

DESARROLLO DE EMPRENDEDORES

NELSON TELLEZ  
CHRISTIAN ALBARRACIN  
MAURICIO GUZMAN  
CARLOS PIÑEROS

CARLOS JULIO GALINDO  
(ASESOR)

CORPORACION UNIVERSITARIA  
UNITEC  
TECNOLOGIA EN SISTEMAS  
BOGOTA  
2005

## TABLA DE CONTENIDO

1. NATURALEZA DEL PROYECTO	
1.1 Determinación de la idea . . . . .	3
1.2 Descripción de las ideas . . . . .	3
1.3 Idea seleccionada . . . . .	5
1.4 Nombre de la empresa . . . . .	6
1.5 Descripción y tipo de empresa . . . . .	6
1.6 Tamaño de la empresa . . . . .	6
1.7 Macro y micro localización . . . . .	7
1.8 Misión . . . . .	7
1.9 Visión . . . . .	7
1.10 ventajas competitivas . . . . .	7
1.11 Ventajas comparativas . . . . .	8
1.12 Periodo de instalación . . . . .	8
2. MERCADEO	
2.1 Clientes . . . . .	9
2.2 Características de los clientes . . . . .	9
2.3 Necesidades . . . . .	9
2.4 Objetivos . . . . .	9
2.5 Productos complementarios, sustitutos y/o alternativos	
2.6 Target group . . . . .	10
2.7 Tabulación de encuestas . . . . .	11
2.8 Canales de distribución . . . . .	15
2.9 Publicidad . . . . .	15
2.10 Productos . . . . .	15
2.11 Servicios complementarios y/o asociados . . . . .	15
2.12 Riesgos y oportunidades . . . . .	15
2.13 Plan de ventas . . . . .	16
3. CAPACIDAD INSTALADA	
3.1 Activos . . . . .	17
3.2 Plano de la empresa . . . . .	19

4. PRODUCCION				
4.1 Materias primas por unidad.	.	.	.	20
4.2 Mano de obra directa.	.	.	.	20
4.3 Costos indirectos de fabricación	.	.	.	20
4.4 Costos de administración	.	.	.	21
4.5 Costos de ventas	.	.	.	21
4.6 Diagrama de flujo de operación	.	.	.	22
5. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA				
5.1 Organigrama	.	.	.	23
5.2 Manual de funciones	.	.	.	24
5.3 Diagrama de Gannt	.	.	.	25
6. ESTRUCTURA FINANCIERA				
6.1 Balance de instalación	.	.	.	26
6.2 Flujo de efectivo	.	.	.	27
6.3 Préstamo financiero	.	.	.	28
6.4 Depreciaciones	.	.	.	29
6.5 Estado de resultados GyP	.	.	.	30
6.6 Balance general	.	.	.	30
6.7 Flujo neto del proyecto	.	.	.	32
6.8 Indicadores financieros	.	.	.	33
6.9 Grafica de costos	.	.	.	34
6.10 Grafica de punto de equilibrio	.	.	.	35
6.11 Grafica del flujo neto del proyecto	.	.	.	35

## ANEXOS

## 1. NATURALEZA DEL PROYECTO

### 1.1 Determinación de la idea.

Nº	IDEA	INN.	MP.	CT.	INC.	TOT.
1	Compresor de basuras de uso domestico	5	4	2	1	12
2	Tienda de música personalizada	3	4	4	2	13
3	Celular de líneas simultaneas	3	4	1	1	9
4	Internet monedero para centros comerciales y transmilenio	4	3	4	3	14
5	Telefonia dentro de los buses del sistema transmilenio	4	5	3	2	14
6	Llantas reflectivas para bicicletas y motos	4	5	4	3	16
7	Dispensador de capas impermeables desechables	5	4	3	2	14
8	Identificador automático de vehiculos	4	5	1	1	11
9	Dispositivo de control de emisiones de gases para vehiculos.	3	3	2	2	10
10	WEB Promociones	4	5	5	3	17

INN = Innovación    MP = Mercado Potencial    CT = Conocimiento Técnico  
INC = Inversión De Capital

### 1.2 Descripción de la ideas.

#### 1. Compresor de basuras hidráulico de uso domestico

El objetivo de este proyecto es construir un compresor de basuras hidráulico de uso domestico que permitirá un mejor manejo de las basuras que genera el hogar, a su vez permitiría mejorar los sistemas de recolección que se usan en la actualidad y disminuyendo los índices de contaminación en la ciudad.

#### 2. Tienda de música personalizada

Esta idea pretende crear un servicio de compra de música en el cual el cliente decida que pistas desea incluir dentro del CD que esta comprando

con la garantía de que esta comprando un producto legal y de alta calidad, esta idea contribuiría a disminuir con la piratería.

### **3. Celular de líneas simultaneas.**

La materialización de esta idea se vería reflejada en la comercialización de un teléfono celular que permita estar conectado simultáneamente a los operadores celulares que se desee, la idea surge de pensar en la necesidad de aprovechar las ventajas que ofrecen las compañías de teléfonos celulares para comunicación entre celulares inscritos dentro de sus redes.

### **4. Internet monedero para centros comerciales y transmilenio.**

El objetivo de este proyecto es la instalación de computadores con acceso a Internet dentro de las instalaciones de transmilenio con un sistema de pago tipo monedero, la idea surge con el objetivo de consulta de diversa información en los tiempos de espera de los buses o esperas entre usuarios del sistema.

### **5. Telefonía dentro de los buses del sistema transmilenio.**

El objetivo de esta idea es introducir teléfonos dentro de los buses del sistema transmilenio con el fin de ofrecer un medio de comunicación de acceso instantáneo cuando se viaja dentro de los buses.

### **6. Llantas reflectivas para bicicletas y motos.**

La idea de estas ruedas es que acoplarle un material a las ruedas que permita una identificación a mas distancia y mas notoria que las bandas reflectivas que se usan actualmente, el objetivo es crear una identificación estándar para disminuir los índices de accidentalidad.

### **7. Dispensador de capas impermeables desechables.**

Este producto estaría orientado a brindar un servicio de protección contra la lluvia de una manera rápida y cómoda que no requiera ser portado a todas partes.

### **8. Identificador automático de vehículos.**

La idea es implantar un chip en los vehículos que permita manejar la información básica de cada automóvil como color, marca, modelo, etc. Este sistema permitiría agilizar las entradas a los parqueaderos, identificación de sanciones de tránsito, y un control de seguridad para ubicación de vehículos.

### **9. Dispositivo de control de emisiones de gases para vehículos.**

La idea de este dispositivo es permitir la identificación de los vehículos que generan gases tóxicos en exceso, superando los estándares establecidos por la ley, el dispositivo permitiría la inmovilización del automóvil en el momento en que detecte que se están superando los índices permitidos mejorando así la calidad de vida de los ciudadanos y mejorando el funcionamiento del transporte público en general.

### **10. Web de publicación de promociones.**

La idea es crear una página que permita a los almacenes publicar las promociones que se realizan, así incrementando su nivel de ventas y para posvisitantes de la página ofreciendo una alternativa para economizar a las horas de hacer compras.

#### **1.3 Idea seleccionada.**

La idea que vamos a desarrollar es la página WEB de promociones.

La idea es crear un sitio Web donde los almacenes encuentren un medio de publicación de promociones ágil, seguro y que permita obtener resultados

### **7. Dispensador de capas impermeables desechables.**

Este producto estaría orientado a brindar un servicio de protección contra la lluvia de una manera rápida y cómoda que no requiera ser portado a todas partes.

### **8. Identificador automático de vehículos.**

La idea es implantar un chip en los vehículos que permita manejar la información básica de cada automóvil como color, marca, modelo, etc. Este sistema permitiría agilizar las entradas a los parqueaderos, identificación de sanciones de tránsito, y un control de seguridad para ubicación de vehículos.

### **9. Dispositivo de control de emisiones de gases para vehículos.**

La idea de este dispositivo es permitir la identificación de los vehículos que generan gases tóxicos en exceso, superando los estándares establecidos por la ley, el dispositivo permitiría la inmovilización del automóvil en el momento en que detecte que se están superando los índices permitidos mejorando así la calidad de vida de los ciudadanos y mejorando el funcionamiento del transporte público en general.

### **10. Web de publicación de promociones.**

La idea es crear una página que permita a los almacenes publicar las promociones que se realizan, así incrementando su nivel de ventas y para posvisitantes de la página ofreciendo una alternativa para economizar a las horas de hacer compras.

