

ANGIE MARTIN BOUTIQUE SAS.

ANGIE MARTIN LÓPEZ

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

ANGIE MARTIN BOUTIQUE SAS.

ANGIE MARTIN LÓPEZ

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

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

CERTIFICADO DE AUTORÍA INTELECTUAL

Bogotá, 21 de abril 2021

Yo, **Angie Martin López**, declaro que el trabajo de grado titulado: “**ANGIE MARTIN BOUTIQUE SAS**” presentado como requisito para obtener el título de Gestión de empresas otorgado por la Facultad de Ciencias empresariales de la Institución Universitaria Latina, UNILATINA, es de mi completa autoría exceptuando los pasajes donde expresamente se aclare lo contrario. Las ideas expresadas en este trabajo son de responsabilidad exclusiva de los autores y no constituyen compromiso institucional alguno de la Institución Universitaria Latina, UNILATINA.

Firma Angie Martin López

Nombre completo: Angie Martin López

Fecha	21 de abril 2021	
DATOS GENERALES DEL ESTUDIANTE		
Nombre(s) Angie	Primer Apellido Martin	Segundo Apellido López
Identificación 1.018.489.417	Código	Programa Gestión de empresas

El estudiante identificado al inicio de este documento, quien para efectos del presente escrito se denominará el AUTOR, actuando a nombre propio, en uso de sus facultades físicas y mentales, suscribe la siguiente autorización con el fin de permitir el uso, comunicación y la publicación de su trabajo de grado en el repositorio de UNILATINA, en los siguientes términos:

1. Autorización para Publicación a la Institución

El AUTOR hace entrega del documento respectivo y sus anexos en formato digital o electrónico, y autoriza en forma gratuita, permanente (por el tiempo de la protección en Colombia), mundial y no exclusiva a la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA - UNILATINA, para que en los términos establecidos en el régimen legal colombiano (especialmente la Ley 23 de 1982, la Ley 44 de 1993 y la Decisión Andina 351 del mismo año) para que utilice por cualquier medio conocido o por conocer, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución que le corresponden como creador de la obra mencionada. La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato virtual, electrónico, digital, óptico, usos en red, Internet, extranet, intranet, etc., y en general en cualquier formato conocido o por conocer.

- 1.1. El AUTOR certifica que la obra objeto de esta autorización es original y que la realizó sin usurpar derechos de autor de terceros y, por lo tanto, es de su exclusiva autoría y tiene la titularidad sobre la misma o en caso de incluir obras de terceros, afirma que cuenta con la autorización legal o expresa necesaria. En caso de presentarse cualquier reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión, EL AUTOR asumirá toda la responsabilidad y saldrá en defensa de los derechos aquí autorizados. Para todos los efectos en estos casos la universidad actúa como un tercero de buena fe.
- 1.2. Si la obra objeto de esta autorización se basa en un trabajo patrocinado o apoyado por una agencia u organización, el AUTOR garantiza que ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo, y de ser necesario explicará las restricciones que se deben imponer a la publicación en el repositorio para esos casos.

1.3. La autorización se hace a título gratuito.

1.4. Los derechos morales de autor sobre el Trabajo de Grado corresponden exclusivamente al AUTOR y en tal virtud, La INSTITUCION UNIVERSITARIA LATINA UNILATINA se obliga a reconocerlos expresamente y a respetarlos de manera rigurosa.

2. Autorización para los Usuarios del Repositorio

El AUTOR podrá seleccionar una licencia *Creative Commons* o mantener el esquema tradicional de “todos los derechos reservados” para la publicación del material en el Repositorio. Al elegir una licencia *Creative Commons* se le indica al usuario del repositorio, que desea utilizar su documento bajo qué condiciones de uso y distribución lo puede hacer.

- © “Todos los derechos reservados”.
- (cc) “Algunos derechos reservados” bajo la licencia:
 1. Atribución (<http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/co/>).
 2. Atribución – Sin Derivar(<http://creativecommons.org/licenses/by-nd/2.5/co/>). 3. Atribución – Sin Derivar – No Comercial. (<http://creativecommons.org/licenses/by-nd-nc/2.5/co/>).
 4. Atribución – No Comercial(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>).
 5. Atribución – No Comercial – Compartir Igual. (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/co/>).
 6. Atribución – Compartir Igual(<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.5/co/>).

Angie Martin López
Firma del AUTOR

**NOTA DE
ACEPTACIÓN**

PRESIDENTE DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO

Bogotá 21 de abril 2021

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	
CAPÍTULO 1. LA EMPRESA.....	7
1. ASPECTOS ESTRATÉGICOS.....	7
1.1.1 Misión.....	7 1.1.2
Visión.....	7 1.1.3
Objetivos estratégicos.....	8 1.1.5
Organigrama.....	9 1.1.6
Imagen corporativa.....	10 1.2
FACTORES GENERALES DEL SERVICIO.....	10 1.2.1
Antecedentes.....	10 1.2.1.2
Tipo de compañía.....	11 1.2.3
Microambiente.....	13
CAPÍTULO 2. EL MERCADO.....	14
2.1 ESTUDIO DE MERCADO.....	14
2.1.1 Objetivo general del estudio de mercados.....	14 2.1.2
Objetivos específicos.....	14 2.1.3
Fuentes de información.....	15 2.1.8
Conclusiones de la investigación de mercados.....	29 2.2 PLAN
DE MERCADEO.....	29 2.2.1
Resumen del mercado.....	29 2.2.2
Mercados objetivos.....	30 2.2.3
Análisis DAFO.....	31 2.2.4 Matriz
DAFO con estrategias.....	32 2.3. ESTUDIO
FINANCIERO.....	34 2.3.1
METODOLOGÍA PARA EL ESTUDIO FINANCIERO.....	34 2.3.2
Costos fijos y costos variables del proyecto.....	35 2.3.5 Flujo
de caja proyectado.....	37 2.3.6 Indicadores
financieros.....	37
ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZATIVOS.....	38 3.1 RIESGO
PATRIMONIAL.....	38 3.2 Figura
societaria S.A.S.....	38 3.3 Definición de
S.A.S.....	38 3.4 Minuta de
constitución, concepto y documento de constitución de la	
empresa.....	39 3.5
Procedimientos legales para la formalización de la empresa.....	39 3.5.1
Formalización comercial.....	39 3.5.2
Formalización tributaria.....	40

3.5.2.2 Registro único tributario.....	44	3.5.2.3
Tramites Dian: firma digital y resolución de facturación.....	44	
CAPÍTULO 4. FINANCIACION Y OPERACIÓN DEL PROYECTO.....	45	
4.1 LÍNEAS DE FINANCIACIÓN Y COOPERACIÓN ELEGIDAS PARA CONCURSAR CON EL PROYECTO FONDO EMPRENDER.....	45	
4.1.1 Fondo emprender.....	45	4.2
PRESENTACIÓN DE LA ENTIDAD, RESUMEN EJECUTIVO.....	47	4.3
Plan operativo.....	47	4.3.1
Puntos De Cronograma.....	48	
CAPÍTULO 5. FORMALIZACIÓN LABORAL.....	48	
5.1 OBLIGACIONES LABORALES.....	49	
5.1.1 Afiliación patronal a EPS fondo de pensiones y ARL.....	49	5.1.1.2
Fondo de pensiones.....	50	5.1.1.3
Intereses sobre las cesantías.....	51	
CONCLUSIONES.....	79	
BIBLIOGRAFÍA.....	80	
CIBERGRAFIA.....	81	
ANEXOS.....	83	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1, proveedores.....	17
Tabla 2, canvas.....	18
Tabla 3, tabulación pregunta 1.....	22
Tabla 4 tabulación pregunta 2.....	22
Tabla 5, tabulación pregunta 3.....	23
Tabla 6, tabulación pregunta 4.....	24
Tabla 7, tabulación pregunta 6.....	24
Tabla 8 tabulación pregunta 7.....	25
Tabla 9, tabulación pregunta 8.....	26
Tabla 10, tabulación pregunta 10.....	27
Tabla 11, costos financieros.....	34
Tabla 12, costos variables por unidad.....	34
Tabla 13 Proyección de ventas.....	35
Tabla 14 Estado de resultados.....	35
Tabla 15 Flujo de caja.....	35
Tabla 16 Indicadores financieros del proyecto.....	36
Tabla 17, plan operativo 1.....	49
Tabla 18, plan operativo 2.....	50
Tabla 19, plan operativo 3.....	50

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Ilustración 1, organigrama.....	11
Ilustración 2, figura pregunta 2.....	22
Ilustración 3 figura pregunta 2.....	23
Ilustración 4, figura pregunta 3.....	23
Ilustración 5, figura pregunta 4.....	24
Ilustración 6, figura pregunta 6.....	25
Ilustración 7, figura pregunta7.....	25
Ilustración 8, figura pregunta 8.....	26
Ilustración 9, figura pregunta 10.....	27
Ilustración 10, resumen del mercado.....	28
Ilustración 11 consumo del mercado.....	29
Ilustración 12 Metodología para el estudio financiero.....	33
Ilustración 13, consulta homonimia.....	39
Ilustración 14, código CIIU.....	39
Ilustración 15, impuestos.....	43

CAPÍTULO 1. SOBRE LA EMPRESA

El conocimiento que logre adquirir en otro país me abrió la gran oportunidad de querer exportar esta idea a mi país, brindando la oportunidad a los clientes de utilizar diseños novedosos creados en Colombia y con material colombiano.

El conocimiento y la idea que tengo de como plantearlo ayudara a que mi producto al que quiero ingresar al mercado no se me haga tan complicado ya que se las necesidades importantes que puedo suplir a los usuarios.

ASPECTOS ESTRATÉGICOS

1.1.1. Misión

Angie Martin Boutique SAS. es una empresa que se dedica a diseñar ropa a la moda inspirados en las tendencias francesas y americana, brindando una nueva experiencia a los clientes al obtener diseños únicos en nuestro país, dando un asesoramiento personalizado.

1.1.2. Visión

Para el año 2021, obtener posicionamiento en el mercado, con una alta demanda por sus diseños los cuales nos transportan a tendencias de moda del exterior y podernos ampliar con más locales ubicados en diferentes barrios de la ciudad y así mismo ampliar el nicho de mercado para todo tipo de mujer.

1.1.3 Objetivos estratégicos

1.1.3.1 Objetivo general

Analizar mediante la investigación de mercados, cuáles son las estrategias a seguir para observar el nivel de viabilidad del producto en el mercado y poder llevar a cabo las estrategias de comercialización específicas.

1.1.3.2 Objetivos específicos

- Como fomentar la compra del producto con una interacción efectiva con el consumidor.
- Cuál es la manera efectiva de darse a conocer en el mercado objetivo.

1.1.4 Principios y valores

- **Confianza:** Somos una empresa que cumple con lo prometido, al ofrecer los mejores diseños y un excelente servicio con precios justos y asequible al cliente.
- **Honestidad:** Ejecutamos nuestros procedimientos con transparencia y rectitud.
- **Respeto:** Actuamos de forma que reconocemos los derechos y la dignidad de las personas y las empresas.

1.1.5 Organigrama de la empresa



Figura 1. Organigrama Organizacional Inicial.

El organigrama es:

La representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen, que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que integran la empresa, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y de asesoría.

El organigrama Angie Martin Boutique contiene cargos directivos que deben asumir funciones de áreas que todavía no son posibles de crear por factores salariales, prestacionales debido a que la organización se encuentra en un punto de emprendimiento inicial.

Debido a la asignación de pocos cargos para la organización, como sistema capaz de controlar los factores de su entorno con efectividad y entusiasmo. Se hace retroalimentación ya que la comunicación bilateral entre aquellos cargos que pueden dar puestos superiores se tendrá en cuenta, debido a que han tomado decisiones sobre el movimiento y la adaptabilidad de la organización en el mercado.

1.1.6 Imagen corporativa

Es la percepción que tienen los clientes de ella y a que la asocian, se diferencia una compañía en el aspecto visual la cual sí es desarrollada de manera aceptable, la comunidad recordará a la organización, independientemente del reconocimiento básico por medio de una identidad, la imagen corporativa y la percepción de las personas se basa también en las acciones que tome la misma.

Al desarrollar una imagen corporativa partimos desde los valores que identifican la empresa, La imagen debe ser coherente, se define desde el principio y con estándares, la imagen debe ser presentada siempre de la misma forma, no se puede estar cambiando de color, hay que respetar al máximo las características que la componen porque así el público identifica a la organización. Cualquier cambio que se decida hacer tiene que haber sido analizado previamente.



Figura 2. Imagen corporativa

1.2 FACTORES GENERALES DEL SERVICIO

1.2.1 Antecedentes

Antes de la Revolución Francesa, la moda era dictada por la familia real, la corte y los diseñadores que apoyaron, desde la opulencia extrema a personajes famosos como la marquesa de Pompadour, la amante de Luis XV, que llevaban vestidos con escotes y faldas tan grande que dos no pueden pasar una puerta, así como también a los vestidos simples preferidos por María Antonieta.

La Alta Costura alcanzó su apogeo en el siglo XX con las casas de Worth, Patou, Poiret, pero tristemente su desarrollo fue Interrumpido por las guerras, hasta que Christian Dior llevó el punto de mira de nuevo a la moda de París en 1947, y los diseñadores modernos Chanel, Givenchy, Yves Saint Laurent y el “chico malo” de Jean Paul Gaultier hicieron que esto se mantenga así, en la actualidad el recorrido por Paris incluye el paseo por las tiendas de los grandes diseñadores que no solo producen atuendos sino también joyas, relojes, perfumes entre otros elementos.

Siglo XIX

Durante este siglo fueron propios el frac, la levita y el pantalón para los caballeros, y la mantilla de seda y las peinetas para las señoras españolas. Tras la época napoleónica (1800 a 1820) en que la silueta femenina mostraba una silueta

esbelta con el talle siempre alto, ceñido justo bajo el pecho, dejando el resto de la prenda caer recta sobre el cuerpo, hubo un cambio drástico con el Romanticismo, que dio paso al corsé que daba al talle forma de reloj de arena y el miriñaque que ahuecaba las faldas amplias, llegando a su apogeo durante 1860, causando que las damas no pudieran pasear del brazo de su esposo o prometido. En 1870 fue sustituido por el polisón que solo ahuecaba la falda por detrás y que pasó de moda en 1890, cayendo desde entonces la prenda hasta el suelo sin armazón alguno, aunque hasta 1900 las faldas fueron un poco acampanadas. Entre 1820 y 1914 hubo en el vestuario femenino occidental una clara distinción entre vestidos de día, siempre con manga larga (aunque podían ser hasta el codo en verano) y cerrados hasta el cuello, y vestidos de noche, siempre de manga corta y muy escotados.

