

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES**

**INFORME TÉCNICO
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

CASO EMPRESARIAL AUTOSERVICIO SUPER BUENO

**ABRIL 2018
BUCARAMANGA**

Informe Técnico del Proyecto de Investigación
CASO EMPRESARIAL AUTOSERVICIO SUPER BUENO
Dirección de Investigaciones / Unidades Tecnológicas de Santander
Avenida de los Estudiantes No. 9 - 82 / Ciudadela Real de Minas
PBX 64130000 Telefax 6447777
Bucaramanga - Colombia

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	4
RESUMEN EJECUTIVO	5
1. OBJETIVOS.....	5
2.1. Objetivo general.....	5
2.2. Objetivos específicos	5
2. DURACIÓN.....	6
3. ACTIVIDADES REALIZADAS.....	6
4. INDICADORES VERIFICACIÓN DE LOS RESULTADOS ... ¡Error! Marcador no definido.	
5. MEDIOS DE DIFUSIÓN.....	9
6. CONCLUSIONES Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	9
7. REFERENCIAS.....	10

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

FICHA TÉCNICA PROYECTO CÓDIGO XXX			
Título	CASO EMPRESARIAL AUTOSERVICIO SUPER BUENO		
Investigador principal	Alba Patricia Guzmán Duque PhD		Código
	Email	aguzman@correo.uts.edu.co	Celular
Datos del investigador			Código
	Email		Celular
Datos del investigador			Código
	Email		Celular
Datos del investigador			Código
	Email		Celular
Grupo de investigación			
Línea de Investigación	COMPETITIVIDAD Y CLIMA DE NEGOCIO		
Lugar y fecha de ejecución	Floridablanca, Santander 2018		
Duración	2 MESES		
Tipo de proyecto	Proyecto de Investigación: Creación de un banco de casos de las empresas de Santander		
Costo	59'460.000		
Palabras claves			
Nombre de la Empresa	AUTOSERVICIO SUPER BUENO		
Representante Legal.	María Isabel Castro Serrano		
Cédula de ciudadanía o NIT	No contiene		
Dirección completa	Carrera 5E N° 28-44 barrio la cumbre		
Ciudad / Departamento	Floridablanca, Santander		
Teléfonos / Fax / Celular	6581418 móvil: 3504131348		
Correo electrónico	contadorligia@hotmail.com		
<p>Los abajo firmantes confirman que todos los datos incluidos en la presente propuesta son correctos y verídicos, que no incumplen ninguna ley ni norma vigente. Declaran que corresponde a las Unidades Tecnológicas de Santander la titularidad de los derechos patrimoniales sobre los productos intelectuales y creaciones obtenidas como resultado del presente trabajo de grado, teniendo en cuenta que este trabajo de grado es considerado una obra por encargo. El estudiante ostentará los derechos morales como autor y tendrá el respectivo reconocimiento académico.</p>			
Investigador 1	Investigador 2	Investigador 3	Investigador 4

RESUMEN EJECUTIVO

El caso de estudio auto servicio SUPER BUENO consiste en hacer una descripción precisa del negocio en mención y un análisis detallado de su contexto y su entorno, además realizar una observación a las estrategias establecidas e implementadas a través de los años, para así poder conocer la participación de esta empresa en el sector retail y como la entrada de nuevos participantes han afectado el volumen de sus ventas y como los propietarios han sorteado este obstáculo para permanecer en la mente de los clientes del barrio La Cumbre.

Se intenta dar a conocer variables internas y externas, como también hacer un análisis de la economía tanto del sector del barrio La Cumbre como de Santander. En primer lugar se realiza un planteamiento del problema, en el cual se describe brevemente las características más importantes del autoservicio y su evolución, dejando constancia de que el volumen de sus ventas a través de los años se incrementaban de forma constante con excepción de los dos últimos años, pues el sector se ha convertido en un punto estratégico para que más participantes se sumen al negocio de ventas minoristas asentándose en el barrio con estrategias innovadoras y precios insuperables haciendo tambalear a los comerciantes tradicionales del sector y replantear su idea de negocio.