#### **1.3 Idea seleccionada.**

La idea que vamos a desarrollar es la página WEB de promociones.

La idea es crear un sitio Web donde los almacenes encuentren un medio de publicación de promociones ágil, seguro y que permita obtener resultados

óptimos, el sitio contendría bases de datos de los productos que se encuentran en promoción mostrando precios, cantidad de ahorro, fecha de duración de la promoción y lugares en los cuales se puede conseguir la oferta.

En primer nivel estaría orientado a los almacenes de cadena como EXITO, CARREFOUR, CAFAM, etc. El segundo nivel del proyecto estará orientado a crear un servicio local para almacenes pequeños y medianos, que les permita tener un medio de difusión de excelente calidad y que pueda darles más reconocimiento en el mercado.

La página ofrecería un sistema de navegación en el cual el usuario pueda consultar promociones por almacén, por producto específico o por zona, con el fin cubrir los criterios básicos que se toman en cuenta a la hora de hacer compras como son: Dinero disponible, tiempo, necesidades, facilidad de transporte.

#### **1.4 Nombre de la empresa.**

El nombre de la empresa:

**MEGAPROMOCIONES**

#### **1.5 Descripción y tipo de empresa.**

La empresa será de prestación de servicios ya que el bien que generamos se representa en información que cada cliente le dará el uso que mejor le convenga.

#### **1.6 Tamaño de empresa.**

La empresa esta clasificada como MICROEMPRESA.

### **1.7 Macro y micro localización.**

**País:** Colombia.

**Departamento:** Cundinamarca.

**Barrio:** El lago.

**Dirección:** Carrera 14 # 77 – 25 of. 304

### **1.8 Misión.**

#### **¿Qué hacemos?**

Brindamos el mejor medio de publicidad donde prima el interés común de vendedores y compradores, enfocándonos en el ahorro de dinero para ambos, y prestando un servicio de primera calidad donde nuestros clientes tienen la seguridad de encontrar siempre información actualizada y de fácil acceso. Prestamos el soporte y las herramientas necesarias para hacer del Internet la herramienta perfecta para desarrollar actividades tan frecuentes como las compras familiares.

### **1.9 Visión.**

#### **¿Cómo lo vamos a lograr?**

Trabajamos día a día en equipo con los almacenes que contratan nuestro servicio para asegurar que la información publicada en nuestra pagina es confiable y actual además depuramos constantemente el código y diseño del sitio para mejorar cada día nuestro producto.

### **1.10 Ventajas competitivas.**

#### **Centralización de la información.**

Internet es un medio con información muy variada y distribuida, nosotros centramos y filtramos lo que el visitante necesita para evitar que el cliente obtenga información no deseada además de evitar que tenga que visitar tantos sitios.

### **1.11 Ventajas comparativas.**

#### **Calidad, actualidad y seguridad.**

Ofrecemos información de confianza y actualizada en todo momento además de hacernos responsables todo el contenido publicado en la Web para generar la confianza necesaria para incentivar a las personas a utilizar Internet como un medio de compras.

### **1.12 Periodo de instalación.**

#### **Asesorias.**

##### **Legal:**

Para el montaje del proyecto se requiere de asesoría legal que garantice la correcta constitución de la empresa para brindar tranquilidad a nuestros clientes.

##### **Mercadeo:**

Utilizaremos una asesoría de mercadeo para garantizar la viabilidad del proyecto y sus beneficios.

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Asesoría legal	\$ 2'000.000
Estudio de mercadeo	\$ 1'500.000

## 2. MERCADEO

### 2.1 Clientes.

Nuestros clientes serán almacenes de cadena como CARREFOUR, ÉXITO, CAFAM, OLIMPICA, ALKOSTO, MAKRO, etc.

### 2.2 Características.

Son almacenes de cadena que desarrollan programas de atención al cliente conocidos como promociones en el cual el objetivo es beneficiar al consumidor de manera económica mediante diferentes métodos de ahorro.

### 2.3 Necesidades.

Estos almacenes captan una gran cantidad de clientes adicionales durante estas etapas de promoción, lo que ha generado que las promociones se generen de manera mas frecuente, tienen la necesidad de generar canales de difusión mucho mas claros y eficientes para hacer llegar las promociones a niveles superiores y así generar mas ingresos. Además de tener la necesidad de generar confianza entre sus clientes mostrando que sus promociones cumplen con lo indicado. Por estas necesidades nuestro producto tiene la capacidad de saciar estas necesidades sin generar procesos adicionales dentro de la publicidad ya establecida.

### 2.4 Objetivos

#### General

Prestar un servicio de fácil acceso a promociones para visitantes y fácil publicación para empresas.

#### Específicos

- Queremos posicionarnos dentro del mercado como una de las páginas referentes dentro el sector de compras.

### **A corto plazo.**

Atraer cada día mas clientes y visitantes, implantando nuevas formas de publicación de productos.

### **A mediano plazo.**

Generar nuevos empleos expandiéndonos a nivel local creando una pagina por cada zona de Bogota.

### **A largo plazo**

Pasar a un nivel de publicación de almacenes a nivel nacional que fomente incluso la distribución de estas promociones a niveles inter-departamentales.

## **2.5 Productos complementarios, sustitos y/o alternativos.**

### **Complementarios**

- Software especializado en el diseño y construcción de paginas web.
- Software de desarrollo de bases de datos.

### **Alternativos**

- Medios visuales (Televisión – Prensa – Vallas -)
- Radio.

### **Sustitutos**

- Catálogos de almacenes.

## **2.6 Target group.**

Nuestro producto esta orientado hacia las grandes cadenas de almacenes, y nuestros visitantes estarían definidos principalmente por hombres y mujeres entre 15 y 55 años. Estas edades se caracterizan por un alto nivel de consumo y de potencial como compradores además de ser una etapa en la cual un conocimiento básico o una noción sobre Internet es muy frecuente

## 2.7 Encuestas

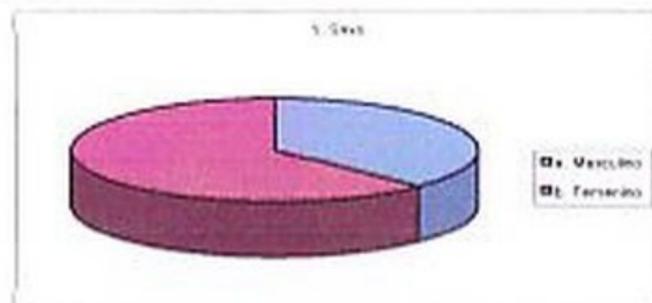
Formato de la encuesta incluido en el Anexo B

### Tabulacion de encuestas para proyecto MEGAPROMOCIONES

Total encuestados = 200

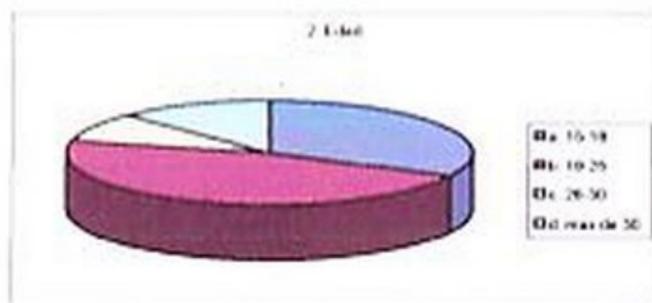
#### 1. Sexo

a. Masculino	75
b. Femenino	125



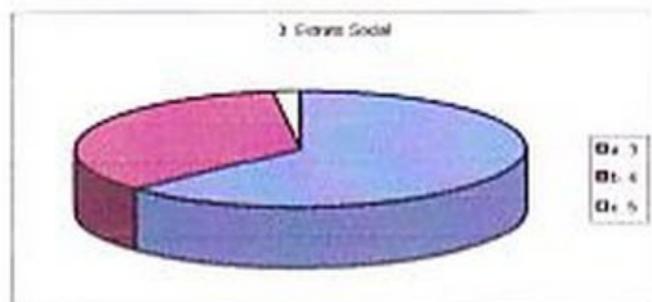
#### 2. Edad:

