019 de 2012 y 33 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada. En los términos del artículo 36 del Código de Comercio, la Cámara de Comercio podrá solicitar información adicional. Autorizo el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos, para los fines propios de los registros públicos y su publicidad.

Para uso exclusivo de la Cámara de Comercio
Código Cámara y Fecha Radicación

INFORMACIÓN FINANCIERA

En los términos de la Ley, debe tomarse del balance de apertura o de los Estados Financieros con corte a 31 de diciembre del año anterior. Expresar las cifras en pesos Colombianos. Datos sin decimales

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA		ESTADO DE RESULTADOS			
Activo Corriente	\$ 10,000,000	Pasivo Corriente	\$ 0	Ingresos Actividad Ordinaria	\$ 0
Activo No Corriente	\$ 0	Pasivo No Corriente	\$ 0	Otros Ingresos	\$ 0
Activo Total	\$ 10,000,000	Pasivo Total	\$ 0	Costo de Ventas	\$ 0
		Patrimonio Neto	\$ 10,000,000	Gastos Operacionales	\$ 0
		Pasivo + Patrimonio	\$ 10,000,000	Otros Gastos	\$ 0
		Balance Social (*)	\$ 0	Gastos por Impuestos	\$ 0
		* Solamente si es Entidad sin ánimo de lucro		Utilidad / Pérdida Operacional	\$ 0
				Resultado del Período	\$ 0

(Revisar las instrucciones del formulario RUES)

GRUPO NIIF

COMPOSICIÓN DEL CAPITAL EN CASO DE PERSONAS JURÍDICAS
 1. NACIONAL 1.1. PÚBLICO % 1.2. PRIVADO %
 2. EXTRANJERO 2.1. PÚBLICO _____% 2.2. PRIVADO _____%

SI ES UNA EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO

6	APORTES LABORALES	APORTES ACTIVOS	APORTES LABORALES ADICIONALES	APORTES EN DINERO	TOTAL APORTES
	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____
	% _____	% _____	% _____	% _____	% _____

7	REFERENCIAS - ENTIDADES DE CRÉDITO	REFERENCIAS - COMERCIALES
	1. Nombre _____ Teléfono _____	1. Nombre _____ Teléfono _____
	2. Nombre _____ Teléfono _____	2. Nombre _____ Teléfono _____

ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA

8	CÓDIGO DEL ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA (Revisar las instrucciones del formulario RUES)	<input type="text" value="02"/> OTRO CUÁL? _____	NÚMERO DE EMPLEADOS <input type="text" value=""/> <input type="text" value=""/> <input type="text" value=""/> <input type="text" value=""/>
	TIENE ESTABLECIMIENTOS, AGENCIAS O SUCURSALES: SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	CUANTOS <input type="text" value=""/>	TIENE LA ENTIDAD IMPLEMENTADO UN PROCESO DE INNOVACIÓN SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>
	EMPRESA FAMILIAR (Informar solo para fines estadísticos) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	PORCENTAJE DE EMPLEADOS TEMPORALES (%) <input type="text" value=""/>	

DETALLE DE LOS BIENES RAICES QUE POSEA

(En cumplimiento del artículo 32 del Código de Comercio)

9	MATRÍCULA INMOBILIARIA	DIRECCIÓN	BARRIO	MUNICIPIO	DEPARTAMENTO	PAIS

LEY 1780 DE 2016

10	DECLARO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE CUMPLO CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LA LEY 1780 DE 2016 PARA ACCEDER A LOS BENEFICIOS DEL ARTÍCULO 3	SOLO EN CASO DE 1RA RENOVACIÓN Y HABIÉNDOSE ACOGIDO A LOS BENEFICIOS DE LA LEY 1780 DE 2016 AL MOMENTO DE LA MATRÍCULA MANIFIESTO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE MANTENGO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL NUMERAL 2.2.4.1.5.2. DEL DECRETO REGLAMENTARIO DE LA LEY 1780
	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	CUMPLO <input type="checkbox"/> NO CUMPLO <input type="checkbox"/>