1.2.2 Tipo de Compañía

Esta es la composición de la organización, hablamos de las partes que son necesarias para desarrollar el propósito del negocio de la mejor manera con tal de identificar las áreas fundamentales para trabajar en las debilidades y aprovechar las fortalezas para convertirlas en un auténtica ventaja competitiva:

Dirección:

La organización debe tener en cuenta las afectaciones a los factores externos e internos a los que cada día se debe enfrentar la empresa, ejecutando diversas estrategias que se acomoden a las necesidades de la empresa.

Producción:

La organización debe tener en cuenta el inventario de las materias primas y posibles sustitutos de las mismas. Poseer el nivel óptimo de producción con relación a la demanda y producción, aporta a un micro ambiente, que en cualquier oportunidad se pueda responder con lo que solicita el cliente personal:

El talento humano debe ser partícipe de la motivación y beneficios que la organización pueda proveer a su personal, para que haya un adecuado ambiente laboral y capacitaciones constantes para promover la innovación organizacional.

Finanzas:

La organización debe saber cuál es el costo de oportunidad con la administración de los recursos financieros, la creación de supuestos estratégicos para una gerencia financiera vista desde el manejo sobre la incertidumbre y el control positivo sobre los gastos.

Ventas:

La organización debe plantear una estrategia dirigida al talento humano, quien se encarga de promover la buena imagen y el ofrecimiento del portafolio al cliente final; en consecuencia, se deben implementar estrategias de ventas innovadoras y capacitaciones constantes en ventas y protocolo y etiqueta.

1.2.3 Microambiente

El microambiente está constituido por compañía, proveedores, intermediarios, clientes y competidores. Al identificar las partes que hacen presencia en nuestro microambiente, debemos aplicar estrategias habituales en las organizaciones para evitar riesgos con aquellas partes fundamentales.

El conocimiento del microambiente debe coincidir con el potencial interno, lo que la empresa puede hacer, es necesario evaluar las características de la propia organización que apoyan la ventaja competitiva.

Una vez localizadas las fuerzas que ejercen influencia sobre el mercado determinado y sí representan una oportunidad o una amenaza para la

organización. Se puede declinar una estrategia para competir y crear una posición beneficiosa en el mercado.

1.2.3.1 Proveedores

Mantener buenas relaciones con el proveedor, tanto en el sentido de buscar al proveedor que se considere ideal desde el punto de vista de los precios, servicio y calidad, como desde el punto de vista del afán de innovación que en él se pueda apreciar la negociación se pueda utilizar para diseñar una conectividad entre las cadenas productivas de la empresa proveedora y nuestra organización con el fin de reducir el margen de error y aumentar la rentabilidad claro está.

1.2.3.2 Clientes

Es un mercado que puede abarcar un gran nicho de mercado, la segmentación que se hace es a personas que les guste usar ropa diferente como los estilo europeos y americanos que les guste vestir de forma casual, pero a su vez un toque de elegancia, tanto hombres como mujeres y a dependiendo de la demanda ingresar al mercado juvenil.

1.2.3.3 Competidores

La competencia es una variable, la cual es la menos posible de controlar por la empresa. Por lo tanto, se debe estudiar el comportamiento del mercado acerca de los mismos productos o similares que ofrece la organización ya que en cualquier momento puede afectar el mercado y cambiar la relación beneficio- costo.

CAPITULO 2. EL MERCADO

2.1 ESTUDIO DE MERCADO

El plan de mercadeo es un proceso determinante de la organización en la cual se ejecuta el estudio de la situación actual de la empresa para identificar hacia dónde la entidad debe dirigirse.

Para esto se debe realizar una investigación de mercados donde se debe determinar los objetivos, el mercado objetivo y que herramienta se utilizará para la recolección de datos.

Después de realizar el proceso se llega a unas conclusiones donde se exponen las estrategias de mercadeo a utilizarse para el cumplimiento de los objetivos identificados en el plan de negocios.

2.1.1 Objetivo general

Analizar por medio de la investigación de mercados, cuáles son las estrategias para seguir y observar el nivel de viabilidad del producto en el mercado y poder llevar a cabo las estrategias de comercialización específicas.

2.1.1.2 Objetivos específicos

- Definir cuál es la manera efectiva de darse a conocer en el mercado objetivo.
- Determinar la manera de entrar en el mercado objetivo con la utilización de las 4'P.
- Como fomentar la compra del producto con una interacción efectiva con el consumidor.

2.1.2 Fuentes de información

2.1.2.1 Fuentes Primarios

Son fuentes que brindan información de “primera mano” para la investigación actual. de fuentes primarias son los clientes actuales y los posibles compradores.

2.1.3.2 Fuentes Secundarios

Son fuentes que brindan información que ya ha sido recolectada y utilizada para propósitos diferentes a la investigación actual, tales como los foros o paginas especializadas que hablen sobre el tema 0.

2.1.3.3 Técnica de recolección de datos

El instrumento que se utilizará en el presente trabajo es la encuesta donde se registrarán los datos significativos sobre la opinión de la muestra.

ENCUESTA AMB

2.1.3.3.1 Objetivo

Analizar a través de esta encuesta, el objetivo es conocer la opinión de una media de personas sobre su manera de vestir, hombres y mujeres. El objetivo principal es conocer que tan atractiva es nuestra propuesta, para el uso.

- ¿Qué tipo de ropa le gusta usar?:

- 1) Busos
- 2) Jeans
- 3) Camisetas

- Busos o camisas:

- 1) Largos
- 2) Pequeño
- 3) A la talla

- ¿Le gusta nuestros diseños?

- 1) Sí
- 2) NO

- ¿Usualmente cada cuanto cambia su ropa?

- 1) 1 Mes
- 2) 3 Meses
- 3) 5 Meses
- 4) 7 Meses

- ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por el vestido de noche?

- 1 Más de 70.000 Pesos (**COP**)
- 2 Más de 100.000 Pesos (**COP**)
- 3 Más de 150.000 Pesos (**COP**)

- ¿Cree que nuestros productos son únicos y novedosos?

- 1) Completamente de acuerdo
- 2) Ni de acuerdo ,ni en desacuerdo
- 3) Completamente en desacuerdo

- ¿En qué factor se fija principalmente al momento de comprar ropa elegante?

- 1) Comodidad
- 2) Precio
- 3) Diseño

- ¿Nuestra ropa está confeccionada con telas livianas, para mayor comodidad
¿Cree usted que esto es importante en una prenda?

- 1) Sí
- 2) NO

¿Por qué?: _____

- ¿Cree que el estilo francés o americano se adapta a su vida cotidiana?

- 1) Sí

2) NO

¿Por qué?: _____

2.1.3.4 Análisis de información

Procedimiento para la selección de la muestra

- ✓ Género: Masculino y Femenino
- ✓ Edad comprendida entre 20 y 60 años.

Universo

El Universo está constituido por todas las mujeres que habitan en la ciudad de Bogotá.

Muestra

Tamaño De Muestra

El tamaño de la muestra depende básicamente del tamaño de la población, del nivel de confianza o confiabilidad de las estimaciones, del grado de variación o dispersión de la variable a estudiar y del error de estimación.

Cuando deseamos estimar el tamaño de la muestra se debe tener en cuenta que los objetivos de la encuesta suelen requerir varias estadísticas y que al considerar cada una de ellas pueden llevar a un diseño diferente, por lo tanto, para determinar el tamaño de la muestra se debe elegir el principal objetivo y calcular el tamaño de muestra necesario para cumplir dicho objetivo.

La variación o dispersión de la variable se mide a través de la desviación estándar, la cual puede ser estimada a partir de una muestra piloto o a partir de la información recopilada en una investigación similar, realizada anteriormente.

El error de estimación es la máxima diferencia en valor absoluto, que se está dispuesto a aceptar, entre el valor del estimador y el valor del parámetro, a éste error de estimación se le nota como B.

El valor del error de estimación depende del estimador que se desee obtener y de la magnitud de la variable

Se debe utilizar una fórmula diferente para calcular el tamaño de la muestra.

$$n_{\bar{x}} = \frac{N s^2}{(N - 1) \frac{B^2}{k^2} + s^2} \quad (6.11)$$

Por medio del docente que nos facilitó una página web. Que calcula el tamaño de muestra. En la imagen de abajo, usamos ésta herramienta, para determinar el número de personas, que se deben entrevistar, a partir de todas las personas que son el mercado objetivo (Tamaño del Universo).

Calculadora de muestra para proporciones

Calcula el tamaño de muestra que necesitas cuando tu encuesta mide un porcentaje o proporción (por ejemplo, el % de personas que fuman en la población). En esta calculadora avanzada podrás ver cómo se relacionan margen de error, nivel de confianza y tamaño de muestra. Más información sobre las fórmulas empleadas aquí.

Para usar la calculadora:

- Indica el tamaño del universo y qué grado de heterogeneidad hay en la población.
- Indica 2 de los 3 parámetros restantes. Por ejemplo, si indicas la muestra y el nivel de confianza, podrás calcular el margen de error.
- Pulsa en CALCULAR. El valor calculado quedará destacado.

578780

TAMAÑO DEL UNIVERSO

Número de personas que componen la población a

14

MARGEN DE ERROR %

Menor margen de error requiere mayor muestra.

35

MUESTRA

Personas a encuestar

50

HETEROGENEIDAD %

Es la diversidad del universo. Lo habitual es usar 50%, el

90

NIVEL DE CONFIANZA %

Mayor nivel de confianza requiere mayor muestra. Lo habitual es entre 95% y 99%

El resultado anterior se lee así:

Si encuestas a 35 personas, el 90% de las veces el dato real que buscas estará en el intervalo ±14% respecto al dato que observas en la encuesta.

Figura 3. Cálculo del Tamaño de Muestra

En total nuestro tamaño de muestra será de 35 personas.

Unidad de Muestreo

La unidad de muestreo es conformada por cada una de las personas o individuos que integraron la muestra del presente trabajo.

Unidad de Análisis

La unidad de análisis será las encuestas de las personas que integran la muestra del presente trabajo.

Tipo de Muestreo

El método de selección de la muestra es por un muestreo probabilístico, de tipo aleatorio estratificado.

2.1.3.4.1 Resultados de recolección de datos

1. ¿Qué tipo de ropa le gusta usar?:

- 1) Busos: 18
- 2) Jeans: 7
- 3) Camisas: 10

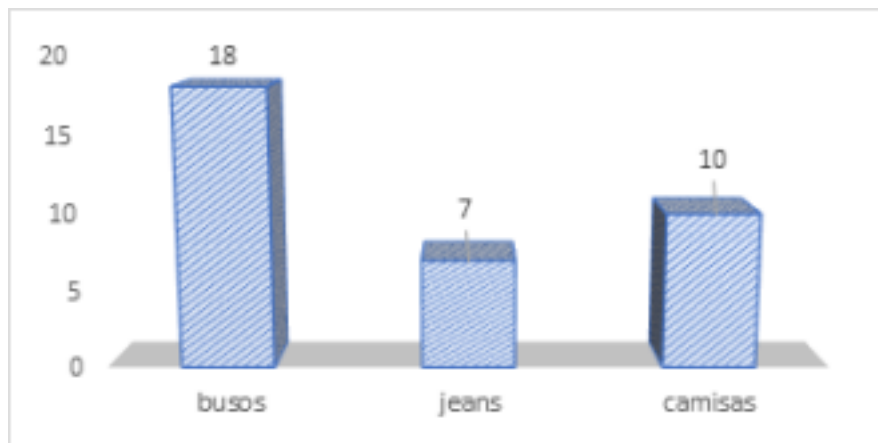


Figura 4. Resultados Pregunta Número 1 Diagrama de Barras

GRAFICO PREGUNTA

■ busos ■ jeans ■ camisas

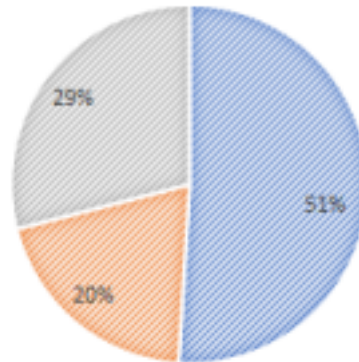


Figura 5. Resultados Pregunta Número 1 Diagrama Circular

La mayor preferencia en la muestra sobre la opción busos con una participación del 51% sobre el total. Este resultado se debe a múltiples factores que pueden llevar a que la muestra prefiera los vestidos.

Las camisetitas tuvieron mayor frecuencia con un 29%. En los cuales podemos determinar que son prendas de vestir comúnmente usadas en el día a día por hombres y mujeres. (Jeans, Leggings, shorts etc.)

Los jeans tuvieron un 20% de participación debido a que los factores influenciadores en estos días para la utilización de faldas pueden ser dos el laboral y el preferencial.

Para que el portafolio de este alineado con las necesidades de su mercado objetivo, se recomienda investigar acerca de las preferencias más detalladas en relación con las dos opciones tomadas por la pregunta. (Busos y camisetitas).

2. Usa faldas y vestidos:

1) Largas: 15

- 2) Pequeños: 6
- 3) A la talla : 14

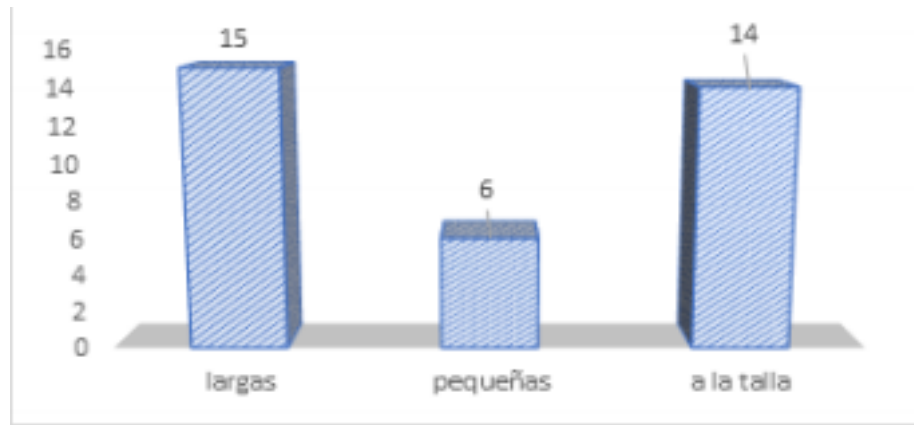


Figura 6. Resultados Pregunta Número 2 Diagrama de Barras

GRAFICO PREGUNTA

■ largos ■ pequeños ■ a la talla

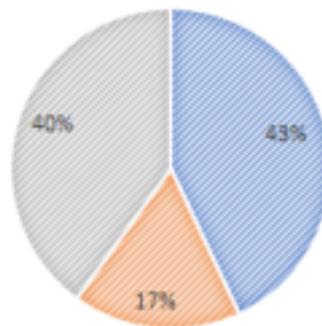


Figura 7. Resultados Pregunta Número 2 Diagrama Circular

En los resultados que nos arrojan las gráficas podemos observar que la opción que más participación tuvo fue “Largos” con un 43% del total. Además la opción “a la talla” se queda con el 40% debido a que hay varias medidas en el diseño de las prendas y la participación de la opción “pequeños” queda con un 17% de participación. El resultado de esta opción varía debido a los factores climáticos de la ciudad.