a. 15-18	65
b. 19-25	93
c. 26-30	17
d. mas de 30	25



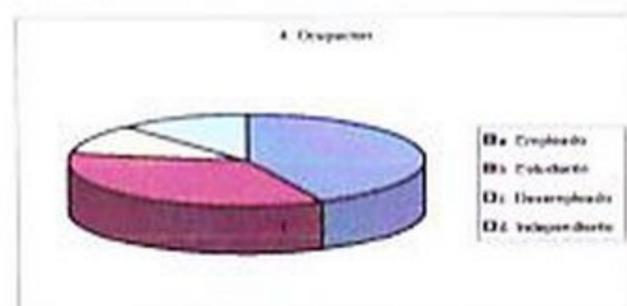
### 3. Estrato Social

a. 3	126
b. 4	70
c. 5	4



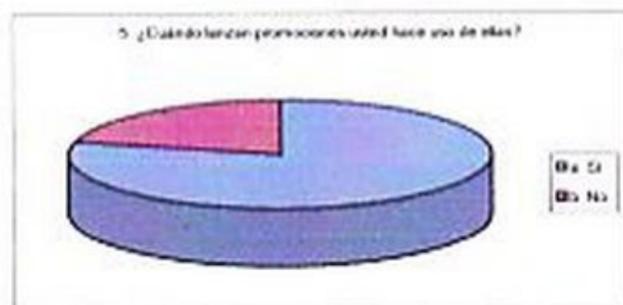
### 4. Ocupacion

a. Empleado	86
b. Estudiante	70
c. Desempleado	20
d. Independiente	24



### 5. ¿Cuándo lanzan promociones usted hace uso de ellas?

a. Si	158
b. No	42



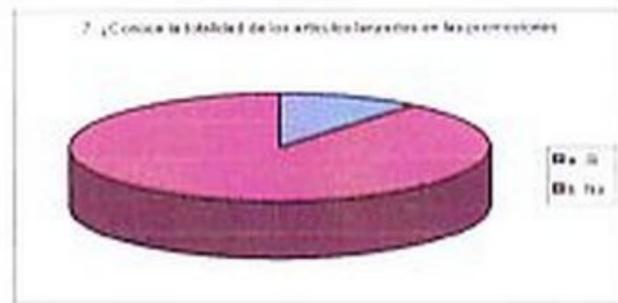
6. ¿Cree usted que la publicidad de las promociones es buena?

- a. Si 132
- b. No 68



7. ¿Conoce la totalidad de los artículos lanzados en las promociones?

- a. Si 22
- b. No 178



8. ¿Cree que las promociones son confiables y que muestran el beneficio real?

- a. Si 67
- b. No 133



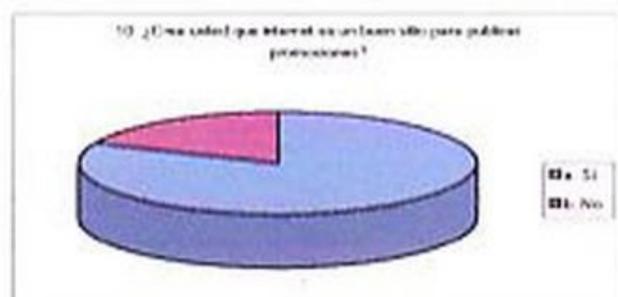
9. ¿Con que frecuencia consulta internet?

a. Diario	111
b. Semanal	60
c. Mensual	27
d. Otro	2



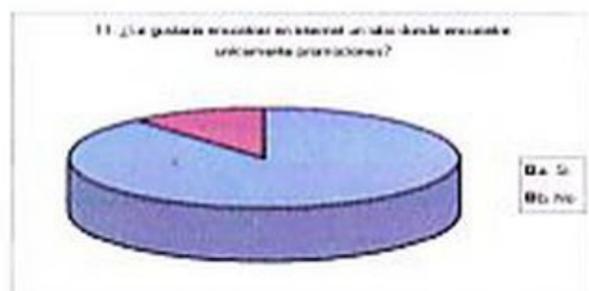
10. ¿Cree usted que internet es un buen sitio para publicar promociones?

a. Si	163
b. No	37



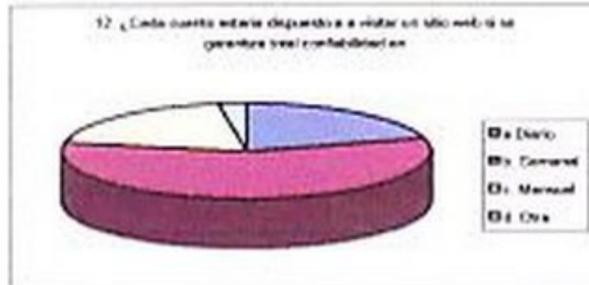
11. ¿Le gustaria encontrar en internet un sitio donde encuentre unicamente promociones?

a. Si	177
b. No	23



12. ¿Cada cuanto estaría dispuesto a visitar un sitio web si se garantiza total confiabilidad en precios, descuentos además de gran actualidad?

a. Diario	41
b. Semanal	115
c. Mensual	39
d. Otra	5



## 2.8 Canales de distribución.

Comercialización directa: Nuestro producto se accede directamente, sin distribuidores intermedios.

## 2.9 Publicidad.

Medios escritos: Prensa, afiches, vallas, brochure.

Medios publicitarios incluidos en el Anexo C.

## 2.10 Productos

Demo incluido

## 2.11 Servicios complementarios o asociados

- Información de almacenes.
- Listado de productos para publicación.

## 2.12 Riesgo y oportunidades

### Riesgos:

- Falta de conocimiento de Internet por parte de los usuarios.
- Falta de actualización en los contenidos.

- Falta de publicidad.
- Carencia de fiabilidad en la información brindada por los almacenes.

### Oportunidades:

- No tenemos competencia directa.
- Libertad de precios.
- Soporte técnico.
- Ahorro de tiempo a los usuarios.

### 2.13 Plan de ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS EN UNIDADES						
NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
PROMOWEB	50	55	60	70	60	315

NOMBRE DE LA EMPRESA: **MEGAPROMOCIONES**

#### PRESUPUESTO DE VENTAS EN UNIDADES

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	TOTAL
PROMOWEB	50	55	60	70	60	315
TOTAL UNIDADES	50	55	60	70	60	315
PRECIO DE VENTA UNITARIO	3.102.132	3.058.551	2.974.471	2.808.219	2.685.367	
TOTAL EN PESOS	157.606.612	168.220.305	178.468.270	196.575.330	214.929.303	915.809.820

FORMULA PARA EL CALCULO DEL PRECIO DE VENTA						
PRECIO DE VENTA =	COSTOS TOTALES - (COSTOS TOTALES * IMPUESTOS) =		(M.P. + M.O.D. + G.I.F.)		0,30	
	1 - [(% UTILIDAD DESEADO) - (IMPUESTOS)]		1	0,24	0,30	
AÑO 1	=	$\frac{50.102.441,91}{0,36} = 139.173.199,72$	PRECIO POTENCIAL DE VENTA =	$\frac{196.575.330}{1 - 0,24 - 0,30} = 3.102.132,23$		
AÑO 2	=	$\frac{65.002.613,67}{0,36} = 180.562.815,73$	PRECIO POTENCIAL DE VENTA =	$\frac{196.575.330}{1 - 0,24 - 0,30} = 3.058.551,97$		
AÑO 3	=	$\frac{66.925.604,32}{0,36} = 185.893.345,33$	PRECIO POTENCIAL DE VENTA =	$\frac{178.468.270}{1 - 0,24 - 0,30} = 2.974.471,31$		
AÑO 4	=	$\frac{73.715.748,67}{0,36} = 204.765.968,53$	PRECIO POTENCIAL DE VENTA =	$\frac{196.575.330}{1 - 0,24 - 0,30} = 2.808.219,30$		
AÑO 5	=	$\frac{80.561.018,51}{0,36} = 223.780.606,97$	PRECIO POTENCIAL DE VENTA =	$\frac{214.929.303}{1 - 0,24 - 0,30} = 2.685.367,28$		

### 3. CAPACIDAD INSTALADA

#### 3.1 Activos

DESCRIPCIÓN	VALOR
EQUIPOS DE COMPUTO	6.000.000,00
EDIFICIO O PLANTA	-
VEHICULOS	-
MAQUINARIA Y EQUIPO	-
MUEBLES Y ENSERES	3.000.000,00
TERRENOS	-
<b>TOTAL</b>	<b>9.000.000,00</b>

Los valores invertidos en computadores se verán reflejados en 3 computadores de las siguientes características:

Board Intel 865 GLC

Procesador Intel Pentium 4 (3.200 Mhz).

Memoria 1024 MB.

Disco duro de 250 GB.