PROTECCIÓN SOCIAL

11	¿ES APORTANTE AL SISTEMA DE SEGURIDAD Y PROTECCIÓN SOCIAL? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>
	TIPO DE APORTANTE (Marque con una X la casilla que corresponda)
	APORTANTE CON 200 O MAS COTIZANTES <input type="checkbox"/> CUENTA CON MENOS DE 200 COTIZANTES <input type="checkbox"/> APORTANTE BENEFICIARIO DEL ARTICULO 5 DE LA LEY 1429 DE 2010 <input type="checkbox"/> APORTANTE INDEPENDIENTE <input type="checkbox"/>

El suscrito declara bajo la gravedad del juramento que la información reportada en este formulario y la documentación anexa al mismo, es confiable, veraz, completa, exacta.

Nombre de la Persona Natural o Representante Legal de la Persona Jurídica FIRMA

Jose Rubiano

Documento de identificación No. 1030538501 C.C. C.E. T.I. PASAPORTE

PAÍS Colombia

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)

Espacio para uso exclusivo de la Cámara de Comercio
Firma y Sello de la Cámara de Comercio

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

1. Inscripción 2. Actualización 3. Cese de Actividades



B. DATOS DEL CONTRIBUYENTE

4. Tipo de Documento C.C. <input checked="" type="checkbox"/> NIT <input type="checkbox"/> T.I. <input type="checkbox"/> No. 11030538501 - D.V.		5. Naturaleza Jurídica Persona Natural <input checked="" type="checkbox"/> Persona Jurídica <input type="checkbox"/> Sociedad De Hecho <input type="checkbox"/>	
6. Apellidos y Nombres ó Razón Social Jose Rubiano		7. Código tipo organización (Ver instrucciones al respaldo) 1 2 - 2	
8. Dirección de Notificación Cr 79a N. 54b - 43 s		9. Municipio Bogotá	10. Departamento Bogotá D.C.
11. Teléfono (*) No. 3046764672 Ciudad Bogotá		12. Régimen Tributario Régimen Simplificado <input type="checkbox"/> Régimen Común <input checked="" type="checkbox"/>	
13. Número de matrícula mercantil del contribuyente. Bogotá - No. Matrícula		14. Fecha de la matrícula mercantil. 01 01 2020 Día Mes Año	
15. Estado del registro mercantil Matrícula <input checked="" type="checkbox"/> Renovación <input type="checkbox"/>			
16. Actividad Económica del Contribuyente. Código CIU para Bogotá D.C. Código Act. Descripción Código Act. Descripción Código Act. Descripción Código Act. Descripción Código Act. Descripción			
17. Fecha de inicio de Actividades en el Distrito 01 01 2020 Día Mes Año		18. Correo electrónico (*) lamour.uplifting@gmail.com	
19. Fax (*)			

C. REPRESENTACIÓN LEGAL Y REVISORÍA FISCAL

No.	20. Apellidos y Nombres	21. Identificación TD	Número	22 CR	23. Correo Electrónico (*)
1					
2					
3					
4					
5					

D. CESE DE ACTIVIDADES.

24. Causal Fusión <input type="checkbox"/> Escisión <input type="checkbox"/> liquidación <input type="checkbox"/> Otro? <input type="checkbox"/>	26. Número de Establecimientos que clausura 00
25. Fecha de cese de actividades Día Mes Año Cúal?	

E. FIRMAS

27. Contribuyente o Representante Legal		28. Persona que realiza el trámite (*)	
Nombre Jose Rubiano c.c. <input checked="" type="checkbox"/> c.E. <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> No. 1030538501		Nombre Jose Rubiano c.c. <input checked="" type="checkbox"/> c.E. <input type="checkbox"/> Otr <input type="checkbox"/> No. 1030538501	

ESTE FORMULARIO Y SU RADICACIÓN NO TIENEN COSTO ALGUNO

El registro de la información marcada con esta señal (*), es de carácter opcional. La omisión de estos datos no causan las sanciones contempladas por la ley para la no inscripción o actualización del Registro de Información Tributaria RIT.