3. ¿Le gusta nuestros diseños?

1. Sí :29

2. NO :6

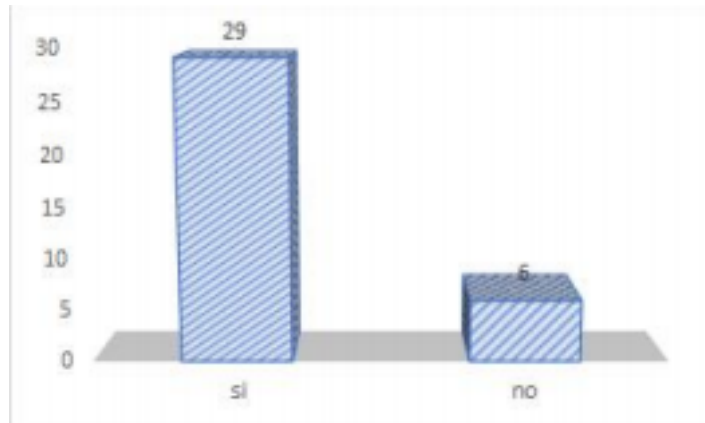


Figura 8. Resultados Pregunta Número 3 Diagrama de Barras

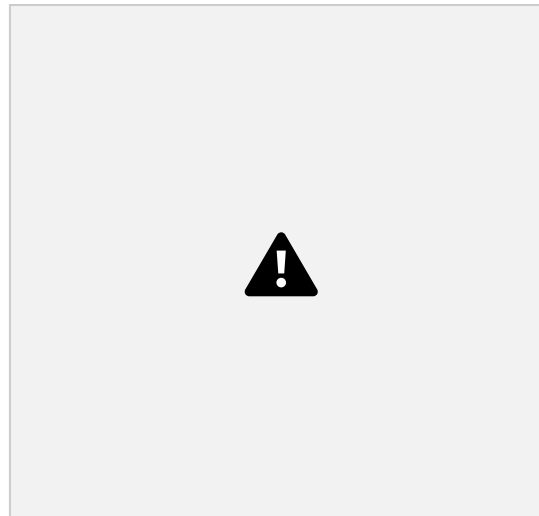


Figura 9. Resultados Pregunta Número 3 Diagrama Circular

En esta grafica observamos el grado de aceptación hacia una parte del futuro valor agregado llamado diseños resulta muy favorable con la participación del 83%, los cuales les agradan los diseños que se les fue mostrado, mientras por otra parte un 17% del total de las personas no les agrada el estilo.

Se recomienda actualizar los datos de esta información debido a que las preferencias del consumidor son cambiantes, en un mundo tan globalizado como el de hoy en día; además se recomienda tener un control sobre lo que se está representado gráficamente en el diseño y lo que se le entrega finalmente al consumidor.

4. ¿Usualmente cada cuanto cambia su ropa?

- 1) 1 Mes : 13
- 2) 3 Meses : 12
- 3) 5 Meses : 5
- 4) 7 Meses : 5

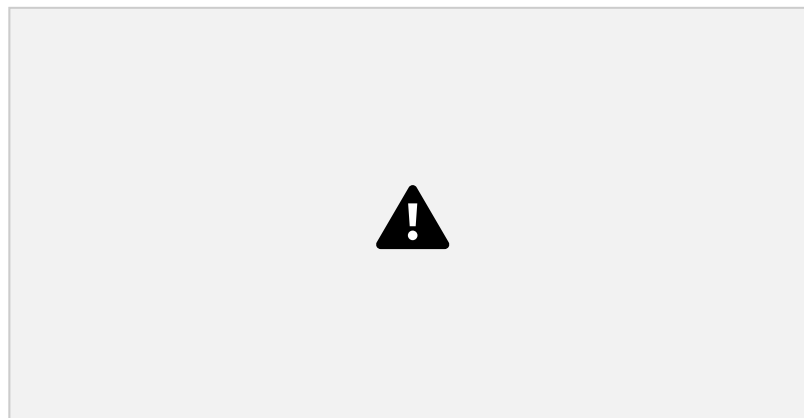


Figura 10. Resultados Pregunta Número 4 Diagrama de Barras

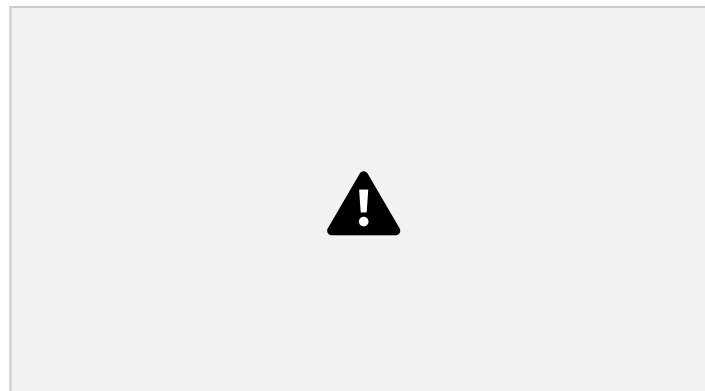


Figura 11. Resultados Pregunta Número 4 Diagrama Circular

Podemos analizar de las gráficas que la muestra cambia frecuentemente su ropa; esto se debe a factores económicos y de gustos principalmente.

El 71% de la muestra cambia su ropa de uno a tres meses y el 29% restante se demora de cinco a siete meses para renovar su ropa.

5. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por el vestido de noche?

- 1) Más de 70.000 Pesos (COP) : 13
- 2) Más de 100.000 Pesos (COP): 12
- 3) Más de 150.000 Pesos (COP): 5

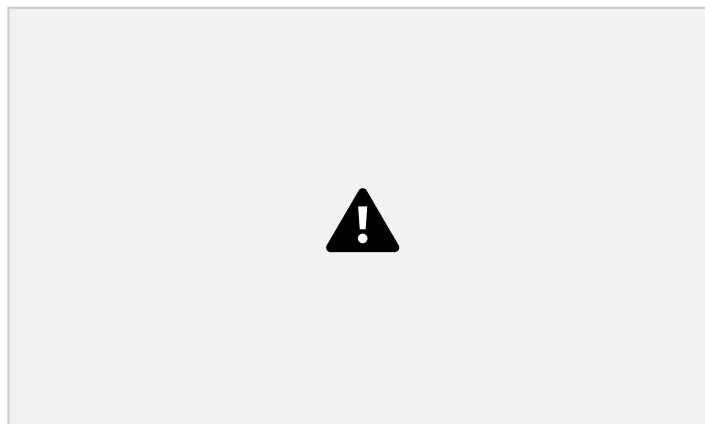


Figura 12. Resultados Pregunta Número 5 Diagrama de Barras

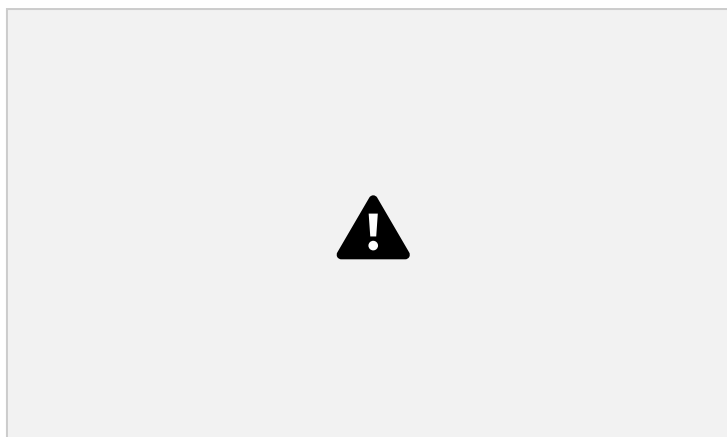


Figura 13. Resultados Pregunta Número 5 Diagrama Circular

La opción con mayor preferencia para la muestra fue “Más de 100.000” con una participación del 57%, esto se debe a los factores económicos y preferencias de un grupo socioeconómico que prefiere además de diseños atractivos, telas más suaves y cómodas.

Según el valor del producto, debe retribuirse con distintos valores agregados; y se recomienda investigar la opinión de la muestra con varios diseños novedosos pero con materiales diferentes según su valor.

6. ¿Cree que nuestros productos son únicos y novedosos?

- 1) Completamente de acuerdo: 23
- 2) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo: 4
- 3) Completamente en desacuerdo: 8

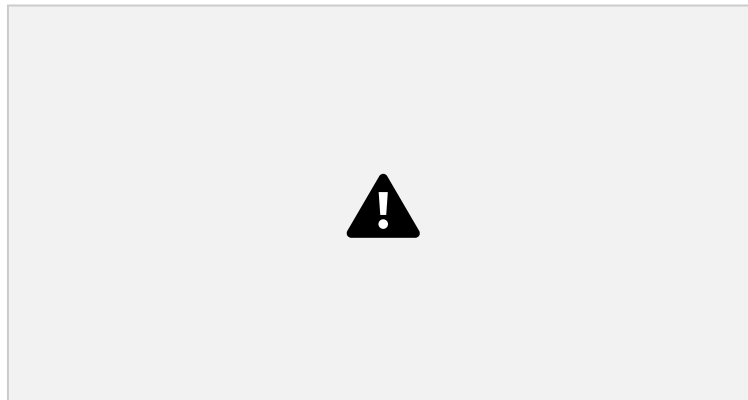


Figura 14. Resultados Pregunta Número 6 Diagrama de Barras

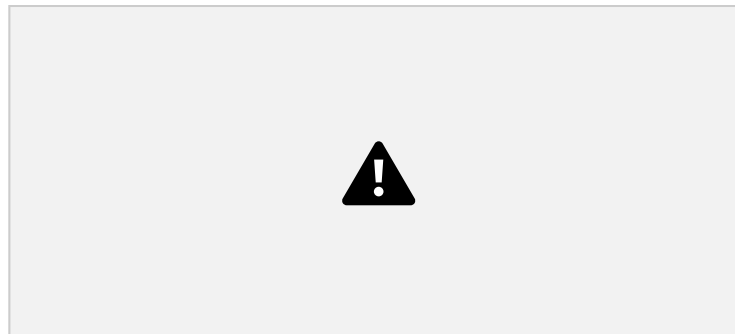


Figura 152. Resultados Pregunta Número 6 Diagrama Circular

Lo que se puede observar en las gráficas es que la opción con más participación fue completamente de acuerdo con un 66%.

7. ¿En qué factor se fija principalmente al momento de comprar ropa elegante?

- 1) Comodidad : 10
- 2) Precio : 5
- 3) Diseño : 15
- 4) Marca : 5

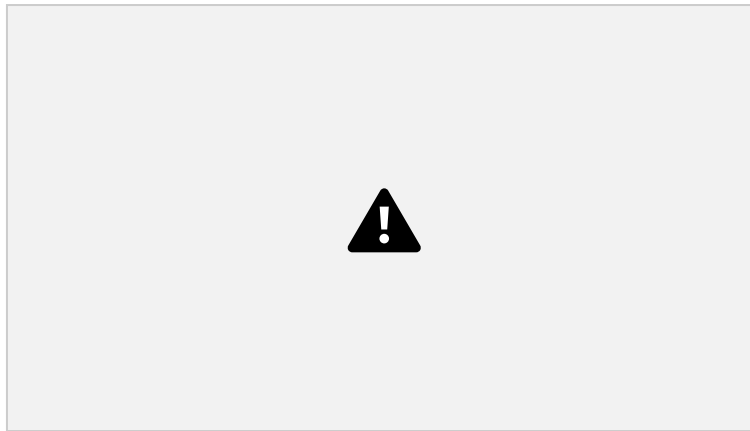


Figura 16. Resultados Pregunta Número 7 Diagrama de Barras

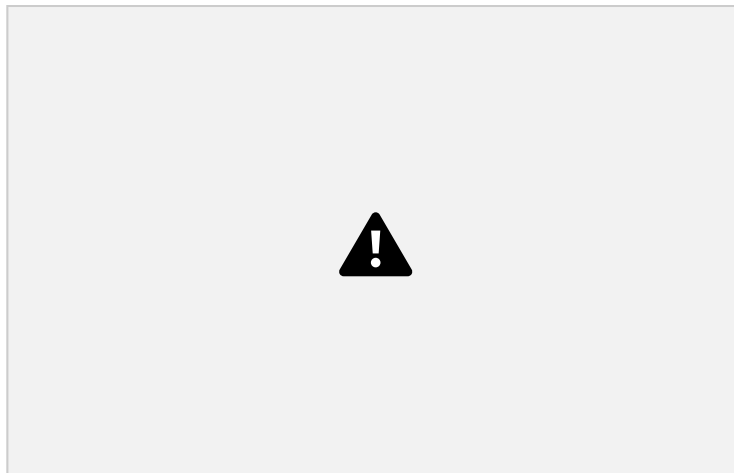


Figura 17. Resultados Pregunta Número 7 Diagrama Circular

Podemos observar la preferencia al momento de comprar ropa de diseño con un 43% sobre el total de la muestra; esto se debe a que un buen diseño es la cara del producto.

Podemos observar que el factor de la comodidad tuvo un 29% lo que nos indica que hoy en día las personas buscan materiales que pueden proveer aquello comodidad.

Podemos observar que el factor del precio y la marca tuvo un 28% cómo consecuencia positiva se aumentará el presupuesto y se podrá producir en grandes cantidades.

8. Nuestra ropa está confeccionada con telas livianas, para mayor comodidad

¿Cree usted que esto es importante en una prenda?