2 Tarjetas de red 10/100.

Monitor de 19"

Unidades de quemadora de DVD 16x

Floppy drive de 3.5"

Teclado

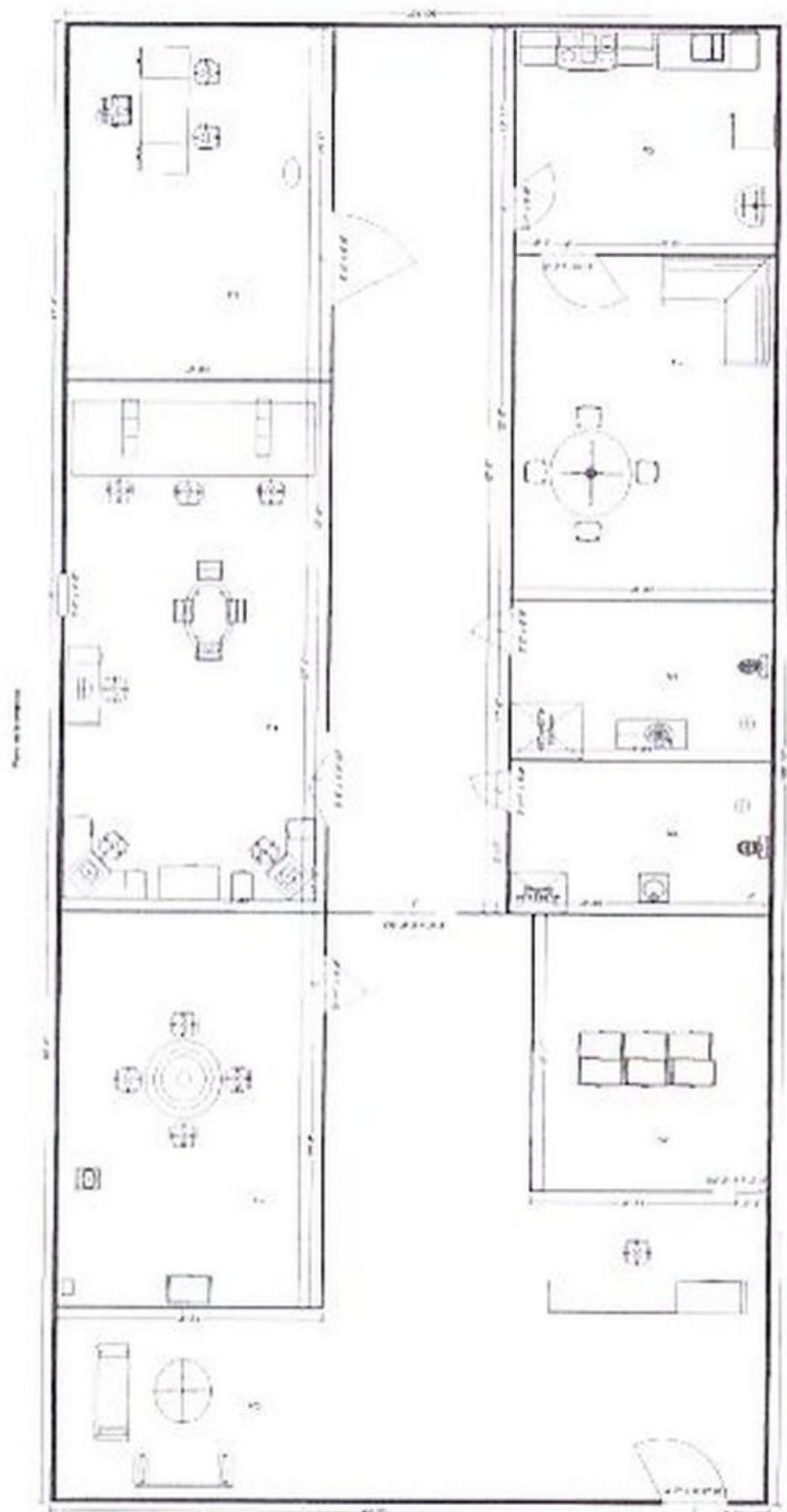
Mouse

El dinero invertido en muebles y enseres corresponde a la dotación de muebles necesarios para la operación de la empresa. Mesas, sillas, escritorios y archivo.

	DESCRIPCIÓN	VALOR
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>	computadores	6.000.000
	0	-
	0	-
	0	-
	0	-
	0	-
	0	-
	0	-
	0	-
	0	-
	0	-
	<b>TOTAL</b>	<b>6.000.000</b>

	DESCRIPCIÓN	VALOR
<b>MUEBLES Y EQ. DE OFICINA</b>	muebles	2.000.000
	eq. Oficina	1.000.000
	0	-
	0	-
	0	-
	0	-
	0	-
	0	-
	0	-
	0	-
	0	-
	<b>TOTAL</b>	<b>3.000.000</b>

### 3.2 Plano de la empresa



1. Sala de juntas
2. Sala de diseño y arquitectura
3. Corredor
4. Recepción y archivo
5. Sala de maquila
6. Baños
7. Sala oficina de Mylton
8. Cocina

## 4. PRODUCCION.

### 4.1 Materias primas.

NOMBRE DEL INSUMO	UNIDAD DE MEDIDA	UNA UNIDAD	COSTO UNITARIO
Acceso a la web	Mb	50,00	\$ 11.000,00
Hosting	Mb	30,00	\$ 11.000,00
		0,00	\$ -
0	-	0,00	\$ -

Reflejados los valores de los principales componentes de acceso y alojamiento de una pagina de promociones para PROMOWEB

### 4.2 Mano de obra directa.

CARGOS O ACTIVIDADES	SUELDO ANUAL	PREST. SOC.	SUB. TRANSP.	TOTAL
Digitadores x 2	12.000.000,00	6.240.000,00	1.068.000,00	19.308.000,00
Diseñador	10.800.000,00	5.616.000,00		16.416.000,00
0	-	0,00	0,00	0,00
0	-	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>22.800.000,00</b>	<b>11.856.000,00</b>	<b>1.068.000,00</b>	<b>35.724.000,00</b>

Representados los salarios de las personas encargadas de digitar las bases de datos de productos de las publicaciones y el encargado del diseño visual y funcional de una publicación en promoweb

### 4.3 Costos indirectos de fabricación.

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
1 Sueldo Aseadora	4.698.000,00
2 Serv publicos (Agua - Energia - Telet)	2.460.000,00
3 Arriendo	2.376.000,00
4 Papeleria aseo y cafeteria	324.000,00
5 Mantenimiento de red y conexión	5.184.000,00
6 Administracion y seguridad	633.600,00
7 Imprevistos	396.000,00
8	-
9	-
10	-
<b>TOTAL</b>	<b>16.071.600,00</b>

Discriminados los costos que no están relacionados directamente en el proceso de creación de un servicio, pero que generan incremento en el costo final de creación de un servicio.

#### 4.4 Costos de administración

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
Sueldo Gerente	27.360.000,00
Sueldo Secretaria	7.830.000,00
Sueldo Aseadora	1.566.000,00
Serv publicos (Agua - Energia - Telef)	2.910.000,00
Arriendo	2.448.000,00
Papeleria aseo y cafeteria	192.000,00
Mantenimiento de red y conexión	648.000,00
Administracion y seguridad	652.800,00
Imprevistos	408.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>44.014.800,00</b>

Discriminados los costos que genera la operación de la empresa incluidos gastos generales y de la locacion.

#### 4.5 Costos de ventas.

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
1	-
2	-
3 Sueldo Aseadora	1.566.000,00
4 Serv publicos (Agua - Energia - Telef)	1.230.000,00
5 Arriendo	2.376.000,00
6 Papeleria aseo y cafeteria	324.000,00
7 Mantenimiento de red y conexión	648.000,00
8 Administracion y seguridad	633.600,00
9 Imprevistos	396.000,00
10 Publicidad	240.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>7.413.600,00</b>

Discriminados los costos relacionados con el proceso de venta de los servicios asignados a su debido porcentaje dentro del mismo proceso.

