

MANUAL LEGAL PARA EMPREENDEDORES

a b o g a d o t i c . c o



ABOGADO
TIC

Aseroramos la Tecnología



Hola emprendedor, si descargaste este documento, vas por buen camino. Muy pocos se detienen a revisar si sus proyectos se adaptan a las leyes y políticas del país.

Acá encontrarás consejos, ejemplos y tips, que te ayudarán a tener un poco más claro el panorama legal que debes tener en cuenta al desarrollar e implementar tu negocio, desde la fase de incubación, hasta cuando ya tengas una empresa más sólida.

El documento está conformado por las entradas del blog AbogadoTIC orientadas al emprendimiento, escritas a partir de nuestra experiencia y las dudas resueltas a nuestros clientes a lo largo de 5 años de trabajo.

Recuerda que siempre puedes contar con nosotros en www.abogadotic.co para resolver las dudas que tengas o profundizar alguno de los temas acá expuestos.

Muchas gracias por tu apoyo, y esperamos que este documento ayude a sacar adelante ese emprendimiento tan especial para ti.

Natalia Ospina Díaz

Socia Fundadora AbogadoTIC.
Consultora Especializada TIC





**ÍN
DI
CE**

PRIMEROS PASOS DEL EMPRENDEDOR

CAPÍTULO 1: TRES PUNTOS IMPORTANTES EN LA INCUBACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO (Ospina, 2016)

Transformar ideas en empresas de base digital exige la toma de decisiones informadas que a futuro eviten que se ponga en peligro la continuidad del negocio.

CAPÍTULO 2: HACER REALIDAD TU IDEA DE NEGOCIO, PUNTOS LEGALES BÁSICOS (Ospina, 2017)

Uno de los pasos indispensables en la estructuración de una idea de negocio, es el dimensionamiento y evaluación de los temas legales que corresponden en general y de manera específica al mercado en el cual nos ubicamos

CAPÍTULO 3: LAS 3 VENTAJAS EN LA CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS DE TECNOLOGÍA (Ospina, 2016)

El reciente boom de las startup ha generado más que suficiente información sobre las dificultades de los trámites legales, las obligaciones fiscales y las cargas laborales que vienen implícitas en la decisión de emprender.

CAPÍTULO 4: CONSEJOS PARA LLEVAR TU EMPRENDIMIENTO A OTRO MERCADO (Ospina, 2017)

Tener empresa implica esfuerzo, tenacidad, persistencia, resiliencia, inteligencia y planificación. Desde la idea, la estructuración del plan de negocio, la constitución de la empresa, el registro de las marcas, patentes, la facturación, el manejo de los datos personales, la administración, servicio al cliente, talento humano, utilidades, accionistas; hasta mantenerse en el mercado y crecer, crecer sin parar.

EMPRENDEDORES RESELLER

CAPÍTULO 5: VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA REVENTA DE PRODUCTOS TI (CONTRATO DE RESELLER) (Ospina, 2016)

La constitución de empresas de Tecnología en Colombia, la mayoría de las veces, se fundamenta en modelos de negocio que incluyen la reventa de productos y servicios TIC fabricados por empresas extranjeras (el fabricante). Estos productos y servicios son utilizados como base de las soluciones que se ofertan al mercado por parte de la empresa colombiana (el canal), y los servicios de la empresa extranjera entran a complementar, garantizar o robustecer los servicios de la empresa local.

CAPÍTULO 6: ¿SER O NO SER COMERCIALIZADOR DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS? (Ospina, 2016)

Evaluada ventajas y desventajas, el paso siguiente consiste en la decisión de convertirse o no en distribuidor de determinada solución tecnológica. Esta decisión supone en todos los casos la evaluación del acuerdo o contrato y las condiciones comerciales y jurídicas que regularán la relación con el fabricante de la solución.

CAPÍTULO 7: ¿CÓMO DISTRIBUIR PRODUCTOS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON TU MARCA? (Ospina, 2017)

Ahora que creaste tu negocio y decides consolidarlo mediante un modelo en el que te desempeñas bajo la figura de fabricante entregando tus productos y/o servicios a otras personas o empresas que operan como distribuidores y que se encargan de llevarlos al consumidor final, debes estudiar la forma en la que se estructurará legalmente el negocio con estos distribuidores para dejar claramente establecidos los deberes, obligaciones, metas de venta, uso de marcas, nombres, etc.

CAPÍTULO 8: ¿TE BENEFICIA TENER LA DISTRIBUCIÓN EXCLUSIVA DE UN PRODUCTO? (Ospina, 2016)

La idea de tener la distribución exclusiva de un producto o servicio en la industria TIC va acompañada de numerosas razones, pero entre ellas, la más importante es la intención de innovar en el mercado, ofreciendo un bien o servicio que represente una solución óptima, atractiva, útil y financieramente viable para tus clientes y por supuesto para tu empresa.

MANUAL **LEGAL** PARA EMPREENDEDORES



PRIMEROS PASOS DEL EMPREENDEDOR

3 PUNTOS IMPORTANTES

EN LA INCUBACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

Foto por: Andrew Neel en Unsplash

Transformar ideas en empresas de base digital exige la toma de decisiones informadas que a futuro eviten que se ponga en peligro la continuidad del negocio. A continuación los ilustramos con tres lecciones que se deben tener en cuenta en la fase de formación y puesta en marcha de un emprendimiento y que pueden llegar a tener consecuencias legales.