		Formato de Entrega Información Tributaria Decreto 1818 de 2015			FT-RE-XXXX	
4. Número de Radicación:						
Información de Entrega						
1. Año Reporte:	2. Mes Reporte:	3. Fecha Envío:		Año		U.I.B.
	Enero	01	2020	01	01	
Información de Quien Reporta						
5. Número Identificación Tributaria	6. D.V.	7. Primer apellido	8. Segundo apellido	9. Primer nombre	10. Otros nombres	
5920		Rubiano		Jose		
11. Razón Social	S.A.S.					12. Cód. Dir. Seccional
13. Dirección de correspondencia	Cr 79a N. 54b - 43 s					
14. Departamento	Cundinamarca	Cód.	11	15. Municipio	Bogotá D.C.	Cód.
						16. Teléfonos
						3046764672
17. Correo Electrónico persona o Entidad	lamour.uplifting@gmail.com			18. Correo Electrónico del Representante Legal (Opcional)		
Información del Envío						
19. Concepto Envío		Información archivos del envío			Datos Reemplazo	
Inicial		20. Tipo archivo	21. Cantidad archivos	22. Número total registros	23. Radicación anterior	24. Año reporte:
Reemplazo		Excel				25. Mes reporte:
						26. Fecha Envío:
						Año
						Mes
						U.I.B.
27. Relación Archivos Enviados						
Item	Nombre del Archivo	Número Registros	Item	Nombre del Archivo	Número Registros	Item
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
28. Observaciones						
29. Nombres, Apellidos y Firmas						
Las firmas del presente documento por parte del Representante Legal y Contador, constituyen: 1. Un comprobante del envío de la información relacionada, sin perjuicio de las verificaciones posteriores que efectue la DIAN en sus especificaciones técnicas y su contenido. 2. De acuerdo con el literal b) del numeral 4 del artículo 3 y el literal b) del artículo 4 del Decreto 1818 de 2015, la firma del Contador, certifica que las mercancías vendidas se trasladaron físicamente a cualquiera de los municipios enunciados en el artículo 1 del Decreto 1770 de 2015, mediante guía de transporte, factura del servicio de transporte de carga y documento de recepción de la mercancía.						
Representante legal			Contador			
Nombre:	Jose Rubiano		Nombre:			Funcionario DIAN
NIT. No.	1030538501		NIT. No.			Cargo:

Anexo 7. Formulario DIAN.

5.2. PLAN FINANCIERO

5.2.1. Costos Fijos

ITEM DEL COSTO	MENSUALES	ANUALES PROYECCIÓN				
	VALOR MENSUAL	PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
ARRIENDO OFICINA	\$ 600,000	\$ 7,200,000	\$ 7,428,960	\$ 7,665,201	\$ 7,908,954	\$ 8,160,459
SERVICIOS	\$ 172,200	\$ 2,066,400	\$ 2,132,112	\$ 2,199,913	\$ 2,269,870	\$ 2,342,052
NOMINA	\$ 9,493,762	\$ 113,925,144	\$ 117,547,964	\$ 121,285,989	\$ 125,142,883	\$ 129,122,427
HOSTING & DOMINIO	\$ 101,918	\$ 1,223,016	\$ 1,261,908	\$ 1,302,037	\$ 1,343,441	\$ 1,386,163
ADS & E-COMERCE	\$ 250,000	\$ 3,000,000	\$ 3,095,400	\$ 3,193,834	\$ 3,295,398	\$ 3,400,191
CAJA MENOR	\$ 200,000	\$ 2,400,000	\$ 2,476,320	\$ 2,555,067	\$ 2,636,318	\$ 2,720,153
TOTAL COSTOS	\$ 10,817,880	\$ 129,814,560	\$ 133,942,663	137,210,863.99	140,558,809.07	143,988,444.01

Tabla 5. Costos fijos. Óscar Cortés (2017)

5.2.2. Costos Variables

ITEM DEL COSTO	COSTO VARIABLE	PRECIO DE VENTA	MARGEN DE CONTRIBUCION	COSTOS FIJOS %	UND. DE EQUILIBRIO	UND. DE EQUILIBRIO MES	MARGEN DE UTILIDAD	TOTAL A VENDER
	4,917	24,719	19,802	\$ 129,814,560	6,556	546	2,294	8,850