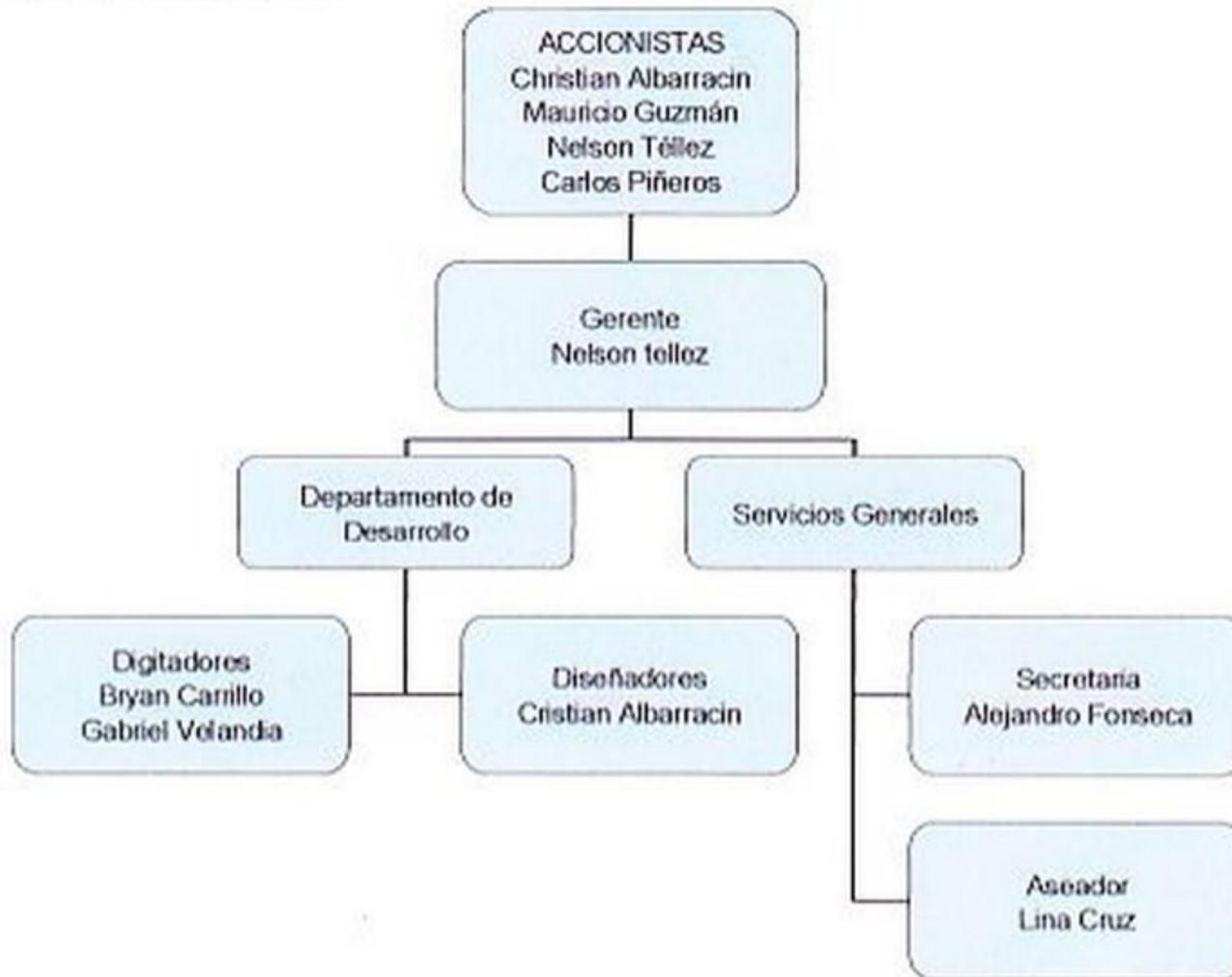
#### 4.6 Diagrama de flujo de operación.

ACTIVIDAD	OPERACIÓN ○	INSPECCIÓN □	TRANSPORTE ⇒	DEMORA D	ALMACENAMIENTO ▽
Revisión de la solicitud del cliente	X				
Diseño preliminar de la página	X				
Envío del diseño preliminar al cliente			X		
Espera de la confirmación del cliente				X	
Creación de la base de datos	X				
Revisión de la base de datos		X			
Corrección de la base de datos	X				
Guardar la base de datos					X
Diseño final de la página	X				
Revisión del diseño		X			
Correcciones del diseño	X				
Evaluación del espacio requerido en el servidor		X			
Creación del código fuente	X				
Revisión del código fuente		X			
Corrección del código fuente	X				
Montar la página en el servidor					X
Pruebas locales de la página		X			
Pruebas externas de la página		X			
Revisión de seguridad		X			
Muestra del producto final al cliente	X				
Publicación de la página para consulta pública	X				
Actualizaciones	X				

Descritas y asignadas con su correspondiente tipo cada una de las actividades requeridas para crear un servicio de óptima calidad.

## 5. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

### 5.1 Organigrama.



## 5.2 Manual de funciones

**Cargo:** Gerente

**Funciones:** Primarias

- Velar por el cumplimiento de las funciones de los empleados.
- Presentar informes antes la junta de socios.
- Autorizar desembolsos de dinero.
- Aprobar los contratos que se vayan a establecer con los clientes.
- Revisión de estados financieros.
- Construcción y mantenimiento de la interfaz.

Secundarias

- Elaborar métodos para la motivación de los empleados.
- Proporcionar un alto nivel de seguridad en la base de datos.
- Generar un ambiente de trabajo agradable.

**Digitador**

Primarias

- Migración de datos.
- Organización de la información.

Secundarias

- Obedecer y aceptar las funciones establecidas en el contrato laboral.
- Aceptar las órdenes de su jefe inmediato.

**Diseñador**

Primarias

- Diseñar modelos de interfaces.
- Actualizar interfaces
- Elaborar presentaciones

Secundarias

- Diseñar publicidad
- Cumplir con los requerimientos establecidos en el contrato
- Tener una alta disposición y actitud en el trabajo

**Secretaria**

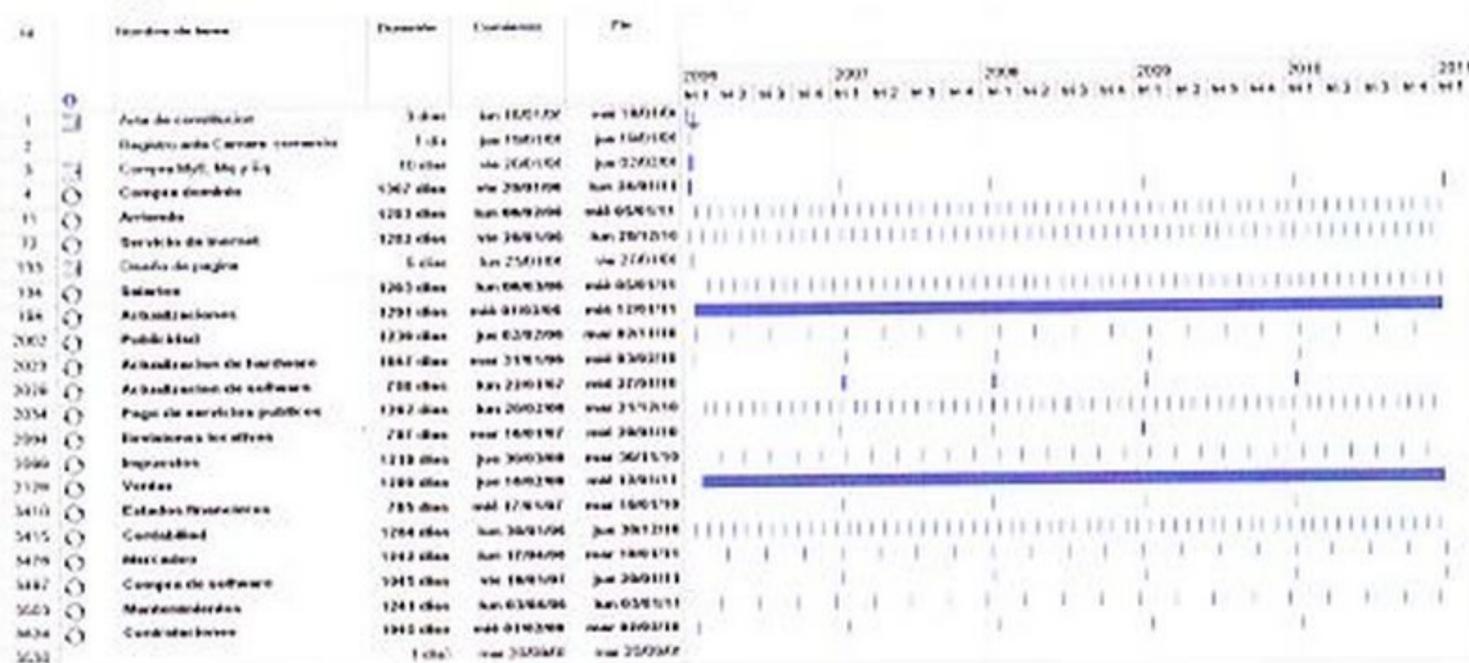
Primarias

- Tomar nota de las citas y compromisos del gerente
- Estar atenta para cumplir con una buena labor asistiendo al gerente
- Tener un control necesario en la parte de ventas para brindarle a los clientes la información adecuada.