1. La **formalización** de la idea de **negocio**

En primer lugar, es importante que los fundadores tengan claridad sobre la idea de negocio y la forma en que quieren desarrollarla. A partir de allí, deben plasmar la idea de manera fiel en el acto de constitución de la empresa, establecer el aporte de cada uno y hacer corresponder dicho aporte con el porcentaje accionario que se le asigne a cada fundador.

Muchas veces cuando se tiene una idea de negocio, no se dimensiona inicialmente que tan exitosa puede llegar a ser y se comete el error de obviar la formalización de la idea mediante la creación de una empresa. En otros casos, en el momento de la formalización, se prioriza el trámite y se ignora la documentación legal creyendo erradamente que la idea de negocio que se tiene en mente, la forma en que

opera hasta el momento o las condiciones que se manejan entre los fundadores, son las que efectivamente se encuentran plasmadas en los documentos.

Es importante no solo formalizar la idea de negocio a tiempo, convirtiendo la operación en una empresa legalmente constituida, sino también fijarse en las condiciones en las cuales esto queda plasmado en los documentos. Evitar este tipo de errores es crucial, recuerde que la falta de formalización del negocio y la falta de establecimiento formal de las condiciones negociales provocó uno de los juicios más famosos de los últimos años en materia de emprendimiento en los Estados Unidos, el caso de los hermanos Winklevoss contra Mark Zuckerberg, fundador de Facebook.

“Es importante no solo formalizar la idea de negocio a tiempo, sino también fijarse en las condiciones en las cuales esto queda plasmado en los documentos.”

2. La importancia del Objeto Social

Para el caso de las startup en Colombia, se ha generalizado el uso de la figura societaria denominada sociedad por acciones simplificada, conocida por sus siglas “SAS”. Este tipo de sociedad se encuentra regulada por la ley 1258 de 2008, la cual establece que si nada se dice en el acto de constitución, se entiende que la sociedad podrá realizar cualquier tipo de actividad lícita.

Sin embargo, para efectos tributarios y para efectos de inscripción de actividades principales en el registro mercantil, en las cámaras de comercio le solicitan a la nueva empresa una descripción breve de las actividades que desarrollará. En este punto es importante, tratándose de emprendimientos de base tecnológica, tener claridad legal sobre la actividad que se ejerce, sobre todo en aquellos

casos en los que la operación involucra actividades que se encuentran estrictamente reguladas por la normatividad.

El mejor ejemplo en Colombia para demostrar la importancia de la correcta consagración del objeto social en el registro mercantil es la plataforma UBER, cuyo objeto social coincide con la prestación de servicios con dispositivos móviles o con aplicaciones basadas en desarrollos web.

Tenga en cuenta que si la inscripción de UBER se hubiera hecho de manera desprevenida, cualquier persona podría haber registrado la prestación de servicios de transporte y sólo por este hecho, habría creado la obligación legal de tener registro y permiso de operación en el Ministerio de Transporte.



Foto por: Andrew Neel en Unsplash

3. Protección de los datos personales

Los emprendimientos de base tecnológica, aquellos que operan sobre software o plataformas tecnológicas que conllevan operaciones de e-commerce, o aquellos que para su funcionamiento recaban datos personales, deben informarse sobre las obligaciones que se derivan en este aspecto de las disposiciones contenidas en la ley 1581 de 2012, el decreto 1377 de 2013 y el decreto 886 de 2014.

Poner a disposición de los usuarios la política de tratamiento y protección de datos, informarle sobre el procedimiento de atención de quejas y reclamos sobre los datos recabados, capacitar al personal para la atención de este tipo de solicitudes y reportar toda la información a la autoridad competente, son las principales previsiones que debe tener en cuenta si no quiere que su empresa se haga acreedora de una sanción económica. ■

CAPÍTULO 2

HACER REALIDAD TU IDEA DE NEGOCIO, PUNTOS LEGALES BÁSICOS

“Uno de los pasos indispensables en la estructuración de una idea de negocio, es el dimensionamiento y evaluación de los temas legales que corresponden en general y de manera específica al mercado en el cual nos ubicamos”.

Foto por: Avi Richards en Unsplash

Somos emprendedores hasta cuando formalizamos nuestra empresa, a partir de allí, somos comerciantes y tenemos responsabilidades

Pasar del papel a la realidad puede resultar sencillo siempre que evitemos cometer errores comunes, por eso hemos hecho un recuento de los puntos legales básicos a tener en cuenta al momento de formalizar y hacer realidad tu modelo de negocio.

En primer lugar, ten en cuenta la regulación propia del mercado en el cual se desarrolla o desarrollará tu idea en el futuro. Hay mercados regulados de manera detallada por la normatividad colombiana como por ejemplo: el transporte, la mensajería y la salud; hay otros con un rango de acción un poco más abierto, en donde las ideas surgen y fluyen de manera menos limitada. De igual forma hay profesiones reguladas cuyo ejercicio se somete a reglamentaciones como el derecho, la medicina, la contaduría, los evaluadores, etc., en donde cada uno cuenta con su propia norma y código de conducta. Otras son un poco más flexibles en lo que se refiere a su ejercicio.