De acuerdo con lo anterior el autoservicio plantea diariamente sus estrategias y con una negociación acertada con sus proveedores, implementa mecanismos de fidelización para que sus clientes antiguos no volqueen sus miradas a otros nuevos participantes logrando así mantenerse en un punto de equilibrio el cual debe sobrepasarse para así generar ingresos aceptables. Cuando estos mecanismos no sean suficientes se deben buscar estrategias más innovadoras y modernas, ya que el autoservicio es manejado en su totalidad y desde su conformación de una forma tradicional que aunque no es un aspecto negativo también se debe apoyar en las tecnologías de hoy para implantarse en la mente de nuevos consumidores que arriban al sector en busca de proximidad y economía.

1. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Elaborar el caso empresarial “Organización AUTOSERVICIO SUPER BUENO” a partir de variables históricas, de contexto, del empresario y de la empresa, con el propósito de lograr la caracterización de la organización en un contexto con sentido para la comunidad académica.

2.2. Objetivos específicos

1. Describir los aspectos relacionados el empresario, la empresa, diferentes situaciones organizaciones, sus decisiones estratégicas que han propendido por su estabilidad en el tiempo.
2. Analizar los aspectos relacionados con las diferentes situaciones problemáticas que se han afrontado y que son caracterizadas por los diferentes contextos propios al empresario y a la organización: social, económico, ambiental, político, cultural, entre otros.

3. Compilar la información resultante de los diferentes aspectos abordados con el propósito de elaborar el caso empresarial de la organización AUTOSERVICIO SUPER BUENO.
4. Formular un diagnóstico organizacional que permita al empresario una visión general sobre la situación actual de su empresa.

2. DURACIÓN
4 MESES

3. ACTIVIDADES REALIZADAS

Objetivo 1	Describir los aspectos relacionados el empresario, la empresa, diferentes situaciones organizaciones, sus decisiones estratégicas que han propendido por su estabilidad en el tiempo.	Fecha: 2018
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
1. Reseña Histórica	La idea de negocio la empezó a desarrollar María Isabel Castro a mitad del año 2000, decidiendo dejar el trabajo que realizo durante 11 años como auxiliar contable para la empresa nacional de chocolates, para esa fecha se presentó la liquidación total de la cooperativa del barrio la cumbre, la cual se liquidó muy económica. Esa fue la oportunidad para independizarse y tener su propio negocio y con su escasa liquidación de \$4.000.000 decidió invertir en la compra de la cooperativa que tomo en nombre de Autoservicio “EL BUENO”. Se comenzó pagando arriendo en el inmueble donde se encontraba ubicado el autoservicio, se inicia con la contratación de dos empleados dedicándose en ese entonces a la venta de víveres y abarrotes al por mayor y detal tanto a tenderos como a clientes minoristas. Como el capital inicial no fue suficiente para el pago total de la Cooperativa y para abastecer completamente el autoservicio María Isabel Castro y su esposo Gerardo Bueno Hernández empezaron a contactar a varios proveedores de las marcas más reconocidas y así lograron surtir con suficiente mercancía el negocio teniendo la posibilidad de pagar las facturas a crédito y con las utilidades de la operación se realizaban abonos parciales para la compra total de la cooperativa	
2. Aspectos relacionados con las estrategias ejecutadas.	Para la señora Isabel mantener su clientela de años atrás con los cuales inicio su negocio es su prioridad por eso busca darle mayores descuentos en sus comprar para seguirlos conservando, además para ella es de gran importancia el brindarle un excelente servicio a los clientes para que haya una recompra, evitar que el cliente tenga que esperar para realizar sus pagos ya que el cliente actual requiere ser atendido en el menor tiempo posible.	