#### Secundarias

- Organizar la información del archivo.
- Retroalimentar el servicio prestado

### 5.3 Diagrama de Gannt



## 6. ESTRUCTURA FINANCIERA

### 6.1 Balance de instalación.

BALANCE DE INSTALACIÓN			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>CORRIENTE</b>		<b>CORRIENTE</b>	
CAJA - BANCOS	2.200.000	CUENTAS POR PAGAR	0
CUENTAS POR COBRAR	0	IMPUESTOS POR PAGAR	0
INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	0	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>0</b>
INVENTARIO DE FOTO TERMINADO	0	<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>	
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>2.200.000</b>	DEUDAS FINANCIERAS	5.000.000
GASTOS PREOPERATIVOS	3.750.000	<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>5.000.000</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>		<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>5.000.000</b>
TERRENOS	-	<b>PATRIMONIO</b>	
COMPUTADORES	6.000.000	CAPITAL	12.000.000
- DEP. ACUM. COMPUTADORES	0	UTILIDAD DEL PERIODO	0
EDIFICIOS	0	UTILIDAD ACUMULADA	0
- DEP. ACUM. EDIFICIOS	0	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>12.000.000</b>
VEHICULOS	0	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>17.000.000</b>
- DEP. ACUM. VEHICULOS	0		
MAQUINARIA Y EQUIPO	0		
- DEP. ACUM. MAQ. Y EQUIPO	0		
MUEBLES Y ENFERES	5.000.000		
- DEP. ACUM. MUEBLES Y ENFERES	0		
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>11.000.000</b>		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>17.000.000</b>		
		<b>0 TOTAL DE CONTROL</b>	

Reflejados los costos de establecimiento de la empresa, discriminados activos, pasivos y patrimonios. Representados en aportes sociales, prestamos financieros y los costos de instalación en que serán invertidos dichos dineros

## 6.2 Flujo de efectivo

### FLUJO DE EFECTIVO

PERIODO: DEL AL DE 200

DESCRIPCION	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b>INGRESOS</b>					
SALDO INICIAL	1 500 000,00	120 189,49	7 035 790,19	17 030 468,20	30 678 751,11
VENTAS	148 150 121,04	158 127 084,92	167 760 181,67	184 780 809,74	201 939 619,73
REC. CARTERA DEL MES ANT.	-	9 456 300,70	10 093 218,19	10 708 006,70	11 794 519,77
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>149 650 121,04</b>	<b>167 703 665,12</b>	<b>184 889 190,05</b>	<b>212 519 374,64</b>	<b>244 412 890,61</b>
<b>EGRESOS</b>					
COMPRA DE MATERIAS PRIMAS	44 000 000,00	48 400 000,00	52 800 000,00	61 000 000,00	70 400 000,00
MANO DE OBRA DIRECTA	35 724 000,00	37 152 900,00	38 639 078,40	40 164 641,54	41 782 027,20
Sueldo Aseadora	4 898 000,00	4 885 920,00	5 081 356,00	5 284 611,07	5 495 995,51
Serv publicos (Agua - Energia - Tele	2 400 000,00	2 558 400,00	2 600 735,00	2 767 165,44	2 877 852,06
Arriendo	2 376 000,00	2 471 040,00	2 509 891,00	2 672 676,86	2 779 583,94
Papelera aseo y cafeteria	324 000,00	336 900,00	350 438,40	364 455,94	379 034,17
Mantenimiento de red y conexión	5 184 000,00	5 391 300,00	5 607 014,40	5 831 294,98	6 064 546,78
Administración y seguridad	633 600,00	658 944,00	685 301,76	712 713,83	741 222,38
Imprevistos	396 000,00	411 840,00	428 313,60	445 446,14	463 263,99
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
Sueldo Gerente	27 300 000,00	28 454 400,00	29 592 576,00	30 776 279,04	32 007 300,20
Sueldo Secretaria	7 830 000,00	8 143 200,00	8 468 928,00	8 807 685,12	9 159 992,52
Sueldo Aseadora	1 566 000,00	1 628 640,00	1 693 705,60	1 761 537,02	1 831 968,50
Serv publicos (Agua - Energia - Tele	2 910 000,00	3 026 400,00	3 147 456,00	3 273 354,24	3 404 288,41
Arriendo	2 448 000,00	2 545 620,00	2 647 756,80	2 753 667,07	2 863 813,75
Papelera aseo y cafeteria	192 000,00	199 680,00	207 697,20	215 973,89	224 612,84
Mantenimiento de red y conexión	648 000,00	673 620,00	700 876,80	728 911,07	758 068,35
Administración y seguridad	652 800,00	678 912,00	706 068,48	734 311,22	763 683,67
Imprevistos	400 000,00	424 320,00	441 292,80	458 944,51	477 302,29
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
Sueldo Aseadora	1 566 000,00	1 628 640,00	1 693 705,60	1 761 537,02	1 831 968,50
Serv publicos (Agua - Energia - Tele	1 230 000,00	1 279 200,00	1 330 368,00	1 383 582,72	1 438 926,03
Arriendo	2 376 000,00	2 471 040,00	2 569 891,00	2 672 676,86	2 779 583,94
Papelera aseo y cafeteria	324 000,00	336 900,00	350 438,40	364 455,94	379 034,17
Mantenimiento de red y conexión	648 000,00	673 620,00	700 876,80	728 911,07	758 068,35
Administración y seguridad	633 600,00	658 944,00	685 301,76	712 713,83	741 222,38
Imprevistos	396 000,00	411 840,00	428 313,60	445 446,14	463 263,99
Publicidad	240 000,00	249 600,00	259 564,00	269 967,30	280 766,05
IMPUESTOS	-	2 600 963,37	3 411 643,45	4 127 661,00	6 761 511,67
AMORTIZACIÓN PRESTAMO	2 306 931,55	2 305 931,55	-	-	-
PAGO MAT. PRIM. MES ANT.	-	-	-	-	-
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>149 529 931,55</b>	<b>160 667 874,93</b>	<b>167 858 721,05</b>	<b>181 840 623,53</b>	<b>197 918 991,67</b>
<b>SALDO FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>120 189,49</b>	<b>7 035 790,19</b>	<b>17 030 468,20</b>	<b>30 678 751,11</b>	<b>46 403 898,94</b>

Líquides de la empresa después de cada periodo

### 6.3 Préstamo financiero.

NOMBRE DE LA EMPRESA: MEGAPROMOCIONES				
TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO				
CONDICIONES FINANCIERAS				
MONTO:	4.000.000			
PLAZO:	24	MESES		
INTERES:	15%	NOMINAL ANUAL		
AMORTIZACION:		MENSUAL		
CUOTAS	CAPITAL	INTERESES	AMORTIZACION	SALDO
0				4.611.063,11
1	166.666,67	25.494,30	192.160,96	4.419.702,14
2	166.666,67	25.494,30	192.160,96	4.227.541,18
3	166.666,67	25.494,30	192.160,96	4.035.380,22
4	166.666,67	25.494,30	192.160,96	3.843.219,26
5	166.666,67	25.494,30	192.160,96	3.651.058,29
6	166.666,67	25.494,30	192.160,96	3.458.897,33
7	166.666,67	25.494,30	192.160,96	3.266.736,37
8	166.666,67	25.494,30	192.160,96	3.074.575,40
9	166.666,67	25.494,30	192.160,96	2.882.414,44
10	166.666,67	25.494,30	192.160,96	2.690.253,48
11	166.666,67	25.494,30	192.160,96	2.498.092,52
12	166.666,67	25.494,30	192.160,96	2.305.931,55
13	166.666,67	25.494,30	192.160,96	2.113.770,59
14	166.666,67	25.494,30	192.160,96	1.921.609,63
15	166.666,67	25.494,30	192.160,96	1.729.448,67
16	166.666,67	25.494,30	192.160,96	1.537.287,70
17	166.666,67	25.494,30	192.160,96	1.345.126,74
18	166.666,67	25.494,30	192.160,96	1.152.965,78
19	166.666,67	25.494,30	192.160,96	960.804,81
20	166.666,67	25.494,30	192.160,96	768.643,85
21	166.666,67	25.494,30	192.160,96	576.482,89
22	166.666,67	25.494,30	192.160,96	384.321,93
23	166.666,67	25.494,30	192.160,96	192.160,96
24	166.666,67	25.494,30	192.160,96	-
TOTAL	4.000.000,00	611.063,11	4.611.063,11	

TABLA DE CALCULOS	
INTERES $i = (j/m)$	
$A = R(1 - (1+i)^{-n})/i$	
$i =$	0,150 EFECTIVO ANUAL
	$1,011714917 = (1+i)^{12}$
	$1,011714917 = 1+i$
$i =$	0,011714917 EFECTIVA MENSUAL
$C = R((1 - (1+i)^{-n})/i) \cdot C^9/112$	
	20.81588238
$R =$	192.160,96 CUOTA MENSUAL

Divido el costo de la obligación bancaria adquirida en el proceso de instalación en cada una de sus cuotas añadido el valor de la amortización de la obligación.