Los productos y servicios a ofertar dentro de mercados y

profesiones reguladas deben ser evaluados para el dimensionamiento del modelo de negocio, para el conocimiento claro de las limitaciones que impone la normatividad colombiana en las actividades que se desarrollan, así como, para conocer los requisitos del ejercicio de actividades que se encuentran enmarcadas o que pudieran considerarse enmarcadas en estos mercados.

En segundo lugar, debes evaluar las consecuencias de la disrupción que puede generar tu idea de negocio en la práctica, a nivel de derecho de la competencia y en otras áreas del derecho como la propiedad intelectual. Evaluar nuestro modelo de negocio y visualizar su desarrollo en el futuro próximo no es solo una cuestión de sueños e ilusiones, es un deber del emprendedor y empresario hacer el ejercicio de dimensionar las consecuencias de una disrupción en el mercado y las debilidades o fortalezas legales que se tienen frente a posibles competidores, así como, la respuesta legal que se tendrá frente a eventualidades propias del desarrollo de la idea.

El hecho de que exista una norma legal que exime de impuesto a la renta a los emprendedores por los primeros años de la empresa, no significa que no se tengan obligaciones tributarias por atender.

En tercer lugar, la creación de una empresa con base en una idea de negocio presupone de forma indispensable, el estudio de las cargas tributarias que se deben asumir con el ejercicio de las actividades. El hecho de que exista una norma legal que exime de impuesto a la renta a los emprendedores por los primeros años de la empresa, no significa que no se tengan obligaciones tributarias por atender u obligaciones correlativas a dicha exención, para mantener las ventajas de la norma. De igual manera, se debe tener en cuenta que la exención es limitada en el tiempo y como empresarios nos veremos enfrentados, tarde o temprano, a la asunción de las cargas tributarias de manera completa, regular y corriente en las mismas condiciones que las demás empresas y para esto, debemos estar preparados.

Adicionalmente, la estructuración juiciosa del negocio incluye la revisión de la forma en la que se llevarán a cabo los negocios: el tipo de actividades que se registrarán ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, el tipo de contrato que se utilizará, la forma en la que se facturará y las variables a poner en práctica por la asunción de riesgos de cartera ante la falta de pago de alguno de los clientes.

Por último, todo este trabajo de estructuración no estaría completo si no protegieramos nuestra idea. Proteger nuestra idea de negocio frente a la contratación de personal, la administración de los clientes, la transmisión de nuestra visión, objetivos y saber hacer al personal, requiere de prudencia básica para evitar que nuestra futura competencia sea una persona inescrupulosa que sin mayor esfuerzo tomó nuestras ideas y las puso en práctica. Por esto es importante tener estructurados los procesos, relacionados con nuestros acuerdos de confidencialidad, manejo de información reservada, secretos comerciales, patentes, etc.

El día a día de las relaciones comerciales nos dará la experiencia para el manejo de estos temas, sin embargo no debemos descuidar dentro de nuestra planeación, el estudio de temas básicos que nos ayuden a tener un panorama más claro de nuestras responsabilidades con el fin de poder administrar mejor nuestros recursos y planear nuestro crecimiento. ■

Evaluar nuestro modelo de negocio y visualizar su desarrollo en el futuro próximo no es solo una cuestión de sueños e ilusiones, es un deber del emprendedor

CAPÍTULO 3

LAS **3** VENTAJAS EN LA CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS DE TECNOLOGÍA

El reciente boom de las startup ha generado más que suficiente información sobre las dificultades de los trámites legales, las obligaciones fiscales y las cargas laborales que vienen implícitas en la decisión de emprender.



Aunque las dificultades que se enfrentan en la creación de una empresa son literatura necesaria y básica para la proyección de gastos mínimos, el trámite de la constitución de la empresa como tal ya no resulta tan tedioso y complicado como hace unos años. De hecho, resulta tan simple, que siendo abogada puedo decirte que no te molestes en llamar un colega para esto, visita la Cámara de Comercio. Sólo si tus proyecciones e inversiones inmediatas lo requieren, considero que tú podrías tener la necesidad de llamar un contador.

Existen tres temas frente a los cuales siempre leo críticas negativas, pero en mi opinión, son puntos estructurales que representan ventajas cuantitativas y cualitativas más altas que los gastos que generan:

1. El capital empresarial

Existe la falsa noción de que una empresa debe crearse con un capital que parezca “respetable”, de tal forma que sea tenida en cuenta por los clientes y demás empresas de manera seria para el cierre de negocios. En este caso, debo decir que no solo la noción sino la expectativa, resultan falsas.

La noción resulta sin fundamento debido a que tú, como emprendedor, puedes crear una empresa con un capital acorde a su tamaño. Ten en cuenta que es tan simple crear

una empresa, como aumentar su capital acorde a su tasa de crecimiento, sin necesidad de recurrir a triquiñuelas contables que después resulten en un endeudamiento poco manejable que te traiga iliquidez o, en el peor de los casos, que te lleve dentro de los tres primeros años a hacer parte del promedio de empresas nuevas que se encuentran en causal de disolución por pérdidas.

El capital de tu empresa no va a ahuyentar al cliente o empresa que quiera llegar a un acuerdo o contrato contigo, lo único que lo puede ahuyentar es la falta de calidad de tu producto o servicio.