<p>3. Aspectos relacionados a las diferentes situaciones/problemas/oportunidades presentados a través de los años de existencia de la organización.</p>	<p>Según la propietaria a través de los años han rotado empleados pues su negocio se convierte en la primera opción para hacer experiencia laboral y luego embarcarse en otras empresas de mayor trayectoria, además han despedido a varios por hurto, comportamientos inapropiados en el sitio de labor, por ociosidad y diferencias irreconciliables entre propietarios y empleados. Las oportunidades de crecimiento siempre se han tenido en cuenta pero la propietaria nos indica que a mayor superficie mayor trabajo para ella y a veces no da abasto con todas las actividades a realizar en el negocio</p>
---	---

<p>Objetivo 2</p>	<p>Analizar los aspectos relacionados con las diferentes situaciones problemáticas que se han afrontado y que son caracterizadas por los diferentes contextos propios al empresario y a la organización: social, económico, ambiental, político, cultural, entre otros.</p>	<p>Fecha: 2018</p>
<p>Actividades propuestas</p>		<p>Justificación de las actividades</p>
<p>4. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN</p>	<p>La recolección de la información se realizó con base en el instrumento diseñado para realizar inicialmente una entrevista con el empresario (Ver anexo 1). A partir de allí y con base en la metodología propuesta por Yin2</p>	
<p>5. LEGALIDAD DE LA ORGANIZACIÓN</p>	<p>Empresas debidamente registradas en Cámara de Comercio (con registro actualizado). El foco del trabajo deben ser MIPYMES</p>	
<p>6. RAZÓN SOCIAL</p>	<p>Empresas de cualquier sector económico del país: primario, secundario y terciario; así como empresas dedicadas a la comercialización, fabricación, tercerización, servicios y/o todas las anteriores</p>	

<p>Objetivo 3</p>	<p>Compilar la información resultante de los diferentes aspectos abordados con el propósito de elaborar el caso empresarial de la organización AUTOSERVICIO SUPER BUENO.</p>	<p>Fecha: 2018</p>
<p>Actividades propuestas</p>		<p>Justificación de las actividades</p>
<p>7. FUENTES DE INFORMACIÓN</p>	<p>Primarias. Para el desarrollo del trabajo de campo se recopilará la información directamente del empresario y/o propietario de la Organización AUTOSERVICIO SUPER BUENO a través del diseño y aplicación de un instrumento de recolección de información. Este instrumento estándar tendrá como dinámica de ejecución la entrevista. Secundarias. Para la complementación del caso empresarial,</p>	

	se requiere información del sector al que pertenece y por lo tanto, se consultarán informes existentes y otras publicaciones relacionadas y que estén disponibles
8. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	Para los propósitos de la investigación se definen las siguientes variables que enmarcan el ejercicio de elaborar el caso empresarial para la organización AUTOSERVICIO SUPER BUENO.
9. CONTEXTOS DE LA ORGANIZACIÓN	Aspectos relacionados con las diferentes situaciones problemáticas que se han afrontado y que son caracterizadas por los diferentes contextos propios al empresario y a la organización: social, económico, ambiental, político, cultural, entre otros.