Tabla 6. Costos variables. Óscar Cortés (2017)

5.2.3. Proyección de ventas

Para este apartado, el presupuesto de ventas de la proyección, se demuestra que a medida que BEHIND THE SUN RECORDINGS va creciendo en el mercado hay mayor capacidad de efectivo disponible, de modo que, para el último año de proyección es superior al doble en comparación al primer año. Por otra parte, se hace una estimación de la proyección de las ventas en un escenario moderado debido a que se relaciona con la forma en la que BEHIND THE SUN RECORDINGS obtiene ingresos; de esta manera, se realiza una proyección de crecimiento de ventas del 5% año por año.

5.2.4. Estado de resultados proyectado a cinco años

INVERSION DEL PROYECTO					
EQUIPOS Y ENSERES	9,306,100				
COSTOS FIJOS PRIMEROS SEIS MESES DEL PROYECTO	64,907,280				
INVERSION NECESARIA DEL PROYECTO	64,907,280				
MENOS: CAPITAL SEGÚN MINUTA	10,000,000				
INVERSION NECESARIA DEL PROYECTO	54,907,280				
INVERSION PROYECTO	- 54,907,280				
FLUJO DE CAJA PRIMER AÑO	31,175,223				
FLUJO DE CAJA SEGUNDO AÑO	30,763,506				
FLUJO TERCER AÑO	30,975,346				
FLUJO CUARTO AÑO	31,182,134				
FLUJO QUINTO AÑO	31,383,541				

Tabla 7. Resultado proyección a cinco años. Óscar Cortés (2017)

5.2.5. Flujo de Caja del proyecto

ESTADO DE FLUJO DE CAJA LIBRE					
UTILIDAD NETA	27,175,223	26,763,506	26,975,346	27,182,134	27,383,541
MÁS: DEPRECIACION	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
FLUJO DE CAJA LIBRE	31,175,223	30,763,506	30,975,346	31,182,134	31,383,541

Tabla 8. Flujo de caja. Óscar Cortés (2017)

5.2.6. Indicadores financieros del proyecto empresa

INDICADOR FINANCIERO					
VAN	42,534,711			tasa de referencia 4 VECES LA DTF	0.19
TIR	49%				
TIRMODIFICADA	32%				
INVERSION DEL PROYECTO					
INYECTORA Y OTRAS	20,000,000				

Tabla 9. Indicadores financieros. Óscar Cortés (2017)

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

Inicialmente, la estrategia a seguir es la creación de eventos organizados por BEHIND THE SUN RECORDINGS en donde se incluyan a los artistas del catálogo, así como artistas internacionales. además, se contará con la creación de *merchandising* para ser distribuida online y offline en eventos y tiendas de discos.

5.3.1. Determinación Inversión Mínima para el proyecto.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL				
	EQUIPAMIENTO Y ENSERES	CANTIDAD	COSTO	CAPITAL INICIAL
FASE DE INVERSIÓN	Ordenador de escritorio iMac de 21,5" con memoria RAM de 8GB. Disco duro de 1TB con procesador Intel Core i5 dual core a 2.3GHz	1	4,299,000	3,000,000
	Escritorio, mueble de oficina	2	448,000	300,000
	Monitores de estudio YAMAHA HS5 activos	1 par	1,485,000	550,000
	Interface de audio Behringer Umc202hd	1	339,000	
	Sofá	1	455,100	
	Silla de escritorio	7	769,300	
	Software de producción musical (Logic pro)	1	650,700	650,700
	SUB TOTAL INVERSIÓN INICIAL			8,446,100

CAPITAL DE TRABAJO INICIAL					
	GASTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN	CANTIDAD	COSTO	CAPITAL INICIAL	
FASE OPERACIONAL	Artwork (Arte gráfica)	Por release	270,000	70,000	
	Ads redes sociales	Por release	240,000	-	
	Servicio promo box	Por release	30,000	39,706	
	Community manager	Por release	320,000		
	Costo distribución digital	18% neto por release	\$ %	\$ %	
				860,000	109,706
	TOTAL INVERSIÓN INICIAL			9,306,100	4,610,406

Tabla 10. Determinación inversión mínima. Elaboración propia.