- 1) Sí: 25
- 2) NO :10

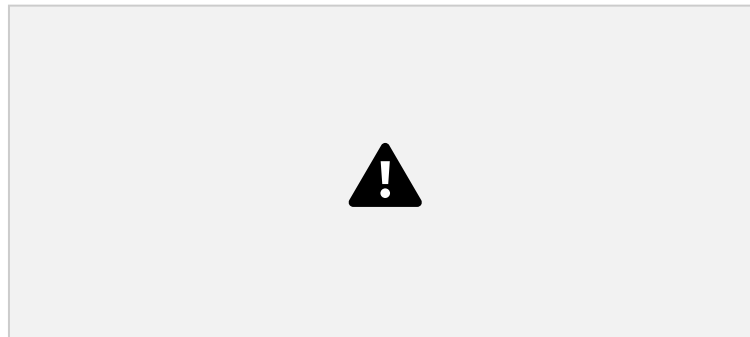


Figura 18. Resultados Pregunta Número 8 Diagrama de Barras

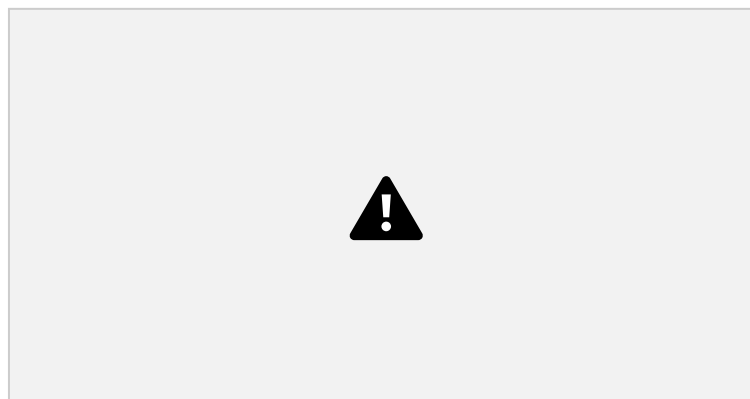


Figura 19. Resultados Pregunta Número 8 Diagrama Circular

Podemos concluir que como la comodidad es un factor tan importante para la muestra, debemos incluirla en un punto a desarrollar para que mañana se pueda presentar como un valor agregado, vestir tiene una participación del 71% y el 29%

9. ¿Cree que el estilo europeo y americano se adapta a su vida cotidiana?

1. Sí: 25

2. NO : 10

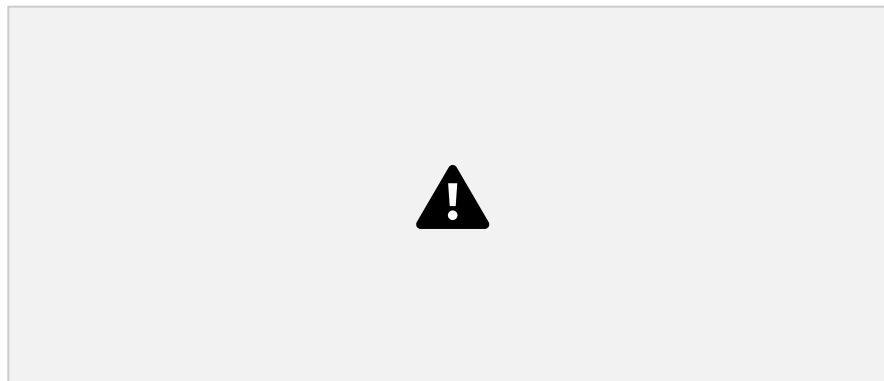


Figura 20. 3Resultados Pregunta Número 9 Diagrama de Barras

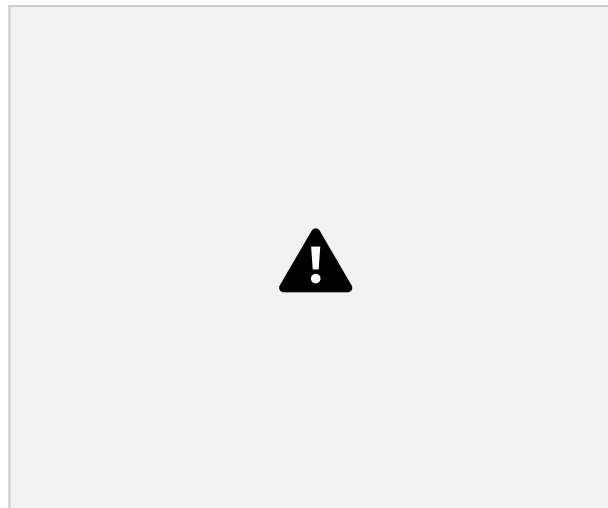


Figura 41. Resultados Pregunta Número 9 Diagrama Circular

Como resultado la opción “Sí” la cual considera que el estilo de diseños, colores y demás valores agregados se adaptarían a su vida cotidiana es del 71%; y el 29%.

2.1.3.4.2 Conclusiones generales de la investigación de mercados

Necesita identificar y suplir las diferentes necesidades de cada rango de estrato económico; también esto se debe ver reflejado en las características de la materia prima a utilizar en los productos para las necesidades de cada grupo que nos muestra la anterior gráfica.

El valor del producto, debe retribuirse con distintos valores agregados, debido a la tabulación y análisis de los datos se concluye que el proyecto es viable en la zona dispuesta para establecerse.

2.1.4 PLAN DE MERCADEO

2.1.4.1 Resumen del mercado

Se recomienda investigar más sobre los factores sociales, económicos y culturales que afectan la decisión de compra de cada rango de estrato socioeconómico, también se recomienda investigar acerca de las preferencias más detalladas en relación con las dos opciones tomadas por la pregunta. (Busos y camisetas).

Se recomienda actualizar los datos de esta información debido a que las preferencias del cliente son cambiantes, en un mundo tan globalizado como el de hoy en día, también se recomienda tener un control sobre lo que se está representado gráficamente en el diseño y lo que se le entrega finalmente al cliente.

Se recomienda aplicar estrategias de fortalecimiento de marca y con diseños novedosos para atraer aquel grupo objetivo de corto plazo, también se recomienda investigar la opinión de la muestra con varios diseños novedosos pero con materiales diferentes según su valor.

Se recomienda dar valor al nombre de la compañía, que es consecuencia positiva al aumentar el presupuesto y se podrá producir en grandes cantidades (Manera de suplir las preferencias que tienen el 28% de participación).

Y por último se recomienda investigar factores que determinan la comodidad en producto dirigido hacia un grupo objetivo ya sea masculino o femenino.

2.2 Mercados objetivos

Extensión: La localidad cubre 1.310,1 hectáreas, de las cuales el 6,8% (88,8 ha.) son zonas protegidas; el 97,6% es considerado área urbana; el 59,08%, está amanzanada; y el 2,4%, área por desarrollar, que son terrenos no urbanizados. Esta localidad no tiene suelo de expansión ni suelo rural y es la sexta localidad en el Distrito con menos área.

Población: 378,780 habitantes.

Producto

El producto es cualquier bien, servicio o idea que se ofrece al mercado. Es el medio para alcanzar el fin de satisfacer las necesidades del consumidor. El concepto de producto debe centrarse, por tanto, en los beneficios que reporta y no en las características del mismo.

Algunas cuestiones para tener en cuenta en las decisiones sobre el producto.

Cartera de Productos

Conjunto de productos que ofrece la empresa. Supone determinar el número y la forma de agrupar los productos y la homogeneidad o heterogeneidad de los mismos, así como el grado de complementariedad o sustitución.

La cartera de productos o portafolio de productos de Karomé se relacionan porque es una gama dirigida a la ropa femenina formal elegante.

En esa cartera de productos se tiene planeado ofrecer blusas, faldas, conjuntos y vestidos con diferenciación en colores, diseños y materiales.

Ciclo de vida del producto.

Es el análisis de las fases por la que transcurre la vida del producto, desde su lanzamiento hasta su retirada y desaparición. La respuesta del mercado a los estímulos del marketing varía en cada fase del ciclo y conviene, por tanto, conocer la fase en la que se encuentra el producto para diseñar la estrategia adecuada.

2.2.1 Matriz DAFO

La matriz DAFO organizacional sirve para identificar ventajas iniciales que puedan convertirse en ventajas competitivas y de igual manera analiza las fortalezas, posibles oportunidades, debilidades y amenazas.

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Poca experiencia negociando con personas jurídicas - Limitación de recursos económicos - Poco personal capacitado 	<ul style="list-style-type: none"> -Mayor facilidad de apalancamiento -Tratados de Libre Comercio -Legislación que baje los precios de las materias primas. -Aprovechar las oportunidades económicas que puedan surgir
FORTALEZAS	AMENAZAS

Tabla 1. DAFO Organizacional

2.2.1.2 Matriz DAFO con estrategias

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Matriz DOFA con estrategias	<ul style="list-style-type: none"> -Hay herramientas para realizar el producto. -Mayores ganancias por poco personal -Disminución de costos por ser canal de distribución directo. 	<ul style="list-style-type: none"> -No hay reconocimiento en el nicho de mercado. -Poca capacidad económica. -No hay muchas máquinas para realizar producción a gran escala.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<ul style="list-style-type: none"> -Minimicen los costos de los textiles para poder vender más económico. -Producto innovador en el mercado. -entrar a un concurso de emprendimiento. -Tratados de Libre comercio 	<ul style="list-style-type: none"> -El gobierno dicte cursos de emprendimiento. -Implementar el “voz a voz”. - Alta Calidad de bordados. - Interacción efectiva y con retroalimentación (Cliente). 	<ul style="list-style-type: none"> -No poder producir a gran escala. -Ser nuevos en el tema de producción. -Baje el precio de la materia prima. -No hay competencia a los alrededores.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<ul style="list-style-type: none"> -Volatilidad de precios (materia prima). -Políticas desconocidas con respecto a la materia prima (textil). 	<ul style="list-style-type: none"> -Canal de distribución directo. -Tratados de libre comercio. -Mayor calidad de 	<ul style="list-style-type: none"> -Aumenta el valor unitario por no poder hacer producción a gran escala. -Aumenta el

		costo de materia prima por no poder
-Tratados de libre comercio	bordados. -Aumento de impuestos	comprar al por mayor. -Tratados de libre

Tabla 2. DAFO con estrategias

2.2.1.3 Valor agregado

El valor agregado que tendrá **AMB** es su ofrecimiento en su innovación en los diseños, materiales y la adaptabilidad de la prenda a los factores característicos del siglo XXI.

El portafolio tiene características multi preferenciales en cuanto a colores, diseños y tamaño de las prendas. Claro está que hay varios tipos de características físicas y la posibilidad de utilizar el diseño que resalte la autoestima de la persona que vaya a usar la prenda.

2.3 Etiqueta

Permite identificar los productos y a la vez diferenciarlos de los competidores. Es importante para crear una imagen positiva del producto y la empresa. El cuidado de las prendas y el material en el que se elaboró para que se pueda disfrutar el producto sin ningún percance.

Plaza (punto de venta)

El punto de venta es una de las decisiones más determinantes al momento de ejecutar la idea proyecto.

2.3.1 Plaza inicial

En busca del reconocimiento del mercado local de la ciudad de Bogotá D.C. Angie Martin Boutique ha decidido implementar la red de mercadeo multinivel que reglamenta la ley 17000 de 2013 y mercadeo en red.

Se entenderá que constituye actividad multinivel, toda actividad organizada de mercadeo, de promoción, o de ventas.

2.3.1.1 Precio

Un precio alto es sinónimo muchas veces de calidad y un precio bajo de lo contrario. Además, tiene una gran influencia sobre los ingresos y beneficios de la empresa.

El precio no es solo la cantidad de dinero que se paga por obtener un producto, sino también, el tiempo utilizado para conseguirlo, así como el esfuerzo y las molestias necesarias para conseguirlo.

2.4 ESTUDIO FINANCIERO

Para facilitar la gestión del desempeño financiero de una empresa o proyecto, aparece un instrumento fundamental: el anexo financiero.

Tal gestión tiene que ver con utilizar el anexo financiero para identificar las necesidades de capital, definir la estructura de capital (Financiamiento a través de deuda o de patrimonio), determinar si el proyecto es rentable o no, y finalmente monitorear el desempeño financiero a través del seguimiento de indicadores financieros.

2.4.1 Metodología para el estudio financiero

La metodología usada para realizar el anexo financiero, que como consecuencia indicará la viabilidad del proyecto y su capacidad para generar valor económico, se deben proyectar los estados financieros a un periodo de cinco años, a saber: El estado de resultados (o de pérdidas y ganancias), balance general y un estado de flujos de caja.

Igualmente, se debe someter la información encontrada a los indicadores financieros comúnmente conocidos: Costo de Capital; la tasa interna de retorno; y el Valor presente Neto.

2.4.1.1 Costos fijos

Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.

A continuación, veremos diferentes características de la tabla de Costos Fijos:

- Se determina unas categorías básicas para el comienzo del funcionamiento y su fácil identificación
- Cada categoría tiene un precio establecido en el momento que se está elaborando el anexo financiero.
- Se incluyó un incremento de la inflación mínima.

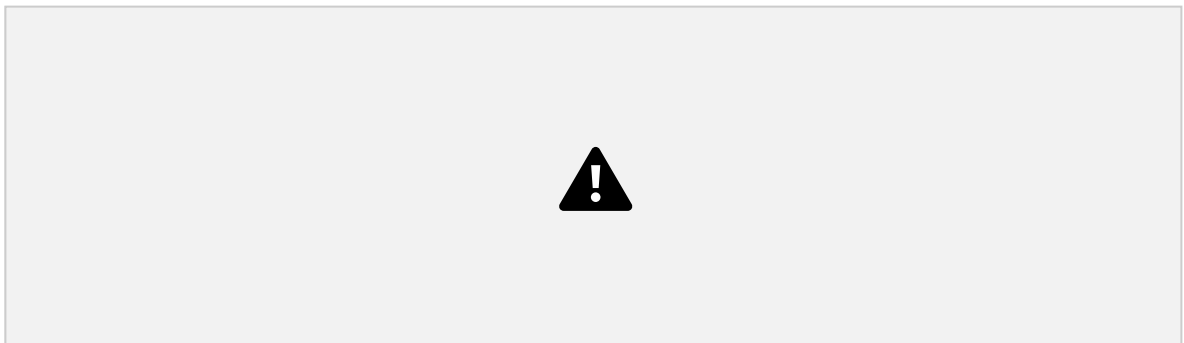


Tabla 3. Costos fijos proyectado a 5 años

2.4.1.2 Costos variables

Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación.