2. La **contratación** formal de personal

Supongamos que enfrentaste el reto de crear tu propia empresa y lo superaste sin mayor dificultad, dejaste de lado los prejuicios del “que dirán” en cuanto a su capital inicial y de manera consciente creaste tu empresa con un capital con el que realmente cuenta para emprender tus proyectos; pero además, supongamos que tus actividades de marketing fueron suficientemente exitosas y ahora te ves enfrentado a la contratación de personal para la ejecución de un contrato, el desarrollo puntual de un proyecto o simplemente, para suplir las necesidades de la venta de tu producto en las cantidades acordadas con tu cliente.

En este caso, siempre sobran las recomendaciones para el uso del contrato en la modalidad “prestación de servicios”, pero antes de recurrir a dicha modalidad de

contratación, por el bien del capital presente y futuro de tu empresa, verifica que se dan las condiciones legales para proceder con la firma del contrato y en caso de confirmar dichos supuestos, procede.

Si las condiciones que exige la ley no se confirman, debo decirte lo siguiente: “las cargas laborales no son un factor que afecte la competitividad empresarial; al contrario, el uso correcto de las modalidades contractuales y el pago correcto de las mismas, ayudan a consolidar el equipo con el que se emprende, te brinda experiencia en el manejo de personal y te ayuda a construir un movimiento financiero que posteriormente vas a necesitar”.



3. La carga tributaria

De manera independiente a la opinión personal que te merezca el pago de impuestos, si decides emprender, ten presente que en este medio, la legalidad lleva las de ganar. Haz el ejercicio mental y considera el precio de tu producto o servicio después de impuestos. En este caso, te recomiendo no hacer una sumatoria básica de los impuestos que te corresponde asumir, ya que esto te llevará a una cifra “negativa” que erróneamente puede hacerte pensar que no tienes competitividad. En este caso comunícate con tu contador para que te explique cómo operan los impuestos con sus deducciones y beneficios.

Antes de emitir un juicio negativo ten en cuenta que esto, aunque no parezca, es una cadena de beneficios que puede resultar positiva si lo evalúas de la siguiente manera: tus movimientos financieros constantes te llevarán al mejoramiento anual de tus estados financieros, recuerda que unos estados financieros con cifras positivas e indicadores equilibrados, te llevarán a ser competitivo en el sector público, además de beneficiarte en el mercado financiero crediticio. La competitividad en el sector público trae negocios a tu empresa y la buena reputación financiera, trae el capital suficiente para soportar dichos negocios.

Tres cosas que, a pesar de producir un gasto, generan más beneficio del que esperas; por eso mi consejo es que seas legal. ■

“...si decides emprender, ten presente que en este medio la legalidad lleva las de ganar.”

Tener empresa implica esfuerzo, tenacidad, persistencia, resiliencia, inteligencia y planificación. Desde la idea, la estructuración del plan de negocio, la constitución de la empresa, el registro de las marcas, patentes, la facturación, el manejo de los datos personales, la administración, servicio al cliente, talento humano, utilidades, accionistas; hasta mantenerse en el mercado y crecer, crecer sin parar.

CAPÍTULO 4

CONSEJOS PARA LLEVAR TU EMPRENDIMIENTO A OTRO MERCADO

Después de haber ejecutado todas las actividades anteriores, sabemos que debemos cruzar el límite de nuestras fronteras físicas, debemos salir del confort de nuestro propio mercado, nuestra propia legislación y nuestra propia forma de hacer negocios para ir más allá.

Se trata de volver a empezar, pero esta vez con la ventaja de la experiencia adquirida en el ejercicio del emprendimiento, se trata ni más ni menos, de volver a emprender, pero en un nuevo mercado, con nuevos clientes y nuevas reglas y para eso debemos estar preparados y aquí te contamos cómo.

1. Los negocios deben ser examinados de acuerdo a la legislación del país destino

Es muy importante tener en cuenta que tu modelo de negocio puede funcionar en óptimas condiciones en tu país de origen pero puede requerir variaciones para adaptarse a las

exigencias legales de otros países, incluso, puede requerir un cambio sustancial para poder operar en otros mercados.

Actualmente, la creatividad no tiene límites, encontramos modelos de negocio de base tecnológica que nacen de esquemas innovadores para ser desarrollados en

“...tu modelo de negocio puede funcionar en óptimas condiciones en tu país de origen pero puede requerir variaciones para adaptarse a las exigencias legales de otros países”

ambientes digitales pero que les cuesta hacer un espacio entre la cantidad de normas jurídicas propias de un mundo analógico. Así sucede, por ejemplo, con las plataformas tecnológicas que utilizan técnicas de web scraping; mientras los usuarios disfrutan de los beneficios que les puede brindar una aplicación que le ahorra tiempo y dinero reuniendo en un solo y único sitio web toda la información que requiere, para las empresas esto puede representar problemas legales, de mercadeo e incluso, problemas de competencia. Los jueces no han sido unánimes en sus decisiones, en algunos países aceptan la técnica bajo ciertas condiciones, en otros la restringen y en casos extremos, es penalizada.