5.3.2. Análisis recursos propios vs recursos de los inversionistas

Los recursos con los que se dará inicio al proyecto BEHIND THE SUN RECORDINGS se distribuirán de la siguiente manera: \$10.000.000 (diez millones de pesos), los cuales son recursos propios, se invertirán en el refuerzo de equipamiento base y enseres de oficina, así como el pago de gastos básicos de producción. Se tramitará un crédito bancario por un monto superior a \$64.907.280 (sesenta y cuatro millones novecientos siete mil doscientos ochenta pesos) a 60 meses.

5.3.3. Determinación de rendimientos para los accionistas.

1. TASA MÍNIMA PARA OFRECER A UN INVERSIONISTA. (4 veces - DTF)

DTF CERTIFICADO POR LA SUPERFINANCIERA	3.78%
TASA PARA EL INVERSIONISTA	15%

2. DEDERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN NECESARIA PARA BUSCAR UN APALANCAMIENTO

Inversion inicial en equipos	\$ 9,306,100
Costos fijos y variables primer año	\$ 64,907,280
Inversion Minima de capital	\$ 74,213,380
Menos: Capital suscrito y pagado minuta	\$ 10,000,000
Igual: Capital para apalancar	\$ 64,213,380

Tabla 11. Determinación para los accionistas. Óscar Cortés (2017)

5.3.4. WAAC. Costo promedio ponderado del Capital

3. WAAC

DATOS NECESARIOS

TASA KE -Retorno para los accionistas	15.12%
TASA T: Tasa de impuestos	33.00%
TASA KD - Tasa ofertada por el sistema financiero (Utilice el dato de la simulacion del credito)	29.60%
CAA - Capital según minuta	\$ 10,000,000
DEUDA - "D" -Capital para apalancar (Traer el dato de F22)	\$ 64,213,380

SIMULACION WAAC

ke *	$\frac{CAA}{CAA+D}$	+	Kd *(1-T)	$\frac{D}{CAA + D}$
15.12%	\$ 10,000,000		0.19832	\$ 64,213,380
	\$ 74,213,380			\$ 74,213,380
	0.020373685			0.171597056
	WAAC =		19.20%	

Tabla 12. WAAC. Óscar Cortés (2017)

5.3.5. Conclusiones sobre el apalancamiento financiero

Luego de haber realizado el análisis general, se concluye lo siguiente: para dar inicio a este proyecto se requiere de una inversión mínima estimada de \$74.907.280 (setenta y cuatro millones novecientos siete mil doscientos ochenta pesos), los cuales, permitirán apalancar los gastos fijos durante los primeros seis meses de operaciones.

5.4. FUENTES DE FINANCIACIÓN PARA LA IDEA PROYECTO

En primer lugar, se estimaron gastos y costos iniciales del proyecto, en base a la inversión inicial y operacional. Los balances o estados de situación, los estados de resultados proyectados a cinco años; además es importante reflejar la proyección de ventas en los 5 primeros años para demostrar sostenibilidad.

En segundo lugar, los recursos iniciales para dar inicio al proyecto BEHIND THE SUN RECORDINGS se harán por medio de recursos propios, a través del fondo emprender del SENA, y/o prestamos bancarios.

5.4.1. Líneas de financiación y cooperación elegidas para concursar con el proyecto Fondo Emprender.

Fondo Emprender es un fondo de capital semilla creado por el Gobierno Nacional en el artículo 40 de la Ley 789 del 27 de diciembre de 2002, busca apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo". Es una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), Reglamentada por el decreto 034ndev 2003, cuyo objeto exclusivo es financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por aprendices, practicantes universitarios o profesionales

El fondo emprender, puede aportar hasta el 100% de los recursos que necesite la empresa. Para ello se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Se puede solicitar hasta 180 salarios mínimos legal mensuales, por proyecto.