Las piezas de diseño que participan en el cuadro de costos variables, son los primeros productos en comparación con el portafolio que se ofrecerá en la ejecución del proyecto.

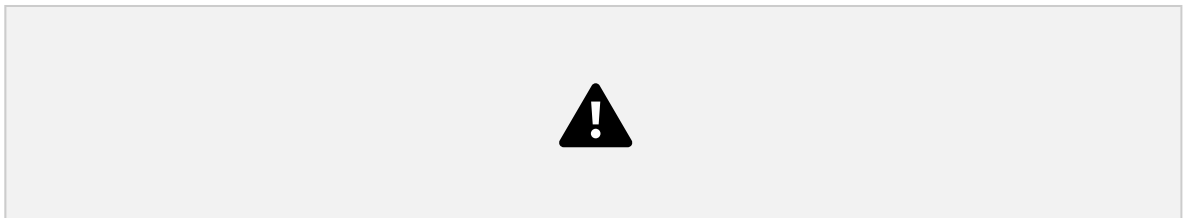


Tabla 4. Costos variables.

2.4.1.2.1 Proyección de ventas

Antes de proyectar las ventas a cinco años debemos calcular el total de unidades a vender que está determinada por la suma de las Unidades de Equilibrio con el margen de utilidad (40%).

Determinación de Unidades de Equilibrio y Margen de Utilidad para dos productos estándar.

El presupuesto de ventas está calculado por medio de la multiplicación de las unidades totales con los precios de venta de los productos, reflejado en el ítem Ingresos Operacionales Neto del Estado de Resultados

2.4.1.2.2 Estado de resultados proyectados a 5 años

Este informe se conoce también como Estado de Resultados y en el lenguaje “familiar” o cotidiano como P y G. Muestra el desarrollo de la actividad de una

empresa durante un período de tiempo, indica qué bienes o servicios vendió, cuánto le costaron a la firma los bienes o servicios que entregó a sus clientes, cuánto le costó mantener la organización para desarrollar su actividad y cuánto fueron las utilidades que le quedaron a los socios o dueños de la firma. El Estado de Resultados o de Pérdidas y Ganancias, refleja la actividad económica de una firma en un determinado período de tiempo.

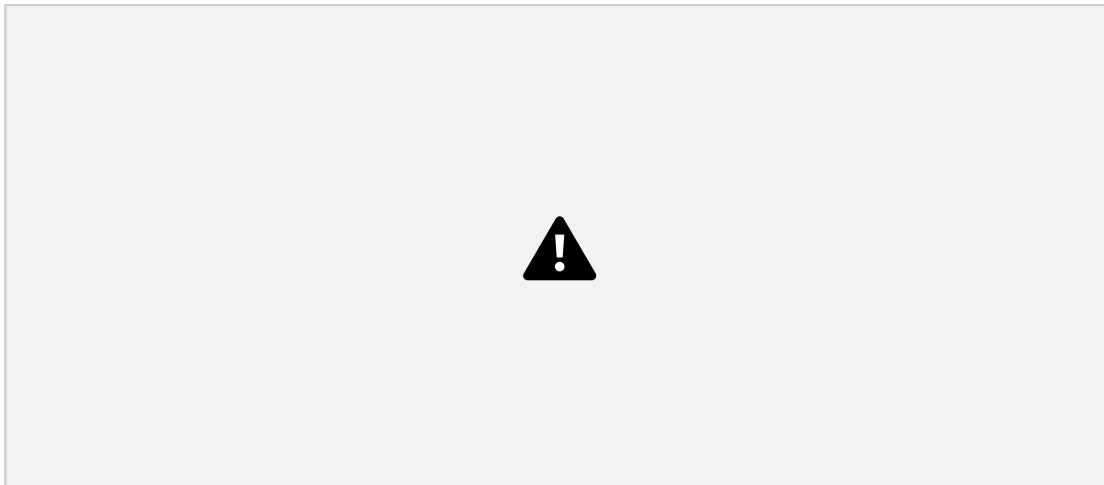


Tabla 5. Estado de Resultados Projectado a 5 años.

2.4.1.2.3 Flujo de caja del proyecto

El flujo de caja nos permite elaborar de una manera más fácil los indicadores financieros, clasificando la información.

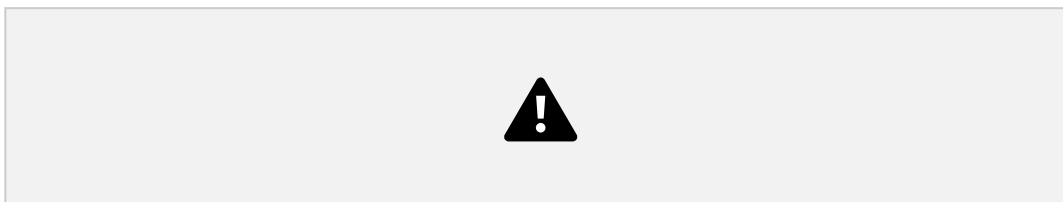


Tabla 6. Flujo de caja proyectado a 5 años

2.4.1.2.4 Indicadores financieros del proyecto empresa

Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto de un proyecto es el valor actual presente de los flujos de efectivo netos de una propuesta, entendiéndose por flujos de efectivo netos la 40

diferencia entre los ingresos y los egresos periódicos. Para actualizar esos flujos netos se utiliza una tasa de descuento denominada tasa de expectativa o alternativa/oportunidad, que es una medida de la rentabilidad mínima exigida por el proyecto que permite recuperar la inversión, cubrir los costos y obtener beneficios.

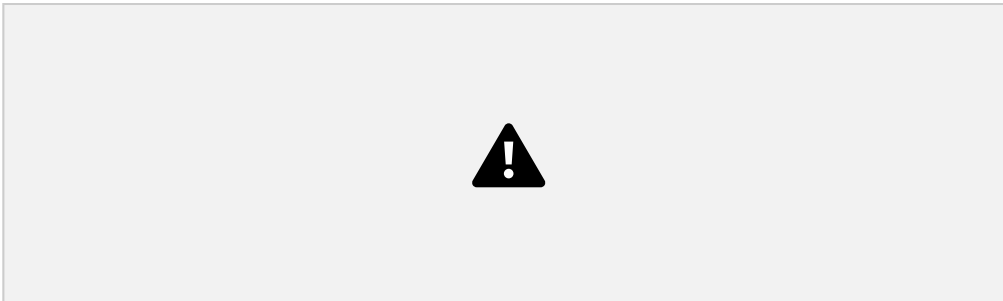


Tabla 7. Resultados Indicador Valor Actual Neto

El resultado de la herramienta de valor actual neto es que se acepta el proyecto debido a que es mayor a 0.

CAPÍTULO 3. ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZATIVOS

3.1 RIESGO PATRIMONIAL

El tipo de sociedad como el de responsabilidad ilimitada estipula que el representante legal u propietarios de la firma cuando la empresa tiene obligaciones deben responder incluso con todo su patrimonio (activos personales), para satisfacer aquellas deudas. Y como el mercado hoy en día no es ni será cien por ciento seguro, debemos actuar con prudencia. Así que ahora se ha desarrollado lo que es la persona jurídica.

3.1.1 Figura societaria escogida

Al haber estudiado las sociedades y sus diferencias, pudimos denotar que la más apropiada para Angie Martin Boutique SAS es la Sociedad por Acciones 41

Simplificada o más conocida por sus siglas S.A.S.

3.1.2 Definición de S.A.S.

Es un vehículo jurídico para la realización de cualquier actividad empresarial: Que puede ser constituida por una o varias personas naturales o jurídicas, Cuyos accionistas limitan su responsabilidad hasta el monto de sus aportes, Que una vez inscrita en el registro mercantil, forma una persona jurídica distinta de sus accionistas y Que cuenta con múltiples ventajas que facilitan la iniciación y desarrollo de la actividad empresarial.

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

Es el documento privado, elaborado y firmado por un abogado que contiene un acto o contrato (constitución de la empresa) que debo presentar ante un notario para su elevación para su escritura pública. Para la construcción de una microempresa o pequeña empresa, la utilización de la minuta es opcional, ya que puedo acudir directamente ante un notario y hacerlo a través de una declaración de voluntad.

Por documento privado si la empresa a constituir posee activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes o una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores y no se aportan bienes inmuebles. (Ley 1014 de 2006, Decreto 4463 de 2006)

Independientemente del valor de los activos o de la planta de personal, también podrá constituir su empresa por documento privado a través de la figura de Sociedad por Acciones Simplificada con las formalidades que establece la Ley 1258 de 2008.

3.2.1 Procedimientos legales para la formalización de la empresa

3.2.2 Formalización comercial

Según el artículo 10 del Código de comercio colombiano, “son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles. La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona”. Comerciantes es pues, aquella Persona natural o Persona jurídica que voluntariamente, y de forma regular y profesionalmente, desarrolla un acto jurídico considerado como mercantil por la ley.

3.2.2.1 Cámara de Comercio

La Cámara de Comercio de Bogotá es una institución que ha marcado el desarrollo de la ciudad y la región, y su historia, íntimamente ligada a los acontecimientos económicos, políticos, sociales y culturales de esta capital, se remonta al año 1878, cuando un grupo de visionarios conformado por José Manuel Restrepo, Ramón del Corral, José Camacho Roldán y Jorge Holguín, se propuso fomentar la creación de empresas, defender los intereses de los empresarios y emprendedores de la ciudad, y ser un organismo asesor y consultor del gobierno.

Consulta de Homonimia

La Homonimia es una herramienta de búsqueda que nos ofrece la cámara de comercio para conocer, sí el nombre que utilizaremos para nuestra empresa se encuentra. Dado el caso que se encuentre buscaremos, sí está siendo utilizado para la misma razón social que nosotros desarrollaremos.

3.2.2.2 Formalización tributaria

La estructura tributaria de nuestro país se debe analizar desde una perspectiva comparada.

El análisis de los efectos de la tributación sobre la inversión, el crecimiento y la generación de empleo formal es indispensable para el diseño y debate del sistema tributario deseable para la economía colombiana.

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 Secretaría de Hacienda de Bogotá (SHD).

Impuestos Nacionales

Se liquidan en el portal de la Dian y desde allí se direcciona al banco para realizar el pago.

Retención en la fuente

Antes de realizar un pago por prestación de servicios, honorarios, compras, arrendamientos, etc. Se debe evaluar si el cliente es auto retenedor de renta (se valida en el Rut o factura), de lo contrario se debe aplicar o descontar un valor por concepto de retención en la fuente, los cuales se pagan el mes siguiente acumulando todos los conceptos.

Tarifas de Retención en la Fuente:

Arrendamiento de Inmuebles y compras:

A personas declarantes de Impuesto de renta (normalmente son empresas) el 2.5% sobre el valor antes de IVA, a no declarantes el 3.5%. Para montos superiores a \$742.000.

Honorarios a declarantes el 11% y a no declarantes el 10% no tiene monto mínimo.

Servicios en General a declarantes 4%, para no declarantes el 6% monto mínimo \$110.000.

Servicios de Hoteles, restaurantes y Hospedajes a declarantes el 2.5% y no declarantes (personas naturales) el 3.5% monto mínimo \$110.000.

Retención de IVA:

La retención de IVA se declara junto con la Retención en la fuente en el mismo formulario. Al momento del pago se debe hacer un recibo de pago en bancos diferentes por este solo concepto.

Es un impuesto que se calcula a las personas naturales que NO facturan el IVA, se toma el valor del servicio o compra y se le calcula el IVA del 16% (tarifa general) y a ese valor le aplicó el 15%, en la práctica es el 2.4% sobre el costo del bien o servicio. Ese monto se paga en la retención en la fuente y se toma como descontable en la declaración del IVA.

Impuesto al valor agregado (IVA):

Cuando se realiza una factura se debe cobrar el IVA del 16% (tarifa general), al final del bimestre, se declara el IVA generado menos el valor del IVA descontable (IVA que cobran en las compras y/o servicios que adquirió durante el bimestre).

Bimestral: Con ingresos brutos del año gravable anterior, iguales o superiores a 92.000 UVT

Cuatrimestral: Con ingresos brutos del año gravable anterior, iguales o superiores a 15.000 UVT

Pero inferiores a 92.000 UVT

Anual: Con ingresos brutos del año gravable anterior inferiores a 15.000 UVT Autorretención del CREE

Es una retención para acelerar el recaudo del impuesto del Cree (9% anual). Consiste en calcular un porcentaje sobre todos los ingresos que tenga la empresa en el cuatrimestre, la autorretención del CREE depende de la actividad de la compañía.

Es un impuesto creado para sustituir los aportes parafiscales que ya no pagan las empresas sobre sus trabajadores cuando ganan menos de 10 salarios mínimos (\$6.160.000).

Equivale al 9% de su renta líquida, se declara y se paga anual en abril de cada año, en la declaración se descuentan los pagos de la autorretención de CREE que se realizan en el año.

Impuesto de Renta:

Es un impuesto anual, corresponde al 25% de la renta líquida, son ingresos menos costos y deducciones.

Es una obligación formal que tienen las empresas que declaran impuesto de renta, consiste en reportar todos los terceros con los que tuvieron operaciones el año anterior de acuerdo a los valores presentados en la renta.

El impuesto de Industria y Comercio

Grava el desarrollo de actividades industriales, comerciales y de servicios dentro del distrito capital. Se toman los Ingresos y se multiplica por la tarifa de acuerdo con la actividad económica que desarrolla la empresa.

Retención de ICA:

Tiene la misma periodicidad bimestral que el Impuesto anterior ICA y los mismos vencimientos.

Es el anticipo del impuesto de industria y comercio efectuado por el vendedor y descontado por el comprador en el momento de causar, pagar o abonar en cuenta, las facturas o cuentas de cobro. La empresa les aplica la Retención de ICA a personas naturales por concepto de actividades comerciales y de servicios.

El formulario se debe diligenciar en el portal de la Secretaría de Hacienda, se imprime, y firma el representante legal y se paga en bancos, al igual que el de Industria y Comercio.

Información Exógena Distrital:

Es una obligación formal que tienen las empresas con el Distrito Capital, consiste en reportar los terceros con los que tuvo operaciones el año anterior.

Base gravable

El impuesto de industria y comercio correspondiente a cada bimestre, se liquida con base en los ingresos netos del contribuyente obtenidos durante el periodo.