Otro ejemplo son los modelos de crowdfunding, existen legislaciones inflexibles con los temas que implican movimiento de dinero y acciones, totalmente proteccionistas de sus consumidores en los mercados financieros, así como existen otras tantas legislaciones más abiertas a la innovación y dispuestas a abrir un espacio al Fintech. Por esto es importante hacer un examen minucioso y estructurar un plan que no vaya a chocar con la normatividad de destino.

Asegúrate de actuar de manera legal y tener políticas claras al mismo tiempo que entregas un buen producto o servicio



2. El cliente o consumidor debe ser objeto de la mayor protección

En especial en los modelos de e-commerce, se deben presentar términos y condiciones claras, precisas, concisas, en un idioma natural que no dé lugar a confusión, pero sobre todo, unos términos y unas condiciones adaptados al mercado y las condiciones legales de cada país.

En este sentido, normas sobre facturación, reembolsos, retractos, impuestos, seguridad en los sistemas y las transacciones hacen parte de un documento de términos y condiciones bien estructurado.

Las políticas de privacidad y protección de datos personales son un tema crucial. La protección de los datos personales, es considerado en el derecho común europeo, ni más ni menos que un derecho fundamental; mientras que en mercados como el norteamericano se trata de un derecho de los consumidores que se desarrolla mediante la relación de la empresa con el cliente.

3. Los modelos y metodologías que indiquen calidad, aumentan las ventajas competitivas

Hoy en día no basta con hablar de las ventajas o bondades de tu producto o servicio, ahora debes demostrar que quien produce el producto o presta el servicio, cuenta con procesos de gestión que le imprimen calidad a los mismos y le dan confianza al consumidor o cliente.

En este aspecto, la implementación y certificación empresarial en cuestiones como seguridad de la información, gestión de servicios especializados y, levantamiento de políticas para la prevención de riesgos de blanqueo de capitales y corrupción son muy bien vistas y están más que documentadas las ventajas competitivas que pueden representar para la compañía que las implementa. En este caso, el valor agregado es la confianza que respalda la compra, inversión o contratación que hace el cliente contigo.

4. La protección del propio negocio

Por desarrollo del principio de territorialidad, la protección ofrecida por el registro marcario y el registro de patentes abarca el país en el que dicha protección fue solicitada y aprobada por la autoridad correspondiente pero no va más allá; de acuerdo con esto, es importante verificar el uso y registro en el país o países a los que piensas llevar tu emprendimiento.

Si el momento de seguir creciendo ha llegado, estudia claramente el mercado al cual te diriges en este nuevo paso, lo primero es asegurarse de actuar de manera legal en los nuevos mercados y tener políticas claras que permitan delimitar tu responsabilidad con los clientes al mismo tiempo que entregas un buen producto o servicio. ■

Si el momento de seguir creciendo ha llegado, estudia claramente el mercado al cual te diriges en este nuevo paso



**EMPRENDEDORES
RESELLER**

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA REVENTA DE PRODUCTOS TI CONTRATO DE RESELLER

CAPÍTULO 5

La constitución de empresas de Tecnología en Colombia, la mayoría de las veces, se fundamenta en modelos de negocio que incluyen la reventa de productos y servicios TIC fabricados por empresas extranjeras (el fabricante).

Estos productos y servicios son utilizados como base de las soluciones que se ofertan al mercado por parte de la empresa colombiana (el canal), y los servicios de la empresa extranjera entran a complementar, garantizar o robustecer los servicios de la empresa local.

Este modelo de negocio es muy utilizado, ya que Colombia aún no es país fabricante de tecnología, razón por la cual, la base de toda solución, procede de un trámite de importación.

Para efectos jurídicos este tipo de contratos suponen varias ventajas para los empresarios. A considerar:

Los precios

La empresa local compra a precio de fábrica y revende a precios del mercado. Y, también, el fabricante apoya la fase de preventa con el ofrecimiento de productos y servicios complementarios que agregan valor.

El Soporte

La empresa local y el cliente final cuentan con el soporte y garantías propias del producto del fabricante por el término legal, más el estipulado contractualmente en la venta al cliente final.

La financiación

Varios fabricantes apoyan a los canales locales facilitando y soportando las operaciones financieras que permitan al empresario manejar adecuadamente las tasas de cambio y operaciones en divisa extranjera que conlleven a la compra de los productos y servicios.

El respaldo de marca

La empresa local no solo cuenta con el soporte técnico mencionado anteriormente, sino que su vitrina comercial se ve beneficiada por el respaldo de una marca con mayor experiencia.

La experiencia

Siempre que la empresa local ofrezca al público una solución tecnológica diseñada e implementada por su propio personal, la experiencia queda registrada a nombre de la misma en este amplio sentido. Si se trata de la simple reventa del producto importado, la experiencia se concretará solo en ventas, agenciamiento o labores comerciales.

Por su parte, este tipo de contratos también suponen una serie de desventajas, como:

- La vinculación con una marca específica y sus soluciones tecnológicas: en el diseño de las soluciones, el canal debe asumir la limitación técnica que suponen las características de determinados productos del fabricante.
- El canal debe recorrer un camino de clasificaciones que depende de las cantidades vendidas para obtener los máximos descuentos en la compra del producto o servicio al fabricante. Esto supone por parte de la empresa local, una inversión en recursos humanos y actividades operativas.
- Varios productos de la industria TI tienen exceso de oferta en el mercado, por esta razón, tratándose de un factor que puede afectar las ventas, antes de firmar un acuerdo, es necesario verificar la cantidad de empresas que revenden el producto localmente.
- En la mayoría de los casos el fabricante que no tiene sucursal establecida en Colombia somete la solución de controversias a la legislación y domicilio de la empresa extranjera. Sin embargo, estas cláusulas pueden ser negociadas.
- Los precios de venta que oferte el fabricante a la empresa colombiana pueden llegar a verse afectados por causa de los tributos y retenciones a las que se somete la facturación en Colombia. • Esto sucede en especial cuando el fabricante no tiene sucursal establecida en nuestro país.