Objetivo 4		Fecha:
Actividades propuestas	Justificación de las actividades	
10. CASOS DE ESTUDIO	<p>Surgió de la necesidad de contar con un instrumento que posibilite la creación de un Banco de Casos de Emprendedores o Casos de Modelaje con el fin de acompañar los procesos del Servicio de Atención al Empresario³.</p> <p><input type="checkbox"/> Los docentes investigadores de tiempo completo del CEIPA publican el libro Casos Empresariales Colombianos “Decisiones gerenciales ante momentos de crisis” a partir de un ejercicio investigativo en las organizaciones como PANACA, Cultivos SAYONARA, Organización RAMO, y la Cooperativa Coogranada. Este libro responde a la necesidad de pertinencia que deben tener los programas académicos</p>	
11. ESTUDIO DE CASO, UN MÉTODO DE APRENDIZAJE	<p>El método de casos siempre ha sido una estrategia de aprendizaje dinámica y pertinente para teorías y conocimientos relacionados con la administración de empresas, mercadeo, medicina, y la ingeniería, entre otras. Tal y como lo afirma Easton¹⁵, el estudio de casos permite al estudiante desarrollar habilidades como por ejemplo clasificar, ordenar y evaluar datos; aplicar principios, conceptos y técnicas propias a un campo del saber. Para Triadó¹⁶, la metodología de casos posibilita el desarrollo de dotes personales como la comunicación, el liderazgo, la dialéctica y la expresión, entre otros. De acuerdo con lo anterior, se puede afirmar que el estudio de casos permite al estudiante generar procesos propios al aprender a aprender. Schnarch¹⁷ afirma que es necesario siempre ser pertinentes con la educación, por cuanto en este mundo moderno donde la innovación y la complejidad de las sociedades y de las organizaciones hacen necesario aprender y vivir experiencias para lograr resolver problemas; y el método de casos es una herramienta útil para estos aspectos.</p>	

<p>12. MARCO LEGAL</p>	<p>El caso empresarial AUTSERVICIO SUPER BUENO esta en marcado en el ámbito del comercio de víveres y abarrotes para la canasta familiar, en el cual esta regido dentro del marco legal dentro de los comerciantes, existen aspectos legales que deben de tomarse en cuenta para no incurrir en la evasión de impuestos por tal motivo se relacionan las leyes que tienen relación con el tema.</p>
------------------------	---

4. MEDIOS DE DIFUSIÓN

Repositorio Institucional
Capítulo del Libro
Blog Institucional

5. CONCLUSIONES Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

A través de la recopilación de la información y la entrevista realizada a la propietaria del establecimiento comercial AUTOSERVICIO SUPER BUENO, se puede concluir como a través del tiempo se puede mantener una idea de negocio, muy bien elaborada y manejada por personas que creen en ellas mismas y no desfallecen con cualquier obstáculo que se les pueda presentar, pues se identificaron estrategias las cuales persuaden al consumidor para que este prefiera visitar este autoservicio en vez de desplazarse a otras cadenas de supermercados, las cuales en primer lugar no le ofrecen proximidad, descuentos en marcas de primera calidad al momento de la necesidad, las tiendas del sector no mantienen un horario determinado y clave a la hora de buscar un producto de primera necesidad y a veces no mantienen abastecidos sus estantes y sobre todo la acogida que ofrecen los tenderos el SUPER BUENO mantienen la tradicionalidad y el buen servicio.

Se concluye que la venta de víveres y abarrotes en tiendas de barrio abarcan la mayor parte del comercio, ya que las compras diarias se han vuelto habituales para los consumidores, sin embargo cada día es más fuerte la competencia entre las tiendas minoristas ya que debido flujo de compradores hay aumento de pequeños empresarios e incluso los almacenes de cadena han implementado sucursales en los barrios para abarcar mayor población.

RECOMENDACIONES

Promover en el estudiante durante su proceso formativo casos de estudio empresarial o investigaciones empresariales para fomentar en el la creación de ideas y generación de empresa que contribuyan al desarrollo económico del país o de la región.

A través de la investigación y la realización del caso empresarial asistir al empresario en cualquier innovación para su empresa, analizando variables y metodologías para el crecimiento y correcto funcionamiento en aras de mejores ingresos.

Incluir en el plan de estudio metodologías de investigación que profundicen el ámbito

empresarial y el desarrollo económico del país y así conocer la realidad del empresario en Colombia con el fin de enfrentar posibles obstáculos de manera asertiva.