3.3 Registro Único tributario

El Registro Único Tributario, RUT, administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas

Nacionales, constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar las personas

y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta

y no contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio; los responsables del Régimen

Común y los pertenecientes al régimen simplificado; los agentes retenedores; los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros, y los demás sujetos de obligaciones administradas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, respecto de los cuales esta requiera su inscripción.

3.3.1 Trámites Dian: firma digital y resolución de

facturación Firma Digital:

Es el mecanismo electrónico dispuesto por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales que facilita la presentación electrónica, con firma digital respaldada en un certificado digital, que sustituye para todos los

efectos la firma autógrafa, en los documentos inherentes a los trámites realizados a través de tales mecanismos por personas naturales que actúen a nombre propio y/o que representen a otra persona natural o jurídica o actúen para la misma, quienes para este efecto se denominará suscriptores del mecanismo, ofreciendo seguridad para las partes que intervienen.

Se entiende como un valor numérico que se adhiere a un documento electrónico y que, utilizando un procedimiento matemático conocido, vinculado a la clave del suscriptor y al contenido del documento, permite determinar que este valor se ha obtenido exclusivamente con la clave del suscriptor y que el documento inicial no ha sido modificado después de efectuada la transformación lo que permite garantizar la identidad del firmante y la integridad del texto o mensaje enviado.

Resolución de Facturación

Obtener autorización de numeración de facturación, o de habilitación cuando venza su vigencia, a aquella persona o entidad con calidad de comerciante, o que ejerce profesiones liberales o presta servicios inherentes a estas.

Se debe diligenciar el formato 1302.

CAPÍTULO 4. FINANCIACIÓN Y OPERACIÓN DEL PROYECTO

4.1 LÍNEAS DE FINANCIACIÓN Y COOPERACIÓN ELEGIDAS PARA CONCURSAR CON EL PROYECTO FONDO EMPRENDER.

4.1.1 Fondo Emprender

Es un Fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar proyectos empresariales provenientes de Aprendices, Practicantes Universitarios (que se encuentren en el último año de la carrera profesional) o Profesionales que no superen dos años de haber recibido su primer título profesional

El objetivo del fondo es apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas. El Fondo facilita el acceso a capital al poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios para la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas.

¿Cuáles son las etapas del proceso con el Fondo Emprender?

- **FORMULACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS**
 1. Registro y Asesoría
 2. Aprobación Técnica
 3. Presentación a Convocatoria
- **EVALUACION Y ASIGNACION DE RECURSOS**
 1. Evaluación del plan de negocios
 2. Asignación de recursos
 3. Legalización del contrato
- **EJECUCION**
 1. Ejecución del plan de negocios.
 2. Seguimiento y acompañamiento

3. Evaluación de indicadores de gestión
4. Decisión sobre reembolso de recursos

4.1.2 PRESENTACIÓN DE LA ENTIDAD, DOCUMENTACIÓN NECESARIA Y MATRICULA DEL PROYECTO. RESUMEN EJECUTIVO

El comportamiento de la moda, específicamente tendencias sobre ropa de nuevos diseños y estilos que en el pasado fueron lo mejor en la moda y en la actualidad muchas tendencias están resurgiendo. La propuesta que tiene **Angie Martin Boutique SAS** es tomar tendencias del siglo pasado, y Ofrecer una experiencia de vida y un valor agregado del siglo XXI.

4.1.3 Plan Operativo

Es un instrumento de apoyo a la gestión basada en resultados, que contiene los programas, proyectos, acciones, objetivos y metas; así como el tiempo destinado para su ejecución y las herramientas financieras para llevarlas a cabo.

Permite:

- ✓ Planificar las actividades anualmente.
- ✓ Elaborar el presupuesto, sustentado en una herramienta técnica de la planificación estratégica.
- ✓ Verificar y medir el avance o ejecución de los proyectos con relación a lo presupuestado.
- ✓ Replantear la utilización de los recursos a fin de optimizarlos.
- ✓ Ventajas:
 - ✓ Es una herramienta de gestión.
 - ✓ Vincula las políticas y estrategias con las actividades realizadas.
 - ✓ Visibiliza las estrategias y los resultados
 - ✓ Es un hilo conductor para el gerente
 - ✓ Ordena y prioriza las actividades por desarrollar, según el tipo de estrategia.
 - ✓ Mide los resultados en relación con las actividades programadas vs las 50

realizadas.

4.1.4 Puntos de cronograma

El formulario RUES consta de dos páginas más anexos, en las que usted puede efectuar:

- La matrícula, renovación y el traslado de domicilio del Registro Mercantil y de los vendedores de juegos de suerte y azar
- La inscripción, renovación y el traslado de domicilio del Registro de Entidades sin Ánimo de Lucro, Economía Solidaria, Veedurías Ciudadanas y ONG´S Extranjeras.
- La inscripción, actualización, renovación y cancelación por traslado de domicilio del Registro Único de Proponentes

Bomberos

Básicamente para dar certificar que las instalaciones cumplen con todos los requisitos legales y reglamentarios orientados hacia la prevención de incendios.

Salud Ocupacional

El cronograma de Salud Ocupacional sirve para medir, planificar e informar a las personas partícipes y en general de cómo se ejecutará el plan de salud ocupacional.

Higiene y Seguridad Industrial

Tiene como objeto la identificación, reconocimiento, evaluación y control de los factores ambientales que se originen en los lugares de trabajo y que puedan afectar la salud de los trabajadores.

CAPÍTULO 5. FORMALIZACIÓN LABORAL

En la formalización laboral observaremos, cuáles son los pasos para dar empleo de una manera efectiva, eficiente y bajo todas las leyes y estatutos que nos rigen. En consecuencia, lo que podemos denotar con las leyes laborales en la actualidad de nuestro país es que se habla de un “trabajo decente” pero “Del dicho al hecho, hay poco trecho”. Las herramientas inefectivas que tiene el ministerio del trabajo para evitar la violación de los derechos de los trabajadores; Nos invita a la reflexión ética sobre las malas costumbres de la mayoría de los empleadores, que tarde o temprano se dan cuenta a través del tiempo que de su mayor error es no saber aprovechar y tratar el talento humano eficientemente.

5.1 Breve contexto de las obligaciones laborales en Colombia

La Ley 1429 de 2010 nos habla que tiene por objeto la formalización y la generación de empleo; con el fin de brindar incentivos a la formalización en la etapa inicial de la creación de empresa, así como la materialización de los derechos laborales a quienes presten sus servicios.

ARTICULO 25. El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del Estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas.

ARTICULO 39. Los trabajadores y empleadores tienen derecho a constituir sindicatos o asociaciones, sin intervención del Estado. Su reconocimiento jurídico se producirá con la simple inscripción del acta de constitución.

5.1.1 Afiliación patronal a EPS, fondo de pensiones y ARL.

Afiliación y aportes a la seguridad social:

La seguridad social tiene por objeto garantizar las prestaciones económicas y de salud a quienes tienen una relación laboral o capacidad económica suficiente para afiliarse al sistema. Debe garantizar además los servicios sociales complementarios que establezcan la ley.

El artículo 348 del Código Sustantivo del Trabajo señala: “Todo empleador o empresa están obligados a suministrar y acondicionar locales y equipos de trabajo que garanticen la seguridad y salud de los trabajadores; a hacer practicar los exámenes médicos a su personal y adoptar las medidas de higiene y seguridad indispensables para la protección de la vida, la salud y la moralidad de los trabajadores a su servicio; de conformidad con la reglamentación que sobre el particular establezca el Ministerio del Trabajo.”

Artículo 22: Toda persona, como miembro de la sociedad, tiene derecho a la seguridad social, y a obtener, mediante el esfuerzo nacional y la cooperación internacional, habida cuenta de la organización y los recursos de cada Estado, la satisfacción de los derechos económicos, sociales y culturales, indispensables a su dignidad y al libre desarrollo de su personalidad.

EPS, FONDO DE PENSIONES, ARL.

EPS: (Entidades Prestadoras de Salud). Su objetivo es el de prestar y facilitar los servicios de atención relacionados con la salud, con infraestructura propia y de terceros, basándose en los controles indicados por la SEPS (Superintendencia de Entidades Prestadoras de Salud).

La cotización al sistema de salud es de 12.5% del salario base de aportes para el sistema de seguridad social. El empleado aporta un 4% y la empresa aporta el 8.5%. Este último porcentaje es el que la compañía recauda en cada nómina y posteriormente consignan a la respectiva entidad de salud a la que está afiliado el trabajador.

5.1.2 Fondos de pensiones

Por cada empleado se debe aportar por concepto de pensión, un 16% del salario base cotización. El empleado aporta el 4% y la empresa aporta el 12%, valor que mensualmente la compañía recauda y consigna en el fondo de pensiones que el empleado haya determinado.

5.1.3 Intereses sobre las cesantías

Los intereses sobre cesantías corresponden al 12% anualmente del saldo acumulado a 31 de diciembre, por lo que se debe apropiar o provisionar el 12% mensual o quincenalmente del valor de las cesantías provisionado, según sea el periodo de la liquidación.

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO ANGIE MARTIN BOUTIQUE SAS

CAPÍTULO I

ART. 1º—El presente reglamento interno de trabajo prescrito por la empresa **ANGIE MARTIN BOUTIQUE SAS** Domiciliada en la ciudad de Bogotá y a sus disposiciones quedan sometidas tanto la empresa como todos sus trabajadores. Este reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con todos los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, que sin embargo sólo pueden ser favorables al trabajador.

CAPÍTULO II

Condiciones de admisión

ART. 2º—Quien aspire a desempeñar un cargo en la empresa Angie Martin Boutique SAS debe hacer la solicitud por escrito para su registro como aspirante y acompañar los siguientes documentos:

- a) Cédula de ciudadanía o tarjeta de identidad según sea el caso.
- b) Autorización escrita del Ministerio de la Protección Social o en su defecto la primera autoridad local, a solicitud de los padres y, a falta de estos, el defensor de familia, cuando el aspirante sea menor de dieciocho (18) años.

c) Certificado del último empleador con quien haya trabajado en que conste el tiempo de servicio, la índole de la labor ejecutada y el salario devengado.

d) Certificado de personas honorables sobre su conducta y capacidad y en su caso del plantel de educación donde ha estudiado.

PAR.—El empleador podrá establecer en el reglamento, además de los documentos mencionados, todos aquellos que considere necesarios para admitir o no admitir al aspirante sin embargo, tales exigencias no deben incluir documentos, certificaciones o datos prohibidos expresamente por las normas jurídicas para tal efecto así, es prohibida la exigencia de la inclusión en formatos o cartas de solicitud de empleo “datos acerca del estado civil de las personas, número de hijos que tenga, la religión que profesan o el partido político al cual pertenezca” (L. 13/72, art. 1º); lo mismo que la exigencia de la prueba de gravidez para las mujeres, solo que se trate de actividades catalogadas como de alto riesgo (art. 43, C.N., arts. 1º y 2º, Convenio N° 111 de la OIT, Res. 3941/94 del Mintrabajo), el examen de sida (D.R. 559/91, art. 22), ni la libreta militar (D. 2150/95, art. 111).

PERÍODO DE PRUEBA

ART. 3º—La empresa una vez admitido el aspirante podrá estipular con él un período inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar por parte de la empresa, las aptitudes del trabajador y por parte de este, las conveniencias de las condiciones de trabajo (CST, art. 76).

ART. 4º—El período de prueba debe ser estipulado por escrito y en caso contrario los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo (CST, art. 77, núm. 1º).

ART. 5º—El período de prueba no puede exceder de dos (2) meses. En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a 1 año, el período de prueba no podrá ser superior a la quinta parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato, sin que pueda exceder de dos meses.

Cuando entre un mismo empleador y trabajador se celebren contratos de trabajo sucesivos, no es válida la estipulación del período de prueba, salvo para el primer contrato (L. 50/90, art. 7º).

ART. 6º—Durante el período de prueba, el contrato puede darse por terminado unilateralmente en cualquier momento y sin previo aviso, pero si expirado el período de prueba y el trabajador continuare al servicio del empleador, con consentimiento expreso o tácito, por ese solo hecho, los servicios prestados por aquel a este, se considerarán regulados por las normas del contrato de trabajo desde la iniciación de dicho período de prueba. Los trabajadores en período de prueba gozan de todas las prestaciones (CST, art. 80).

CAPÍTULO III

Trabajadores accidentales o transitorios

ART. 7º—Son meros trabajadores accidentales o transitorios, los que se ocupan en labores de corta duración no mayor de un mes y de índole distinta a las actividades normales de la empresa. Estos trabajadores tienen derecho, además del salario, al descanso remunerado en dominicales festivos (CST, art. 6º).

CAPÍTULO IV

Horario de trabajo

ART. 8º—Las horas de entrada y salida de los trabajadores son las que a continuación se expresan así:

Personal Administrativo

Lunes a viernes

- ✓ **Horario:** 8:30 a.m. a 6:00 pm.
- ✓ **Hora de almuerzo:** 12:00 m. a 1:00 p.m.

Sábado

- ✓ **Hora de entrada:** 8:00 a.m.
- ✓ **Hora de salida:** 12:30 m.

Personal Operativo

Lunes a viernes

- ✓ **Horario:** 8:00 a.m. - 6:00 pm.
- ✓ **Hora de almuerzo:** 1:00 pm. - 2:00 p.m.

Sábado

- ✓ **Hora de entrada:** 8:00 a.m.
- ✓ **Hora de salida:** 2:00 pm.

Vendedores

Lunes a Domingo

- ✓ **Hora de entrada:** 10:00 Am
- ✓ **Hora de salida:** 8:00 Pm

✓ **Hora de almuerzo:** 1:00 Pm – 2 Pm

PAR. —Para las empresas que laboran el día domingo. Cada domingo o festivo trabajado se reconocerá un día compensatorio remunerado a la semana siguiente.

PAR. 1º—Cuando la empresa tenga más de cincuenta (50) trabajadores que laboren cuarenta y ocho (48) horas a la semana, estos tendrán derecho a que dos (2) horas de dicha jornada, por cuenta del empleador, se dediquen exclusivamente a actividades recreativas, culturales, deportivas o de capacitación (L. 50/90, art. 21).

PAR. 2º—Jornada laboral flexible. (L. 789/2002, art. 51) Modificó el inciso primero del literal C), incluyó el d) artículo 161 del Código Sustantivo del Trabajo.

c) El empleador y el trabajador pueden acordar temporal o indefinidamente la organización de turnos de trabajo sucesivos, que permitan operar a la empresa o secciones de la misma sin solución de continuidad durante todos los días de la semana, siempre y cuando el respectivo turno no exceda de seis (6) horas al día y treinta y seis (36) a la semana.