## 6.4 Depreciaciones.

NOMBRE DE LA EMPRESA: **MEGAPROMOCIONES**

DEPRECIACIÓN ACUMULADA

COMPUTADORES ( 3 AÑOS)

DESCRIPCIÓN	VALOR	DEPRECIACION ANUAL				
EQUIPOS DE COMPUTO	6.000.000,00	2.000.000,00				
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	
TOTAL	2.000.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00	-	-	
DEP. ACUMULADA	-	4.000.000,00	6.000.000,00	6.000.000,00	6.000.000,00	

EDIFICIOS ( 20 AÑOS)

DESCRIPCIÓN	VALOR	DEPRECIACION ANUAL				
EDIFICIO O PLANTA	-	-				
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	
TOTAL	-	-	-	-	-	
DEP. ACUMULADA	-	-	-	-	-	

VEHICULOS ( 5 AÑOS)

DESCRIPCIÓN	VALOR	DEPRECIACION ANUAL				
VEHICULOS	-	-				
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	
TOTAL	-	-	-	-	-	
DEP. ACUMULADA	-	-	-	-	-	

MAQUINARIA Y EQUIPO ( 10 AÑOS)

DESCRIPCIÓN	VALOR	DEPRECIACION ANUAL				
MAQUINARIA Y EQUIPO	-	-				
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	
TOTAL	-	-	-	-	-	
DEP. ACUMULADA	-	-	-	-	-	

MUEBLES Y ENSERES ( 5 AÑOS)

DESCRIPCIÓN	VALOR	DEPRECIACION ANUAL				
MUEBLES Y ENSERES	3.000.000,00	600.000,00				
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	
TOTAL	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00	
DEP. ACUMULADA	-	1.200.000,00	1.800.000,00	2.400.000,00	3.000.000,00	

Ítems definidos en la instalación cada uno acompañado de la depreciación establecida legalmente para dichos artículos referenciados para cada periodo.

## 6.5 Estado de resultados.

NOMBRE DE LA EMPRESA:

**MEGAPROMOCIONES**

GANANCIAS Y PERDIDAS

PERIODO: DEL AL DE 200

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
VENTAS	157.606.511,75	168.220.303,11	179.471.733,87	196.575.329,51	214.529.352,69
- COSTO DE VENTAS	96.101.531,55	102.573.365,55	109.433.984,07	119.053.005,80	130.593.626,03
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	<b>61.504.980,19</b>	<b>65.646.947,55</b>	<b>70.037.749,80</b>	<b>76.712.323,71</b>	<b>83.935.856,66</b>
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	47.314.800,00	49.075.392,00	50.906.407,58	53.810.663,89	52.791.050,55
- GASTOS DE VENTAS	7.413.000,00	7.710.144,00	8.018.549,78	8.339.291,75	8.572.053,42
= UTILIDAD O PERDIDA OPERACIONAL	<b>6.776.580,19</b>	<b>8.861.411,55</b>	<b>11.112.792,36</b>	<b>17.562.367,97</b>	<b>22.371.902,69</b>
- IMPUESTO DE RENTA	2.008.983,37	3.411.643,45	4.278.425,06	6.761.511,67	8.613.182,54
= UTILIDAD O PERDIDA DEL PERIODO	<b>4.167.596,82</b>	<b>5.449.768,11</b>	<b>6.834.367,30</b>	<b>10.800.856,30</b>	<b>13.758.720,16</b>

Comparativo y sumatoria de gastos contra ventas periodo por periodo de operación para establecer utilidades o perdidas del mismo

## 6.6 Balance general.

### Primer año

ACTIVOS		PASIVOS	
<b>CORRIENTE</b>		<b>CORRIENTE</b>	
CAJA - BANCOS	120.189	CUENTAS POR PAGAR	0
CUENTAS POR COBRAR	9.456.331	IMPUESTOS POR PAGAR	2.000.000
INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	0	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>2.000.000</b>
INVENTARIO DE FOTO TERMINADO	0	PASIVO LARGO PLAZO	
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>9.576.520</b>	OBLO. FINANCIERAS	2.000.000
GASTOS PREOPERATIVOS	2.800.000	<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>2.000.000</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>		<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>4.000.000</b>
TERRENOS	0	<b>PATRIMONIO</b>	
COMPUTADORES	6.000.000	CAPITAL	10.000.000
- DEP. ACUM. COMP.	2.000.000	UTILIDAD DEL PERIODO	4.167.597
EDIFICIOS	0	UTILIDAD ACUMULADA	0
- DEP. ACUM. EDIF.	0	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>14.167.597</b>
VEHICULOS	0	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>18.776.597</b>
- DEP. ACUM. VEHIC.	0		
MAQUINARIA Y EQUIPO	0		
- DEP. ACUM. M. Y EQ.	0		
MUEBLES Y ENSERES	3.000.000		
- DEP. ACUM. M. Y ENS.	600.000		
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>6.400.000</b>		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>16.776.520</b>		
		<b>TOTAL DE CONTROL</b>	<b>0</b>

### Segundo año

ACTIVOS		PASIVOS	
<b>CORRIENTE</b>		<b>CORRIENTE</b>	
CAJA - BANCOS	7.035.700	CUENTAS POR PAGAR	0
CUENTAS POR COBRAR	10.063.218	IMPUESTOS POR PAGAR	3.411.643
INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	0	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>3.411.643</b>
INVENTARIO DE FOTO TERMINADO	0	PASIVO LARGO PLAZO	
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>17.129.000</b>	OBLO. FINANCIERAS	0
GASTOS PREOPERATIVOS	2.100.000	<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>0</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>		<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>3.411.643</b>
TERRENOS	0	<b>PATRIMONIO</b>	
COMPUTADORES	6.000.000	CAPITAL	10.000.000
- DEP. ACUM. COMP.	4.000.000	UTILIDAD DEL PERIODO	5.449.768
EDIFICIOS	0	UTILIDAD ACUMULADA	4.167.597
- DEP. ACUM. EDIF.	0	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>19.617.365</b>
VEHICULOS	0	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>23.029.008</b>
- DEP. ACUM. VEHIC.	0		
MAQUINARIA Y EQUIPO	0		
- DEP. ACUM. M. Y EQ.	0		
MUEBLES Y ENSERES	3.000.000		
- DEP. ACUM. M. Y ENS.	1.200.000		
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>3.800.000</b>		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>23.029.008</b>	<b>TOTAL DE CONTROL</b>	<b>0</b>

### Tercer año

ACTIVOS			PASIVOS		
<b>CORRIENTE</b>			<b>CORRIENTE</b>		
CAJA - BANCOS	17.000.468		CUENTAS POR PAGAR	0	
CUENTAS POR COBRAR	10.703.097		IMPUESTOS POR PAGAR	4.127.662	
INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	0		<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>		<b>4.127.662</b>
INVENTARIO DE POTO TERMINADO	0		PASIVO LARGO PLAZO		
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>27.703.565</b>	OBLIG. FINANCIERAS	0	
GASTOS PREOPERATIVOS	1.400.000		<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>		<b>0</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>			<b>TOTAL PASIVO</b>		<b>4.127.662</b>
TERRENOS			<b>PATRIMONIO</b>		
COMPUTADORES	6.000.000	0	CAPITAL	10.000.000	
- DEP. ACUM. COMP.	6.000.000		UTILIDAD DEL PERIODO	6.563.536	
EDIFICIOS	0	0	UTILIDAD ACUMULADA	9.617.365	
- DEP. ACUM. EDF.	0		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>26.210.901</b>
VEHICULOS	0	0	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>30.338.665</b>
- DEP. ACUM. VEHIC.	0				
MAQUINARIA Y EQUIPO	0	0			
- DEP. ACUM. M. Y EQ.	0				
MUEBLES Y ENSERES	3.000.000	1.200.000			
- DEP. ACUM. M. Y ENS.	1.600.000				
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>		<b>1.200.000</b>			
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>30.338.665</b>			
			<b>TOTAL DE CONTROL</b>		