6. REFERENCIAS

- Competencia en el sector retail <http://www.dinero.com/edicion-impresia/caratula/articulo/como-funcionan-las-tiendas-d1/218767>,
http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios_Economicos/Estudio%20economico%20Retail.pdf
- Como ha evolucionado el Retail <http://www.revistapym.com.co/destacados/como-ha-evolucionado-el-retail-colombia>
- Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible – CECODES. Sostenibilidad en Colombia. Casos Empresariales. Año 2011. ISBN 978-958-99020-4-2
- DECRETO 422 DE 1991. Febrero 13. Extraído de <http://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=7306>
- Departamento de Ingeniería de Sistemas y Computación de la Universidad de los Andes. Casos relacionados con los sistemas y arquitecturas empresariales focalizados en la cadena de valor, y los procesos de front- office y back- office.
- Derechos de los Consumidores. <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/co/co103es.pdf>
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-625528>
- Easton, G. Learning from case studies. Gran Bretaña: Prentice Hall. Año 1992.
- El crecimiento del sector Retail <http://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/6-2014-el-crecimiento-del-retail-en-colombia>
- El duelo de las cadenas de supermercados <http://www.expertosenmarca.com/visita-al-retail-el-duelo-de-las-cadenas-de-supermercados-en-el-retail-colombiano/>
- Ellet, W. The Case Study Handbook .How to Read, Discuss, and Write Persuasively About Cases. Harvard Business School Press. Boston, Massachusetts. p. 658. Año 2007.
- Espíndola, J. Reingeniería Educativa el pensamiento crítico: como fomentarlo en los alumnos. México: Pax. Año 2000.
- Estatuto del consumidor en Colombia. Ley 1480 de 2011 LEY 1480 DE 2011. Octubre 12. Extraído de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=44306>
- Grupo de Investigación Estrategia y Gestión Empresarial. Proyectos de Investigación del Grupo. Universidad Tecnológica de Bolívar.
- Historia del sector <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14924556>
- Ley de reforma tributaria. LEY 1819 DE 2016. Diciembre 29. Extraído de <https://actualicese.com/normatividad/2016/12/29/ley-1819-de-29-12-2016-reforma-tributaria/>
- MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Decreto 1878 del 29 de mayo de 2008. Superintendencia de Industria y Comercio. Publicado en Diario Oficial No 47.004 del 29 de mayo de 2008. Extraído de

http://www.sic.gov.co/recursos_user/historico/d2011sic5142.htm

- MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Decreto 1878 del 29 de **mayo** de 2008. Superintendencia de Industria y Comercio. Publicado en Diario Oficial No 47.004 del 29 de mayo de 2008. Extraído de http://www.sic.gov.co/recursos_user/historico/d2011sic5142.htm#CONCEPTOS
- Ogliastri, E. El método de casos. Recuperado el 13 de marzo de 2014, del sitio Web de Universidad ICESI: http://www.icesi.edu.co/contenido/pdfs/cartilla_el_metodo_de_casos.pdf. Año 1991
- Puchol, L., Ongallo, C., Puchol, I., Berlinches, A., Martín, M. J., Nuñez A., & et al. NUEVOS CASOS EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS. 25 casos de Recursos Humanos acompañados de las soluciones propuestas por sus autores. Madrid, España.: Ediciones Díaz de Santos. Año 2005.
- Pujol, J. & Fons,. Los métodos en la enseñanza universitaria. Pamplona: Eunsa. Año 1981.
- Rave Elkin, Gonzalo Juan. Casos Empresariales Colombianos. Decisiones Gerenciales ante Momentos de Crisis. Serie 1. Institución Universitaria CEIPA. Año 2011. ISBN 978-958-99767-7-7
- Schnarch, A. Desarrollo de nuevos productos y empresas: creatividad in-novación y marketing. (5th Ed.). Bogotá, Colombia. Mc Graw Hill. Año 2009.
- Sector retail 2012
http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios_Economicos/Retail2012.pdf
- Triadó, Ivern, X. La metodología dl caso: Utilización de medios audiovisuales en el estudio de las disciplinas del área de organización de empresas. Recuperado el 17 de mayo de 2009, del sitio Web de dialnet: www.dialnet.unirioja.es Año 2004.
- Vargas Anafina, Rodríguez Francisco y Moreno Jonathan. Guía Metodológica para la Elaboración de Casos Emprendedores.. Corporación Andina de Fomento.
- Yin, R. E. Case Study Research and Methods. Thousand Oaks: Sage. Año 1994.