ART. 24.—La empresa concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio y para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa aceptación, en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada, para concurrir en su caso al servicio médico correspondiente, para desempeñar comisiones sindicales inherentes a la organización y para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avisen con la debida oportunidad a la empresa y a sus representantes y que en los dos últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal, que perjudiquen el funcionamiento del establecimiento.

La concesión de los permisos antes dichos estará sujeta a las siguientes condiciones:

- En caso de grave calamidad doméstica, la oportunidad del aviso puede ser anterior o posterior al hecho que lo constituye o al tiempo de ocurrir este, según lo permitan las circunstancias.
- En caso de entierro de compañeros de trabajo, el aviso puede ser hasta con un día de anticipación y el permiso se concederá hasta el 10% de los trabajadores.
- En los demás casos (sufragio, desempeño de cargos transitorios de forzosa aceptación y concurrencia al servicio médico correspondiente) el aviso se hará con la anticipación que las circunstancias lo permitan. Salvo convención en contrario y a excepción del caso de concurrencia al servicio médico correspondiente, el tiempo empleado en estos permisos puede descontarse al trabajador o compensarse con tiempo igual de trabajo efectivo en horas distintas a su jornada ordinaria, a opción de la empresa (CST, art. 57, núm. 6°).

CAPÍTULO VII

Salario mínimo, convencional, lugar, días, horas de pagos y períodos que lo regulan

ART. 25. —Formas y libertad de estipulación:

1. El empleador y el trabajador pueden convenir libremente el salario en sus diversas modalidades como por unidad de tiempo, por obra, o a destajo y por tarea, etc., pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en los pactos, convenciones colectivas y fallos arbitrales.

2. No obstante lo dispuesto en los artículos 13, 14, 16, 21 y 340 del Código Sustantivo del Trabajo y las normas concordantes con éstas, cuando el trabajador devengue un salario ordinario superior a diez (10) salarios mínimos legales 59

mensuales, valdrá la estipulación escrita de un salario que además de retribuir el trabajo ordinario, compense de antemano el valor de prestaciones, recargos y beneficios tales como el correspondiente al trabajo nocturno, extraordinario o al dominical y festivo, el de primas legales, extralegales, las cesantías y sus intereses, subsidios y suministros en especie; y, en general, las que se incluyan en dicha estipulación, excepto las vacaciones.

En ningún caso el salario integral podrá ser inferior al monto de 10 salarios mínimos legales mensuales, más el factor prestacional correspondiente a la empresa que no podrá ser inferior al treinta por ciento (30%) de dicha cuantía.

3. Este salario no estará exento de las cotizaciones a la seguridad social, ni de los aportes al SENA, ICBF, y cajas de compensación familiar, pero la base para efectuar los aportes parafiscales es el setenta por ciento (70%).

4. El trabajador que desee acogerse a esta estipulación, recibirá la liquidación definitiva de su auxilio de cesantía y demás prestaciones sociales causadas hasta esa fecha, sin que por ello se entienda terminado su contrato de trabajo (L. 50/90, art. 18).

ART. 26. —Se denomina jornal el salario estipulado por días y sueldo, el estipulado con períodos mayores (CST, art. 133).

ART. 27. —Salvo convenio por escrito, el pago de los salarios se efectuará en el lugar en donde el trabajador presta sus servicios durante el trabajo, o inmediatamente después del cese (CST, art. 138, núm. 1º).

Ejemplo: quincenales mensuales (uno de los dos o los dos).

ART. 28. —El salario se pagará al trabajador directamente o a la persona que él autorice por escrito así:

1. El salario en dinero debe pagarse por períodos iguales y vencidos. El período de pago para los jornales no puede ser mayores de una semana, y para sueldos no mayor de un mes.

2. El pago del trabajo suplementario o de horas extras y el recargo por trabajo nocturno debe efectuarse junto con el salario ordinario del período en que se han causado o a más tardar con el salario del período siguiente (CST, art. 134).

CAPÍTULO VIII

Servicio médico, medidas de seguridad, riesgos profesionales, primeros auxilios en caso de accidentes de trabajo, normas sobre labores en orden a la mayor higiene, regularidad y seguridad en el trabajo

ART. 29. —Es obligación del empleador velar por la salud, seguridad e higiene de los trabajadores a su cargo. Igualmente, es su obligación garantizar los recursos necesarios para implementar y ejecutar actividades permanentes en medicina preventiva y del trabajo, y en higiene y seguridad industrial, de conformidad al programa de salud ocupacional, y con el objeto de velar por la protección integral del trabajador.

ART. 30. —Los servicios médicos que requieran los trabajadores se prestarán por el Instituto de Seguros Sociales o EPS, ARP, a través de la IPS a la cual se encuentren asignados. En caso de no afiliación estará a cargo del empleador sin perjuicio de las acciones legales pertinentes.

ART. 31. —Todo trabajador dentro del mismo día en que se sienta enfermo deberá comunicarlo al empleador, su representante o a quien haga sus veces el cual hará lo conducente para que sea examinado por el médico correspondiente a fin de que certifique si puede continuar o no en el trabajo y en su caso determine la incapacidad y el tratamiento a que el trabajador debe someterse. Si este no diere aviso dentro del término indicado o no se sometiera al examen médico que se haya ordenado, su inasistencia al trabajo se tendrá como injustificada para los efectos a que haya lugar, a menos que demuestre que estuvo en absoluta imposibilidad para dar el aviso y someterse al examen en la oportunidad debida.

ART. 32. —Los trabajadores deben someterse a las instrucciones y tratamiento que ordena el médico que los haya examinado, así como a los exámenes y tratamientos preventivos que para todos o algunos ellos ordena la empresa en 61

determinados casos. El trabajador que sin justa causa se negare a someterse a los exámenes, instrucciones o tratamientos antes indicados, perderá el derecho a la prestación en dinero por la incapacidad que sobrevenga a consecuencia de esa negativa.

ART. 33.—Los trabajadores deberán someterse a todas las medidas de higiene y seguridad que prescriban las autoridades del ramo en general, y en particular a las que ordene la empresa para prevención de las enfermedades y de los riesgos en el manejo de las máquinas y demás elementos de trabajo especialmente para evitar los accidentes de trabajo.

PAR.—El grave incumplimiento por parte del trabajador de las instrucciones, reglamentos y determinaciones de prevención de riesgos, adoptados en forma general o específica, y que se encuentren dentro del programa de salud ocupacional de la respectiva empresa, que la hayan comunicado por escrito, facultan al empleador para la terminación del vínculo o relación laboral por justa causa, tanto para los trabajadores privados como los servidores públicos, previa autorización del Ministerio de la Protección Social, respetando el derecho de defensa (D. 1295/94, art. 91).

ART. 34. —En caso de accidente de trabajo, el jefe de la respectiva dependencia, o su representante, ordenará inmediatamente la prestación de los primeros auxilios, la remisión al médico y tomará todas las medidas que se consideren necesarias y suficientes para reducir al mínimo, las consecuencias del accidente, denunciando el mismo en los términos establecidos en el Decreto 1295 de 1994 ante la EPS y la ARP.

ART. 35.—En caso de accidente no mortal, aun el más leve o de apariencia insignificante, el trabajador lo comunicará inmediatamente al empleador, a su representante o a quien haga sus veces, para que se provea la asistencia médica y tratamiento oportuno según las disposiciones legales vigentes, indicará, las consecuencias del accidente y la fecha en que cese la incapacidad.

ART. 36. —Todas las empresas y las entidades administradoras de riesgos profesionales deberán llevar estadísticas de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales para lo cual deberán en cada caso determinar la 62

gravedad y la frecuencia de los accidentes de trabajo o de las enfermedades profesionales de conformidad con el reglamento que se expida.

ART. 37.—En todo caso, en lo referente a los puntos de que trata este capítulo, tanto la empresa como los trabajadores, se someterán a las normas de riesgos profesionales del Código Sustantivo del Trabajo, a la Resolución 1016 de 1989 expedida por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social y las demás que con tal fin se establezcan.

CAPÍTULO IX

Prescripciones de orden

ART. 38. —Los trabajadores tienen como deberes los siguientes:

- a) Respeto y subordinación a los superiores.
- b) Respeto a sus compañeros de trabajo.
- c) Procurar completa armonía con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores.
- d) Guardar buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina general de la empresa.
- e) Ejecutar los trabajos que le confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible.
- f) Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa.

CAPÍTULO X

Orden jerárquico

ART. 39. —El orden jerárquico de acuerdo con los cargos existentes en la empresa, es el siguiente: Ejemplo: gerente general, subgerente, director financiero, director talento humano, director de operaciones, director comercial y director de calidad.

PAR. —De los cargos mencionados, tienen facultades para imponer sanciones disciplinarias a los trabajadores de la empresa: Ejemplo: el gerente y el director de talento humano.

CAPÍTULO XI

Labores prohibidas para mujeres y menores

ART. -- Queda prohibido emplear a los menores de dieciocho (18) años y a las mujeres en trabajo de pintura industrial, que entrañen el empleo de la cerusa, del sulfato de plomo o de cualquier otro producto que contenga dichos pigmentos. Las mujeres sin distinción de edad y los menores de dieciocho (18) años no pueden ser empleados en trabajos subterráneos de las minas ni en general trabajar en labores peligrosas, insalubres o que requieran grandes.

ART. 41. —Los menores no podrán ser empleados en los trabajos que a continuación se enumeran, por cuanto suponen exposición severa a riesgos para su salud o integridad física:

1. Trabajos que tengan que ver con sustancias tóxicas o nocivas para la salud.
2. Trabajos a temperaturas anormales o en ambientes contaminados o con insuficiente ventilación.
3. Trabajos subterráneos de minería de toda índole y en los que confluyen agentes nocivos, tales como contaminantes, desequilibrios térmicos, deficiencia de oxígeno a consecuencia de la oxidación o la gasificación.
4. Trabajos donde el menor de edad está expuesto a ruidos que sobrepasen los ochenta (80) decibeles.
5. Trabajos donde se tenga que manipular con sustancias radioactivas, pinturas luminiscentes, rayos X, o que impliquen exposición a radiaciones ultravioletas, infrarrojas y emisiones de radiofrecuencia.
6. Todo tipo de labores que impliquen exposición a corrientes eléctricas de alto voltaje.
7. Trabajos submarinos.

8. Trabajo en basurero o en cualquier otro tipo de actividades donde se generen agentes biológicos patógenos.

9. Actividades que impliquen el manejo de sustancias explosivas, inflamables o cáusticas.

PAR.—Los trabajadores menores de 18 años y mayores de catorce 14, que cursen estudios técnicos en el Servicio Nacional de Aprendizaje o en un instituto técnico especializado reconocido por el Ministerio de Educación Nacional o en una institución del sistema nacional de bienestar familiar autorizada para el efecto por el Ministerio de la Protección Social, o que obtenga el certificado de aptitud profesional expedido por el Servicio Nacional de Aprendizaje “SENA”, podrán ser empleados en aquellas operaciones, ocupaciones o procedimientos señalados en este artículo, que a juicio del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, pueden ser desempeñados sin grave riesgo para la salud o la integridad física del menor mediante un adecuado entrenamiento y la aplicación de medidas de seguridad que garanticen plenamente la prevención de los riesgos anotados. Quedan prohibidos a los trabajadores menores de 18 años todo trabajo que afecte su moralidad. (D. 2737/89, art. 243).

CAPÍTULO XII

Obligaciones especiales para la empresa y los

trabajadores ART. 42. —Son obligaciones especiales del empleador:

1. Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.

2. 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.

3. 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.
4. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos.
5. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador y sus creencias y sentimientos.
6. Conceder al trabajador las licencias necesarias para los fines y en los términos indicados en el artículo 24 de este reglamento.
7. Dar al trabajador que lo solicite, a la expiración 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 que el trabajador por su culpa elude, dificulta o dilata el examen, cuando transcurridos 5 días a partir de su retiro no se presenta donde el médico respectivo para las prácticas del examen, a pesar de haber recibido la orden correspondiente.
8. Pagar al trabajador los gastos razonables de venida y regreso, si para prestar su servicio lo hizo cambiar de residencia, salvo si la terminación del contrato se origina por culpa o voluntad del trabajador.
Si el trabajador prefiere radicarse en otro lugar, el empleador le debe costear su traslado hasta concurrencia de los gastos que demandaría su regreso al lugar donde residía anteriormente. En los gastos de traslado del trabajador se entienden comprendidos los familiares que con él convivieron.
9. Abrir y llevar al día los registros de horas extras.
10. Conceder a las trabajadoras que estén en período de lactancia los descansos ordenados por el artículo 238 del Código Sustantivo del Trabajo. 11. 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 66

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. 12. Llevar un registro de inscripción de todas las personas menores de edad que emplee, con indicación de la fecha de nacimiento de las mismas. 13. Cumplir este reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto a las leyes.

ART. 43. —Son obligaciones especiales del trabajador:

1. Realizar personalmente la labor en los términos estipulados; observar los preceptos de este reglamento, acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular le imparta la empresa o sus representantes según el orden jerárquico establecido.

2. 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.

3. Conservar y restituir en buen estado, salvo deterioro natural, los instrumentos y útiles que les hayan facilitado y las materias primas sobrantes.

4. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.

5. Comunicar oportunamente a la empresa las observaciones que estimen conducentes a evitarle daños y perjuicios.

6. Prestar la colaboración posible en caso de siniestro o riesgo inminentes que afecten o amenacen a las personas o las cosas de la empresa.

7. 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.

8. Registrar en las oficinas de la empresa su domicilio y dirección y dar aviso oportuno de cualquier cambio que ocurra (CST, art. 58).

ART. 44. —Se prohíbe a la empresa:

1. Deducir, retener o compensar suma alguna del monto de los salarios y prestaciones en dinero que corresponda a los trabajadores sin autorización previa escrita de estos, para cada caso y sin mandamiento judicial, con excepción de los siguientes:

a) Respecto de salarios pueden hacerse deducciones, retenciones o compensaciones en los casos autorizados por los artículos 113, 150, 151, 152 y 400 del Código Sustantivo de Trabajo.

b) Las cooperativas pueden ordenar retenciones hasta del cincuenta por ciento (50%) de salarios y prestaciones, para cubrir sus créditos, en la forma y en los casos en que la ley los autorice.

c) El Banco Popular, de acuerdo con lo dispuesto por la Ley 24 de 1952, puede igualmente ordenar retenciones hasta de un cincuenta por ciento (50%) de salario y prestaciones, para cubrir sus créditos en la forma y en los casos en que la ley lo autoriza.

d) En cuanto a la cesantía y las pensiones de jubilación, la empresa puede retener el valor respectivo en los casos del artículo 250 del Código Sustantivo de Trabajo.