- Se puede financiar todo lo relacionado con lo relacionado con el proyecto (materia prima, arriendos, capital para inicio, bienes en proceso, etc.).
- Rubros no financiados como Bienes no relacionados con el negocio, Vehículos, Viajes, Dividendos

Los recursos son girados directamente a los proveedores, los emprendedores una vez aprobados los recursos deben presentar las cuentas de cobro y/o facturas para que el fondo emprender realice los desembolsos correspondientes de la empresa.

5.4.1.1. Presentación de la entidad, documentación necesaria y matricula del proyecto. Resumen ejecutivo.

BEHIND THE SUN RECORDINGS se constituye en el Mercado musical global como uno de los *Indie Record Labels* más influyentes de la industria. Su popularidad se debe en gran medida a la altísima calidad de sus producciones, el catálogo de artista que maneja y el apoyo indiscutible hacía los nuevos y emergentes talentos; tanto nacionales como internacionales.

Así pues, la idea de crear un *Indie Record Label* se dio años atrás, con el propósito de fomentar el interés por el arte. La idea también se debe en gran medida a la falta de apoyo que hoy por hoy los artistas emergentes no tienen frente a otras culturas, haciendo de este oficio uno de los más difíciles en llevar acabo.

DOCUMENTACIÓN PARA EL ESTUDIO DE CREDITO:

- Persona natural: Fotocopia del documento de identidad.
En caso de encontrarse declarando renta, se deben de presentar los siguientes documentos: extractos bancarios de los últimos 3 meses, y declaración de renta de los 2 últimos años y/o declaración del impuesto a las ventas IVA.
En caso contrario, se debe presentar carta o documento que compruebe el caso.
- Persona jurídica: Fotocopia del Nit.

Original del certificado de existencia y representación legal con fecha de expedición no mayor a 60 días.

Declaración de renta de los 2 últimos años.

Estados financieros fiscales de los 2 últimos años al cierre de año (Estado de pérdidas y ganancias) y estados financieros con corte al último trimestre inmediatamente anterior a la fecha de la solicitud. Estos documentos deben estar firmados en original por el representante legal y el contador.

RESUMEN EJECUTIVO

BEHIND THE SUN RECORDINGS que cuenta con la dirección de Jose Rubiano, productor musical y audiovisual, siendo el resultado de un detallado estudio de mercado, buscando la viabilidad del proyecto como *Indie Record Label*, dentro del amplio mercado musical global. Al mismo tiempo, el objetivo general es ofrecer música electrónica, especialmente el sonido *Drum & Bass*, a través de las distintas plataformas de *streaming* y de descarga digital.

Ahora bien, BEHIND THE SUN RECORDINGS actualmente cuenta con el aval de reconocidas plataformas de descarga digital y de streaming en todo el mundo, tales como: *Beatport, iTunes, Juno, Amazon, Spotify*, entre muchas otras. La distribución digital a dichas plataformas se hace a través de *Label Worx*, distribuidora digital del Reino Unido con más de 15 años en el mercado.

Dentro de los objetivos generales se encuentra la introducción de artistas internacionales de alto nivel artístico y posterior reconocimiento global.

La inversión mínima estimada para dar inicio a este proyecto es de \$44.907.280 (sesenta y cuatro millones novecientos siete mil doscientos ochenta pesos), los cuales, permiten apalancar los gastos fijos durante los primeros seis meses de operaciones.

INVERSIÓN DEL PROYECTO

- Equipamiento, enseres y costos básicos de producción: \$9,306,100

- Costos fijos primeros seis meses del proyecto: \$64.907.280
- Inversión necesaria del proyecto: \$64.907.280
- Menos capital según minuta: \$10.000.000
- Inversión necesaria del proyecto: \$54.907.280

- Inversión proyecto: - \$54,907,280
- Flujo de caja primer año: \$31,175,223
- Flujo de caja segundo año: \$30,763,506
- Flujo de caja tercer año: \$30,975,346
- Flujo de caja cuarto año: \$31,182,134
- Flujo de caja quinto año: \$31,383,541

Dichos recursos se obtendrán de la siguiente manera:

- Patrocinio Sena
- Recursos propios
- Préstamo bancario
- Asociación con inversionistas

CONCLUSIONES

Tras la inicial investigación para la creación de este proyecto, pude entender aún más el imponente y atractivo mundo musical que existe más allá de nuestra frontera latinoamericana, mundo que, para muchos, aún resulta desconocido y poco interesante.