ANEXOS



CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA

CERTIFICADO GENERADO A TRAVÉS DE LAS VENTANILLAS
LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN: BUCARAMANGA, 2018/02/07 HORA: 14:14:7
8158274

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: KYYZ0EC036

LA PERSONA O ENTIDAD A LA QUE USTED LE VA A ENTREGAR EL CERTIFICADO PUEDE VERIFICAR EL CONTENIDO Y CONFIABILIDAD, INGRESANDO A WWW.CAMARADIRECTA.COM OPCION CERTIFICADOS ELECTRONICOS Y DIGITANDO EL CÓDIGO DE VERIFICACIÓN CITADO EN EL ENCABEZADO. ESTE CERTIFICADO, QUE PODRÁ SER VALIDADO POR UNA ÚNICA VEZ, CORRESPONDE A LA IMAGEN Y CONTENIDO DEL CERTIFICADO CREADO EN EL MOMENTO EN QUE SE GENERÓ EN LAS VENTANILLAS O A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA VIRTUAL DE LA CÁMARA.

CERTIFICADO DE MATRICULA MERCANTIL DE:
CASTRO SERRANO MARIA ISABEL

ESTADO MATRICULA: ACTIVO

EL SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

C E R T I F I C A

FECHA DE RENOVACIÓN: MARZO 09 DE 2017

LA MATRÍCULA MERCANTIL PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS.
RENUEVE SU MATRÍCULA A MÁS TARDAR EL 31 DE MARZO DE 2018
Y EVITE SANCIONES DE HASTA 17 S.M.L.M.V.

C E R T I F I C A

MATRICULA: 05-109177-01 DEL 2004/01/23
NOMBRE: CASTRO SERRANO MARIA ISABEL
CEDULA DE CIUDADANIA : 63335594
NIT: 63335594-0 BUCARAMANGA

DIRECCION COMERCIAL: CR. 5E NO. 28-44 BARRIO LA CUMBRE
MUNICIPIO: FLORIDABLANCA - SANTANDER
TELEFONO1: 6581418
TELEFONO2: 3504131348
TELEFONO3: 6581418
EMAIL : contadorligia@hotmail.com

NOTIFICACION JUDICIAL
DIRECCION: CR. 5E NO. 28-44 BARRIO LA CUMBRE
MUNICIPIO: FLORIDABLANCA - SANTANDER
TELEFONO1: 6581418
TELEFONO2: 3504131348
TELEFONO3: 6581418
EMAIL : contadorligia@hotmail.com

ACTIVOS : 5.000.000

C E R T I F I C A

Signature Not Verified

CASTRO SERRANO MARIA ISABEL

PAGINA 2

CIIU-CODIFICACION ACTIVIDAD ECONOMICA

ACTIVIDAD PRINCIPAL : 4711 COMERCIO AL POR MENOR EN ESTABLECIMIENTOS NO ESPECIALIZADOS CON SURTIDO COMPUESTO PRINCIPALMENTE POR ALIMENTOS, BEBIDAS O TABACO.

C E R T I F I C A

MATRICULA ESTABLECIMIENTO: 107749 DEL 2004/01/23
NOMBRE: AUTOSERVICIO SUPERBUENO
FECHA DE RENOVACION: MARZO 09 DE 2017
DIRECCION COMERCIAL: CR. 5E NO. 28-44 BARRIO LA CUMBRE
MUNICIPIO: FLORIDABLANCA - SANTANDER
TELEFONO: 6581418
E-MAIL: contadorligia@hotmail.com
ACTIVIDAD PRINCIPAL : 4711 COMERCIO AL POR MENOR EN ESTABLECIMIENTOS NO ESPECIALIZADOS CON SURTIDO COMPUESTO PRINCIPALMENTE POR ALIMENTOS, BEBIDAS O TABACO.