El tema de la experiencia y el soporte mencionados como ventajas, así como los temas de resolución de controversias y tributario, que pueden representar ventajas o desventajas dependiendo de la situación que se esté manejando, son de evaluación obligatoria si su empresa pretende participar en procesos de contratación estatal y son determinantes para competir en el sector privado, no deje de asesorarse adecuadamente.



CAPÍTULO 6

¿SER O NO SER COMERCIALIZADOR DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS?

Evaluadas ventajas y desventajas, el paso siguiente consiste en la decisión de convertirse o no en distribuidor de determinada solución tecnológica. Esta decisión supone en todos los casos la evaluación del acuerdo o contrato y las condiciones comerciales y jurídicas que regularán la relación con el fabricante de la solución.

Es importante que definas si la distribución o comercialización la vas a realizar de forma personal o vas a conformar una empresa para tal fin...

En primer lugar, es importante que definas si la distribución o comercialización la vas a realizar de forma personal o vas a conformar una empresa para tal fin. Si se trata de tu propia empresa, avalúa la independencia con la que quieres desarrollar el negocio, define si sólo quieres dedicarte a la venta de ésta solución o si a futuro tienes planeado vender servicios complementarios y soluciones de otro tipo. Si el caso es este último, debes revisar cuidadosamente toda cláusula referente a la exclusividad en la venta de la solución. Ten en cuenta que en este caso no estamos hablando de aquella cláusula por la cual te beneficias siendo distribuidor exclusivo en Colombia, estamos hablando de las cláusulas que sin darte esa exclusividad, te imponen la limitación para desarrollar cualquier tipo de negocio paralelo o complementario a través de tu propia empresa.

En segundo lugar, si la idea de comercializar una solución tecnológica partió de tu amplia experiencia como agente comercial o desarrollador de negocios ten en cuenta que tu capital más importante es la lista de clientes con la que cuentas, aquellos con los que ya antes haz tenido negocios e incluso aquellos con los que por este nuevo negocio entables una relación comercial. En este caso, es importante revisar toda cláusula referente al manejo de clientes, y protección de cuentas frente a otro distribuidor con el mismo alcance territorial, así como la revisión de los límites que establecen este tipo de cláusulas en cuanto a la comercialización posterior con proveedores y empresas, que han sido fruto de tu relacionamiento profesional.



Por último, un tema que debe ser evaluado en los acuerdos para la comercialización de soluciones tecnológicas es el tipo de experiencia que se desea adquirir y hacer valer en contrataciones futuras.

Si el contrato establece una relación contractual directa entre la empresa extranjera y el cliente final, estamos en un escenario en el que tu empresa colombiana opera sólo como comercializadora, y la experiencia que adquiere es única y exclusivamente en este campo. Si en cambio, tu empresa colombiana presta servicios de forma autónoma y vende soluciones adicionales que acompañan y complementan el producto, sin que ninguna cláusula de exclusividad le impida esta amplia comercialización, la experiencia de la empresa estará enmarcada en la implementación y ejecución de soluciones tecnológicas y no simplemente en su comercialización, lo que representa una ventaja a la hora de la contratación estatal.

Por lo tanto, para tomar la decisión de convertirte en distribuidor o comercializador de una solución tecnológica recuerda algo básico, lo ideal es que las obligaciones de un contrato le den beneficios equitativos a las dos partes, de tal forma que se tenga un equilibrio que no resulte coartando la libertad económica o de empresa de alguna de las partes intervinientes. Verifica que la idea de negocio que tienes pensado desarrollar sea la misma que se encuentra descrita en las cláusulas del acuerdo. ■



**“
La experiencia de la
empresa estará
enmarcada en la
implementación y
ejecución de
soluciones
tecnológicas y no
simplemente en su
comercialización...”**

CAPÍTULO 7

¿CÓMO DISTRIBUIR PRODUCTOS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON TU MARCA?

Ahora que creaste tu negocio y decides consolidarlo mediante un modelo en el que te desempeñas bajo la figura de fabricante entregando tus productos y/o servicios a otras personas o empresas que operan como distribuidores y que se encargan de llevarlos al consumidor final, debes estudiar la forma en la que se estructurará legalmente el negocio con estos distribuidores para dejar claramente establecidos los deberes, obligaciones, metas de venta, uso de marcas, nombres, etc. Para esto, hemos agrupado el siguiente conjunto de recomendaciones que te servirán para orientarte a la hora de firmar contratos de distribución.

Foto por: Alesia Kazantseva en Unsplash

Lo primero que debes tener claro es el tipo de negocio que quieres ejecutar

¿Cederás el uso de tu marca transmitiendo el “Know How” para que los distribuidores presten los servicios o vendan los productos de manera autónoma y directa frente a los clientes finales?, o, ¿constituirás los distribuidores bajo un esquema de meta de ventas y atenderás directamente al cliente final, siendo tú quien preste los servicios o entregue los productos?