Para comenzar, quiero resaltar que, BEHIND THE SUN RECORDINGS nació con el propósito de poder tener una plataforma de forma independiente para poder mostrar mi música al mundo entero, y por qué no, hacer de este propósito mi futuro, el cual, es el que siempre he querido. ¡Vivir de la música, vivir de lo que más he amado hacer!

Lo cierto es que, durante el proceso de investigación, pude constatar que, en efecto, no existe ningún otro *Indie Record Label* de música Drum & Bass en Colombia que, a su vez, sirva de soporte y apoyo a quienes han soñado en hacer lo mismo que yo. Tampoco existe un *Indie Record Label* nacional con gran participación y reconocimiento internacional, lo que me da a entender lo siguiente:

La cultura nacional sobre este tipo de música es demasiado pobre, en consecuencia, la presencia a nivel mundial es prácticamente nula. Considerando esto último, para poder catapultar este proyecto sobre el camino del éxito, lo mejor a tener en cuenta, es realizarlo en donde exista un arraigo cultura adecuado. Además, los altos costos que conllevan hacer empresa en Colombia, la baja economía y la ausencia de cultura, alejan aún más toda posibilidad de éxito.

Para finaliza, gracias a la globalización, a la era digital, el poder aprender otro idioma para comunicar con otros, y por qué no, a la madre de Mozart, nuestros sueños, por más difíciles que parezcan, tarde que temprano se convertirá en una realidad.

REFERENCIAS

Audio.ad. (2018). “Estado del audio digital en Colombia 2018”. 2018, de audio.ad Sitio web: <http://www.iabcolombia.com/lo-ultimo/audio-ad-presento-estudio-sobre-el-estado-del-audio-digital-en-colombia-2018/>

Centro de estudios financieros. (2019). 7. Áreas de actividad que componen la gestión de marketing. 2019, de Centro de estudios financieros Sitio web: <https://www.marketing-xxi.com/areas-de-actividad-que-componen-la-gestion-del-marketing-7.htm>

Creacion De Empresa . (2011). REQUISITOS DE SAYCO Y ACINPRO. 2019, de SAYCO Y ACINPRO Sitio web: <http://creacion-de-empresa.blogspot.com/2011/05/requisitos-de-sayco-y-acinpro.html>

Dreazz. (2019). the Imprint. 2019, de Fokuz Recordings Sitio web: <https://fokuzrecordings.com/about/>

Gestión de Riesgos, Seguridad y Salud Ocupacional. (2018). ¿Cuáles son los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos?. 2019, de Guia OSC Sitio web: <https://guiaosc.org/cuales-son-los-requisitos-para-obtener-el-permiso-de-funcionamiento-del-cuerpo-de-bomberos/>

Ifpi. (2017). Global music Report. 2018, de ifpi.org Sitio web: https://www.ifpi.org/downloads/GMR2016_Spanish.pdf

Jackson Paul Pereira Silva. (2008). Uppersound Music. 09/05/19, de <http://repository.lasalle.edu.co> Sitio web: http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/29504/64141231_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Josep María González Farré. (2008). Creación de un sello discográfico. 2019, de Josep María González Farré Sitio web: Creación de un sello discografico.PDF

Kevin Watson. (2017). international music summit IMS ibiza10. 2018, de International Music Summit Sitio web:

<https://www.internationalmusicsummit.com/wp-content/uploads/2017/09/IMS-Business-Report-2017-vFinal3.pdf>

Ramió, F. (s.f.). Alarga el ciclo de vida de tus canciones. Promoción Musical. Recuperado de <https://promocionmusical.es/alarga-el-ciclo-de-vida-de-tuscanciones/>

Tony Colman and Chris Goss. (2019). About. 2019, de Hospital Records Sitio web: <https://www.hospitalrecords.com/about/>

Win. (2017). Worldwide Independent Market Report 2017. 2018, de WIN Sitio web: <http://winformusic.org/files/WINTEL%202017/WINTEL%202017.pdf>