C E R T I F I C A

EL COMERCIANTE ES AFILIADO A LA CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA DESDE: 2017/04/27

C E R T I F I C A

QUE EL MATRICULADO TIENE LA CONDICIÓN DE PEQUEÑA EMPRESA DE ACUERDO CON LO ESTABLECIDO EN EL NUMERAL 1 DEL ARTICULO 2 DE LA LEY 1429 DE 2010.

C E R T I F I C A

PROCEDENCIA DE LOS ANTERIORES DATOS: QUE LA INFORMACION ANTERIOR HA SIDO TOMADA DIRECTAMENTE DE LOS FORMULARIOS DE MATRICULA DILIGENCIADOS POR EL COMERCIANTE.

EXPEDIDO EN BUCARAMANGA, A 2018/02/07 14:14:07 - REFERENCIA OPERACION 8158274

LOS ACTOS DE REGISTRO AQUÍ CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME DIEZ DÍAS HÁBILES DESPUÉS DE LA FECHA DE INSCRIPCIÓN, SIEMPRE QUE, DENTRO DE DICHO TERMINO, NO SEAN OBJETO DE LOS RECURSOS DE REPOSICIÓN ANTE ESTA ENTIDAD, Y / O DE APELACIÓN ANTE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO.

PARA EFECTOS DEL CÓMPUTO DE LOS TÉRMINOS LOS SÁBADOS NO SON DÍAS HÁBILES EN LA CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA.

EL PRESENTE CERTIFICADO NO CONSTITUYE CONCEPTOS FAVORABLES DE USO DE SUELO, NORMAS SANITARIAS Y DE SEGURIDAD.

PAGINA 3

CASTRO SERRANO MARIA ISABEL

IMPORTANTE: LA FIRMA DIGITAL DEL SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA CONTENIDA EN ESTE CERTIFICADO ELECTRONICO, SE ENCUENTRA EMITIDA POR UNA ENTIDAD DE CERTIFICACIÓN ABIERTA AUTORIZADA Y VIGILADA POR LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, DE CONFORMIDAD CON LAS EXIGENCIAS ESTABLECIDAS EN LA LEY 527 DE 1999.

EN EL CERTIFICADO SE INCORPORAN TANTO LA FIRMA MECÁNICA QUE ES UNA REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA FIRMA DEL SECRETARIO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA, COMO LA FIRMA DIGITAL Y LA RESPECTIVA ESTAMPA CRONOLÓGICA, LAS CUALES PODRÁ VERIFICAR A TRAVÉS DE SU APLICATIVO VISOR DE DOCUMENTOS PDF.

NO, OBSTANTE SI USTED EXPIDIÓ EL CERTIFICADO A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA VIRTUAL PUEDE IMPRIMIRLO DESDE SU COMPUTADOR CON LA CERTEZA DE QUE FUE EXPEDIDO POR LA CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. LA PERSONA O ENTIDAD A LA QUE USTED LE VA A ENTREGAR EL CERTIFICADO PUEDE VERIFICAR, POR UNA SOLA VEZ, SU CONTENIDO INGRESANDO A WWW.CAMARADIRECTA.COM OPCION CERTIFICADOS ELECTRONICOS Y DIGITANDO EL CÓDIGO DE VERIFICACIÓN QUE SE ENCUENTRA EN EL ENCABEZADO DEL PRESENTE DOCUMENTO. EL CERTIFICADO A VALIDAR CORRESPONDE A LA IMAGEN Y CONTENIDO DEL CERTIFICADO CREADO EN EL MOMENTO EN QUE SE GENERÓ EN LAS VENTANILLAS O A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA VIRTUAL DE LA CÁMARA.