La decisión anterior es muy importante ya que, en el primer caso, tu acuerdo con el distribuidor se enfocará en la protección y buen uso de tu marca y nombre, así como en la capacitación o certificación del personal que prestará los servicios relacionados con ella. Mientras que, en el segundo caso, tendremos un acuerdo legal enfocado en un esquema comercial determinado.

En segundo lugar, teniendo claro el enfoque del acuerdo, es recomendable analizar el tema de la exclusividad. En los esquemas en los que cedemos el uso de nuestra marca y nombre y tenemos un distribuidor que nos representa como si fuéramos nosotros mismos, es recomendable establecer cláusulas que determinen su dedicación exclusiva a nuestro negocio ya que debemos asumir la carga en nuestra reputación por las actividades que realice frente a los clientes y el público en general.

Al contrario, en esquemas de distribución simple en donde se tiene un distribuidor que vende nuestros productos y servicios utilizando su propio nombre, ejecutando actividades dentro de la misma rama comercial, no es necesario exigir exclusividad debido a que con nuestros productos y servicios estamos dando un valor agregado a lo que este distribuidor ofrece en el mercado. Nuestro enfoque legal en este caso debe centrarse en evitar que dentro del portafolio del distribuidor se incluyan productos y servicios que compitan directamente con los nuestros.



Foto por: Breatheren Unsplash

Por último, es fundamental tener una estrategia para el manejo y protección de los clientes. Ten en cuenta que la función que cumplen los acuerdos legales es la de establecer las reglas de comportamiento mínimo y obligaciones de quienes en ellos intervienen, así como anticipar la eventual aparición de problemas y la forma en la que las partes los pueden manejar. Uno de estos problemas—y pudiéramos decir que uno de los más frecuentes—es el manejo de los clientes en caso de que se presente la terminación del acuerdo o incumplimientos por una de las partes.

En caso de terminación del acuerdo entre tu empresa y el distribuidor, deben estar establecidas las acciones a tomar para cumplir los contratos que se encuentren vigentes con los clientes finales y debe establecerse quién mantiene la relación comercial con el cliente final, a efectos de no generar una competencia que se pueda tornar desleal en los meses siguientes.

Por otro lado, para dar manejo a los incumplimientos por alguna de las partes, deben quedar correctamente establecidas la multas, la cláusula penal y los eventos de terminación del contrato por incumplimiento.

Los contratos de distribución son una gran ayuda para el crecimiento de tu marca y el empoderamiento de tu nombre en el mercado, el mayor riesgo que se corre con ellos es el de la afectación de tu reputación y por esta razón te recomendamos hacer una juiciosa revisión legal de los acuerdos sobre los cuales se van a estructurar las relaciones con los distribuidores. ■

“

***Es fundamental
tener una
estrategia para
el manejo y
protección de
los clientes.***

”



¿TE BENEFICIA TENER LA DISTRIBUCIÓN EXCLUSIVA DE UN PRODUCTO?

CAPÍTULO 8

La idea de tener la distribución exclusiva de un producto o servicio en la industria TIC va acompañada de numerosas razones, pero entre ellas, la más importante es la intención de innovar en el mercado, ofreciendo un bien o servicio que represente una solución óptima, atractiva, útil y financieramente viable para sus clientes y por supuesto para su empresa.

La idea de tener la distribución exclusiva de un producto o servicio en la industria TIC va acompañada de numerosas razones, pero entre ellas, la más importante es la intención de innovar en el mercado, ofreciendo un bien o servicio que represente una solución óptima, atractiva, útil y financieramente viable para sus clientes y por supuesto para su empresa.

Bajo esta perspectiva, las condiciones de la exclusividad que se pactan con el fabricante o proveedor cobran importancia ya que influyen directamente en el alcance de metas y objetivos empresariales de largo y mediano plazo. Por esta razón, te damos las siguientes recomendaciones para que en compañía de un asesor en el tema determines si la exclusividad es conveniente para tu compañía y si es necesario regular ciertos aspectos en el contrato para que el mismo se ajuste a tu idea de negocio.

En primer lugar, en el acuerdo que se suscribe con el fabricante o proveedor verifica que la exclusividad opere en doble vía, es decir, verifica que efectivamente eres tú quien se encargará del desarrollo de la totalidad de los negocios que se hagan en el territorio que se te asigna y que no habrá otro distribuidor legalmente designado por el fabricante o proveedor desarrollando este tipo de negocio.

“

"Recuerda que uno de tus activos más valiosos y la razón por la cual el proveedor requiere de tus servicios para la distribución, son tus clientes, no los cedas o pierdas fácilmente."

”

Eventualmente, el fabricante o proveedor bajo la perspectiva de apertura de mercado tendrá la intención de no cerrar la puerta a la existencia de otros distribuidores en el mismo territorio, en este caso, verifica que el acuerdo contenga cláusulas que protejan tu cartera de clientes y que no limiten las comisiones que se generan por ventas a los mismos. Recuerde que uno de tus activos más valiosos y la razón por la cual el proveedor requiere de tus servicios para la distribución, son tus clientes, no los cedas o pierdas fácilmente.