2. Obligar en cualquier forma a los trabajadores a comprar mercancías o víveres en almacenes que establezca la empresa.

3. Exigir o aceptar dinero del trabajador como gratificación para que se admita en el trabajo o por motivo cualquiera que se refiere a las condiciones de este. 4.

Limitar o presionar en cualquier forma a los trabajadores el ejercicio de su derecho de asociación.

5. Imponer a los trabajadores obligaciones de carácter religioso o político o dificultades o impedirles el ejercicio del derecho al sufragio.

6. Hacer o autorizar propaganda política en los sitios de trabajo. 7. Hacer o permitir todo género de rifas, colectas o suscripciones en los mismos sitios.

8. Emplear en las certificaciones de que trata el ordinal 7º del artículo 57 del Código Sustantivo del Trabajo signos convencionales que tiendan a perjudicar a los interesados o adoptar el sistema de “lista negra”, cualquiera que sea la modalidad que se utilice para que no se ocupe en otras empresas a los trabajadores que se separen o sean separados del servicio.

9. Cerrar intempestivamente la empresa. Si lo hiciera además de incurrir en sanciones legales deberá pagar a los trabajadores los salarios, prestaciones, o indemnizaciones por el lapso que dure cerrada la empresa. Así mismo cuando se compruebe que el empleador en forma ilegal ha retenido o disminuido colectivamente los salarios a los trabajadores, la cesación de actividades de estos, será imputable a aquél y les dará derecho a reclamar los salarios correspondientes al tiempo de suspensión de labores.

10. Despedir sin justa causa comprobada a los trabajadores que les hubieren presentado pliego de peticiones desde la fecha de presentación del pliego y durante los términos legales de las etapas establecidas para el arreglo del conflicto.

11. Ejecutar o autorizar cualquier acto que vulnere o restrinja los derechos de los trabajadores o que ofenda su dignidad (CST, art. 59).

ART. 45. —Se prohíbe a los trabajadores:

1. Sustraer de la fábrica, taller o establecimiento los útiles de trabajo, las materias primas o productos elaborados sin permiso de la empresa.
2. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcótico o de drogas enervantes.
3. Conservar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo a excepción de las que con autorización legal puedan llevar los celadores.
4. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso de la empresa, excepto en los casos de huelga, en los cuales deben abandonar el lugar de trabajo.
5. Disminuir intencionalmente el ritmo de ejecución del trabajo, suspender labores, promover suspensiones intempestivas del trabajo e incitar a su declaración o mantenimiento, sea que se participe o no en ellas.
6. Hacer colectas, rifas o suscripciones o cualquier otra clase de propaganda en los lugares de trabajo.
7. Coartar la libertad para trabajar o no trabajar o para afiliarse o no a un sindicato o permanecer en él o retirarse.
8. Usar los útiles o herramientas suministradas por la empresa en objetivos distintos del trabajo contratado (CST, art. 60).

CAPÍTULO XIII

Escala de faltas y sanciones disciplinarias

ART. 46. —La empresa no puede imponer a sus trabajadores sanciones no previstas en este reglamento, en pactos, convenciones colectivas, fallos arbitrales o en el contrato de trabajo (CST, art. 114).

ART. 47—Se establecen las siguientes clases de faltas leves, y sus sanciones disciplinarias, así:

a) El retardo hasta de quince (15) minutos en la hora de entrada sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez, multa de la décima parte del salario de un día; por la segunda vez, multa de la quinta parte del salario de un día; por tercera vez suspensión en el trabajo en la mañana o en la tarde según el turno en que ocurra, y por cuarta vez suspensión en el trabajo por tres días.

b) La falta en el trabajo en la mañana, en la tarde o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente cuando no causen perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez suspensión en el trabajo hasta por tres días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por ocho días.

c) La falta total al trabajo durante el día sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa, implica, por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho días y por segunda vez, suspensión en el trabajo hasta por dos meses.

d) La violación leve por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias implica por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por 2 meses.

ART. 48. —Constituyen faltas graves:

a) El retardo hasta de 15 minutos en la hora de entrada al trabajo sin excusa suficiente, por quinta 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 tercera vez.

d) Violación grave por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias.

Procedimientos para comprobación de faltas y formas de aplicación de las sanciones disciplinarias.

ART. 49. —Antes de aplicarse una sanción disciplinaria, el empleador deberá oír al trabajador inculpado directamente y si este es sindicalizado deberá estar asistido por dos representantes de la organización sindical a que pertenezca. En todo caso se dejará constancia escrita de los hechos y de la decisión de la empresa de imponer o no, la sanción definitiva (CST, art. 115).

ART. 50. —No producirá efecto alguno la sanción disciplinaria impuesta con violación del trámite señalado en el anterior artículo (CST, art. 115).

CAPÍTULO XIV

Reclamos: personas ante quienes deben presentarse y su tramitación

ART. 51. —Los reclamos de los trabajadores se harán ante la persona que ocupe en la empresa el cargo de: Ejemplo: gerente, subgerente, quien los oirá y resolverá en justicia y equidad (diferente del que aplica las sanciones).

ART. 52. —Se deja claramente establecido que para efectos de los reclamos a que se refieren los artículos anteriores, el trabajador o trabajadores pueden asesorarse del sindicato respectivo.

PAR. —En la empresa Angie Martin Boutique SAS No existen prestaciones adicionales a las legalmente obligatorias.

CAPÍTULO XV

Publicaciones

ART. 53. —Dentro de los quince (15) días siguientes al de la notificación de la resolución aprobatoria del presente reglamento, el empleador debe publicarlo en el lugar de trabajo, mediante la fijación de dos (2) copias de caracteres legibles, en dos (2) sitios distintos. Si hubiere varios lugares de trabajo separados, la fijación debe hacerse en cada uno de ellos. Con el reglamento debe fijarse la resolución aprobatoria (CST, art. 120).

CAPÍTULO XVI

Vigencia

ART. 54. —El presente reglamento entrará a regir 8 días después de su publicación hecha en la forma prescrita en el artículo anterior de este reglamento (CST, art. 121).

CAPÍTULO XVII

Disposiciones finales

ART. 55. —Desde la fecha que entra en vigencia este reglamento, quedan sin efecto las disposiciones del reglamento que antes de esta fecha haya tenido la empresa.

CAPÍTULO XVIII

Cláusulas ineficaces

ART. 56.—No producirán ningún efecto las cláusulas del reglamento que desmejoren las condiciones del trabajador en relación con lo establecido en las leyes, contratos individuales, pactos, convenciones colectivas o fallos arbitrales los cuales sustituyen las disposiciones del reglamento en cuanto fueren más favorables al trabajador (CST, art. 109).

CAPÍTULO XIX

Mecanismos de prevención del abuso laboral y procedimiento interno de solución

ART. 57. —Los mecanismos de prevención de las conductas de acoso laboral previstos por la empresa constituyen actividades tendientes a generar una conciencia colectiva, que promueva el trabajo en condiciones dignas y justas, la armonía entre quienes comparten vida laboral empresarial y el buen ambiente en la empresa y proteja la intimidad, la honra, la salud mental y la libertad de las personas en el trabajo.

ART. 58. —En desarrollo del propósito a que se refiere el artículo anterior, la empresa ha previsto los siguientes mecanismos (a título de ejemplo): 1. Información a los trabajadores sobre la Ley 1010 de 2006, que incluya campañas de divulgación preventiva, conversatorios y capacitaciones sobre el contenido de dicha ley, particularmente en relación con las conductas que constituyen acoso laboral, las que no, las circunstancias agravantes, las conductas atenuantes y el tratamiento sancionatorio.

2. Espacios para el diálogo, círculos de participación o grupos de similar naturaleza para la evaluación periódica de vida laboral, con el fin de promover coherencia operativa y armonía funcional que faciliten y fomenten el buen trato al interior de la empresa.

3. Diseño y aplicación de actividades con la participación de los trabajadores, a fin de:

a) Establecer, mediante la construcción conjunta, valores y hábitos que promuevan una vida laboral equilibrada.

b) Formular las recomendaciones constructivas a que hubiere lugar en relación con situaciones empresariales que pudieren afectar el cumplimiento de tales valores y hábitos.

c) Examinar conductas específicas que pudieren configurar acoso laboral u otros hostigamientos en la empresa, que afecten la dignidad de las personas, señalando las recomendaciones correspondientes.

4. Las demás actividades que en cualquier tiempo estableciera la empresa para desarrollar el propósito previsto en el artículo anterior.

ART. 59.—Para los efectos relacionados con la búsqueda de solución de las conductas de acoso laboral, se establece el siguiente procedimiento interno con el cual se pretende desarrollar las características de confidencialidad, efectividad y naturaleza conciliatoria señaladas por la ley para este procedimiento por ejemplo:

1. La empresa tendrá un comité (u órgano de similar tenor), integrado en forma bipartita, por un representante de los trabajadores y un representante del empleador o su delegado. Este comité se denominará "comité de armonía laboral"

2. El comité de convivencia laboral realizará las siguientes actividades:

a) Evaluar en cualquier tiempo la vida laboral de la empresa en relación con el buen ambiente y la armonía en las relaciones de trabajo, formulando a las áreas responsables o involucradas, las sugerencias y consideraciones que estimare necesarias.

b) Promover el desarrollo efectivo de los mecanismos de prevención a que se refieren los artículos anteriores.

c) Examinar de manera confidencial, cuando a ello hubiere lugar, los casos específicos o puntuales en los que se planteen situaciones que pudieren tipificar conductas o circunstancias de acoso laboral.

d) Formular las recomendaciones que se estimen pertinentes para reconstruir, renovar y mantener vida laboral armoniosa en las situaciones presentadas, manteniendo el principio de la confidencialidad.

e) Hacer las sugerencias que considerare necesarias para la realización y desarrollo de los mecanismos de prevención, con énfasis en aquellas actividades que promuevan de manera más efectiva la eliminación de situaciones de acoso laboral, especialmente aquellas que tuvieren mayor ocurrencia al interior de la vida laboral de la empresa.

f) Atender las conminaciones preventivas que formulen los inspectores de trabajo en desarrollo de lo previsto en el numeral 2º del artículo 9º de la Ley 1010 de 2006 y disponer las medidas que se estimen pertinentes.

g) Las demás actividades inherentes o conexas con las funciones anteriores.

Fecha:

Ciudad:

Representante legal: XXXXXXXX

Firma

CONCLUSIONES

- Debido a las múltiples opciones que se pueden identificar para elegir la manera más efectiva para el apalancamiento, debemos tener en cuenta detalles mínimos, como los intereses que se van a pagar.
- Se debe tener en cuenta si aparece un inversionista, cómo podemos comunicarle la favorabilidad del proyecto por medio de herramientas sustentables y efectivas.
- La evaluación sobre el apalancamiento financiero tiene como utilidad el reflexionar qué tan viable y atractiva es la idea del proyecto.
- Al realizar la simulación de las múltiples herramientas financieras nos permite aplicar y observar la utilidad. Por otro lado, se le permite al emprendedor observar cómo será la aplicación del proyecto.
- Aparte de las ventajas competitivas de la viabilidad del producto y el proyecto en general, se le permite al emprendedor obtener una visión macro sobre la situación del apalancamiento organizacional.
- La viabilidad del proyecto y el futuro de la organización dependen de las decisiones que se tomen, para contrarrestar o aprovechar las situaciones que el mercado pueda tener.
- Las herramientas y los indicadores con los que se miden la viabilidad del proyecto son fundamentales para el convencimiento de los futuros inversores.

BIBLIOGRAFÍA

<http://www.portafolio.co/internacional/foro-economico-mundial-destaca-emprendimiento-colombia-34050> Portafolio.com., Foro económico mundial destaca emprendimiento de Colombia.

<http://blogs.udima.es/administracion-y-direccion-de-empresas/libros/introduccion-a-la-organizacion-de-empresas-2/unidad-didactica-9-tamano-concentracion-y-crecimiento-de-la-empresa/6-el-crecimiento-como-objetivo-de-la-empresa/> Universidad a distancia de Madrid. El crecimiento como objetivo de la empresa.

http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tlahuelilpan/administracion/proy_inv/estudio%20tecnico.pdf Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (México). Estudio Técnico.

<http://www.dian.gov.co/descargas/servicios/OEEDocumentos/Estudios/Tributacion-ycompetitividad.pdf> DIAN. El Sistema Tributario Colombiano, Impacto sobre la eficiencia y competitividad.

<http://www.unicauca.edu.co/docs/convocatorias/marco-legal-fondo-emprender> Universidad del Cauca. Marco Legal de la metodología Fondo Emprender.

CIBERGRAFÍA

<http://www.mincit.gov.co/emprendimiento/descargar.php?id=65236> Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Guía Básica, Sociedad por Acciones Simplificada. Grupo Salmántica (Bogotá, 2011). Consultado el 25 de septiembre de 2018 a las 13:28.

<http://www.bvc.com.co/pps/tibco/portalbvc/Home/Glosario> Bolsa de Valores de Colombia. Glosario, Tipo de acciones. Consultado el 25 de septiembre de 2018 a las 13:27.

<http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso1.pdf> SUNAT Perú.

Definición Minuta de constitución. . Consultado el 26 de septiembre de 2018 a las 15:36.

http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/paso_paso_empresa_ccb/documento_constitucion.html Cámara de Comercio de Bogotá. Documento de constitución. Consultado el 26 de septiembre de 2018 a las 15:40.

<http://www.raperos.com/porque-los-raperos-visten-con-ropa-ancha/>

Por qué los raperos visten con ropa ancha. Consultado el 26 de septiembre de 2018 a las 15:46.

<http://www.procolombia.co/noticias/sector-colombiano-textil-confecciones-tiene-oportunidades-con-la-alianza-del-pac%C3%ADfico> PROCOLOMBIA. Sector Colombiano textil – Confecciones tiene oportunidades con la Alianza del Pacífico, (2014). Consultado el 26 de septiembre de 2018 a las 15:48.

<http://www.procolombia.co/noticias/colombia-con-potencial-para-ser-proveedor-internacional-de-insumos-de-textiles> PROCOLOMBIA. Colombia con potencial para ser proveedor internacional de insumos textiles (2013). Consultado el 28 de septiembre de 2018 a las 18:36.