Si con la empresa que tienes actualmente o con la que vas a crear pretendes vender bienes y prestar servicios diferentes a los del fabricante o proveedor, verifica detenidamente el alcance de la exclusividad en el sentido de que las cláusulas que conforman la misma no le impidan vender servicios similares o conexos y no limiten la contratación eventual con proveedores o trabajadores que intervengan en la estructuración de las soluciones, que se venden con integración de productos del proveedor.

Por último, pregúntate en qué quieres tener experiencia: ¿en distribución de bienes y servicios o en estructuración, integración y venta de soluciones? Pues si lo que quieres es desarrollar una empresa con productos y servicios propios, debes verificar que ninguna de las cláusulas del acuerdo te impida desarrollar ese negocio propio, que no limiten o bloqueen a futuro los clientes que aportas a la relación comercial con el proveedor, y que no se restrinja la venta de productos y servicios a nombre de tu propia empresa.

La evaluación anterior es útil para efectos de determinar si te conviene tener la exclusividad en un negocio específico de acuerdo a su modelo o idea propia de negocio, pero también es útil para que dimensiones desde el inicio de la relación comercial y contractual con el proveedor aquellas actuaciones que podrían considerarse impropias o eventualmente considerarse actos de competencia desleal y así evitar responsabilidades. ■

**...verifica
detenidamente el
alcance de la
exclusividad en el
sentido de que las
cláusulas que
conforman la misma
no le impidan vender
servicios similares o
conexos...**

Bibliografía

- TRES PUNTOS IMPORTANTES EN LA INCUBACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO [En línea] / aut. Ospina Natalia // abogadoticblog. - 17 de 08 de 2016. - <https://abogadoticblog.wordpress.com/2016/08/17/tres-puntos-importantes-en-la-incubacion-de-ideas-de-negocio>.
- HACER REALIDAD TU IDEA DE NEGOCIO, PUNTOS LEGALES BÁSICOS [En línea] / aut. Ospina Natalia // Abogadoticblog. - 24 de 05 de 2017. - <https://abogadoticblog.wordpress.com/2017/05/24/hacer-realidad-tu-idea-de-negocio-puntos-legales-basicos>.
- LAS 3 VENTAJAS EN LA CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS DE TECNOLOGÍA [En línea] / aut. Ospina Natalia // Abogadoticblog. - 26 de 04 de 2016. - <https://abogadoticblog.wordpress.com/2016/04/26/las-3-ventajas-en-la-constitucion-de-empresas-de-tecnologia>.
- CONSEJOS PARA LLEVAR SU EMPRENDIMIENTO A OTRO MERCADO [En línea] / aut. Ospina Natalia // abogadoticblog. - 02 de 05 de 2017. - <https://abogadoticblog.wordpress.com/2017/05/02/consejos-para-llevar-su-emprendimiento-a-otro-mercado>.
- VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA REVENTA DE PRODUCTOS TI (CONTRATO DE RESELLER) [En línea] / aut. Ospina Natalia. - 02 de 05 de 2016. - <https://abogadoticblog.wordpress.com/2016/05/02/ventajas-y-desventajas-de-la-reventa-de-productos-ti-contrato-de-reseller/>.
- ¿SER O NO SER COMERCIALIZADOR DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS? [En línea] / aut. Ospina Natalia // abogadoticblog.wordpress.com. - 13 de 05 de 2016. - <https://abogadoticblog.wordpress.com/2016/05/13/ser-o-no-ser-comercializador-de-soluciones-tecnologicas/>.
- ¿CÓMO DISTRIBUIR PRODUCTOS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON TU MARCA? [En línea] / aut. Ospina Natalia // abogadoticblog.wordpress.com. - 26 de 09 de 2017. - <https://abogadoticblog.wordpress.com/2017/09/26/como-distribuir-productos-y-servicios-relacionados-con-tu-marca/>.
- ¿LE BENEFICIA TENER LA DISTRIBUCIÓN EXCLUSIVA DE UN PRODUCTO? [En línea] / aut. Ospina Natalia // abogadoticblog.wordpress.com. - 09 de 06 de 2016. - <https://abogadoticblog.wordpress.com/2016/06/09/le-beneficia-tener-la-distribucion-exclusiva-de-un-producto/>.

La presente obra se publica bajo una licencia Creative Commons del tipo:



Reconocimiento - No comercial - Sin obras derivadas

© de los textos: Natalia Ospina Díaz
© de diseño: Pulido

Distribución gratuita,
prohibida su venta.
Prohibida su reproducción total o parcial.
Todos los derechos reservados
AbogadoTIC es una marca de Grupo D&P

Lo invitamos a enviar este documento por correo electrónico a sus amigos y colegas. Debe permanecer en su forma original, sin que se añadan o eliminen texto o imágenes. Se prohíbe su venta o uso para fines comerciales. AbogadoTIC se reserva todos los derechos de este libro en su versión impresa, en video o cualquier otro formato.

Diseño y diagramación: Pulido.co



A s e r o r a m o s l a T e c n o l o g í a

a b o g a d o t i c . c o

servicioalcliente@abogadotic.co

+57 313 476 8455

Síguenos en:

 @NODAbogada  @abogadotic.co



A s e r o r a m o s l a T e c n o l o g í a