### Cuarto año

ACTIVOS			PASIVOS		
<b>CORRIENTE</b>			<b>CORRIENTE</b>		
CAJA - BANCOS	30.676.751		CUENTAS POR PAGAR	0	
CUENTAS POR COBRAR	11.794.520		IMPUESTOS POR PAGAR	6.761.512	
INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	0		<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>		<b>6.761.512</b>
INVENTARIO DE POTO TERMINADO	0		PASIVO LARGO PLAZO		
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>42.473.271</b>	OBLIG. FINANCIERAS	0	
GASTOS PREOPERATIVOS	700.000		<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>		<b>0</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>			<b>TOTAL PASIVO</b>		<b>6.761.512</b>
TERRENOS			<b>PATRIMONIO</b>		
COMPUTADORES	6.000.000	0	CAPITAL	10.000.000	
- DEP. ACUM. COMP.	6.000.000		UTILIDAD DEL PERIODO	10.600.656	
EDIFICIOS	0	0	UTILIDAD ACUMULADA	16.210.000	
- DEP. ACUM. EDF.	0		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>37.011.759</b>
VEHICULOS	0	0	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>43.773.271</b>
- DEP. ACUM. VEHIC.	0				
MAQUINARIA Y EQUIPO	0	0			
- DEP. ACUM. M. Y EQ.	0				
MUEBLES Y ENSERES	3.000.000	600.000			
- DEP. ACUM. M. Y ENS.	2.400.000				
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>		<b>600.000</b>			
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>43.773.271</b>			
			<b>TOTAL DE CONTROL</b>		

### Quinto año

ACTIVOS			PASIVOS		
<b>CORRIENTE</b>			<b>CORRIENTE</b>		
CAJA - BANCOS	46.493.039		CUENTAS POR PAGAR	0	
CUENTAS POR COBRAR	12.682.763		IMPUESTOS POR PAGAR	6.613.163	
INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	0		<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>		<b>6.613.163</b>
INVENTARIO DE POTO TERMINADO	0		PASIVO LARGO PLAZO		
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>59.183.692</b>	OBLIG. FINANCIERAS	0	
GASTOS PREOPERATIVOS	0		<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>		<b>0</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>			<b>TOTAL PASIVO</b>		<b>6.613.163</b>
TERRENOS			<b>PATRIMONIO</b>		
COMPUTADORES	6.000.000	0	CAPITAL	10.000.000	
- DEP. ACUM. COMP.	6.000.000		UTILIDAD DEL PERIODO	13.756.720	
EDIFICIOS	0	0	UTILIDAD ACUMULADA	27.011.759	
- DEP. ACUM. EDF.	0		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>50.770.479</b>
VEHICULOS	0	0	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>59.383.692</b>
- DEP. ACUM. VEHIC.	0				
MAQUINARIA Y EQUIPO	0	0			
- DEP. ACUM. M. Y EQ.	0				
MUEBLES Y ENSERES	3.000.000	0			
- DEP. ACUM. M. Y ENS.	3.000.000				
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>		<b>0</b>			
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>59.383.692</b>			
			<b>TOTAL DE CONTROL</b>		

Balances de cada periodo, definidas amortizaciones, depreciaciones y cuentas por cobrar para establecer balance de control de cada año.

## 6.7 Flujo neto del proyecto

ACTIVOS	INSTALACIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b>CORRIENTE</b>						
CAJA - BANCOS	1.500.000	120.189	7.035.799	17.030.468	30.678.751	48.493.899
CUENTAS POR COBRAR	0	8.456.391	10.069.218	10.706.097	11.794.520	12.899.763
INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	0	0	0	0	0	0
INVENTARIO DE POTO TERMINADO	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>1.500.000</b>	<b>9.576.580</b>	<b>17.129.008</b>	<b>27.738.565</b>	<b>42.473.271</b>	<b>69.383.662</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>						
TERRENOS	0	0	0	0	0	0
COMPUTADORES	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
- DEP. ACUM. COMP.	0	2.000.000	4.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
EDIFICIOS	0	0	0	0	0	0
- DEP. ACUM. EDIF.	0	0	0	0	0	0
VEHICULOS	0	0	0	0	0	0
- DEP. ACUM. VEHIC.	0	0	0	0	0	0
MAQUINARIA Y EQUIPO	0	0	0	0	0	0
- DEP. ACUM. M. Y EQ.	0	0	0	0	0	0
MUEBLES Y ENSERES	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
- DEP. ACUM. M. Y ENS.	0	600.000	1.200.000	1.800.000	2.400.000	3.000.000
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>9.000.000</b>	<b>6.400.000</b>	<b>3.800.000</b>	<b>1.200.000</b>	<b>600.000</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>10.500.000</b>	<b>15.976.580</b>	<b>20.929.008</b>	<b>28.938.565</b>	<b>43.073.271</b>	<b>69.383.662</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>CORRIENTE</b>						
CUENTAS POR PAGAR	0	0	0	0	0	0
IMPUESTOS POR PAGAR	0	2.608.983	3.411.643	4.127.662	6.781.512	8.613.183
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>0</b>	<b>2.608.983</b>	<b>3.411.643</b>	<b>4.127.662</b>	<b>6.781.512</b>	<b>8.613.183</b>
<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>						
DEB. FINANCIERAS	4.000.000	2.000.000	0	0	0	0
<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>4.000.000</b>	<b>2.000.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>4.000.000</b>	<b>4.608.983</b>	<b>3.411.643</b>	<b>4.127.662</b>	<b>6.781.512</b>	<b>8.613.183</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
CAPITAL	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
UTILIDAD DEL PERIODO	0	4.167.597	5.449.768	6.593.538	10.800.856	13.768.720
UTILIDAD ACUMULADA	0	0	4.167.597	9.817.365	16.218.903	27.011.759
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>10.000.000</b>	<b>14.167.597</b>	<b>19.617.365</b>	<b>26.210.903</b>	<b>37.011.759</b>	<b>50.770.479</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>14.000.000</b>	<b>18.776.580</b>	<b>23.029.008</b>	<b>30.338.565</b>	<b>43.773.271</b>	<b>69.383.662</b>
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>						
VENTAS		157.606.512	168.220.300	178.466.276	196.575.330	214.829.383
COSTO DE VENTAS		96.101.532	102.573.356	108.622.121	119.883.006	130.993.528
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>61.504.980</b>	<b>65.646.944</b>	<b>69.844.155</b>	<b>76.712.324</b>	<b>83.835.855</b>
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		47.314.800	49.075.392	50.906.408	50.810.664	52.791.091
GASTOS DE VENTAS		7.413.600	7.710.144	8.016.550	8.339.292	8.672.883
<b>UTILIDAD O PERDIDA OPERACIONAL</b>		<b>6.776.580</b>	<b>8.861.412</b>	<b>10.721.200</b>	<b>17.562.368</b>	<b>22.371.003</b>
IMPUESTO DE RENTA		2.608.983	3.411.643	4.127.662	6.781.512	8.613.183
<b>UTILIDAD O PERDIDA DEL PERIODO</b>		<b>4.167.597</b>	<b>5.449.768</b>	<b>6.593.538</b>	<b>10.800.856</b>	<b>13.768.720</b>
<b>TOTAL FLUJO NETO DEL PROYECTO</b>	<b>-14.000.000</b>	<b>-9.832.403</b>	<b>-4.382.636</b>	<b>2.210.903</b>	<b>13.011.759</b>	<b>26.770.479</b>

Muestra el estado de recuperación del proyecto en cada periodo definiendo en cual de ellos el proyecto ha empezado a recuperar el dinero invertido.

## 6.8 Indicadores financieros.

INDICADORES DE LIQUIDEZ						
SON UTILIZADOS PARA MEDIR LA CAPACIDAD QUE TIENEN LAS EMPRESAS PARA CANCELAR SUS OBLIGACIONES EN EL CORTO PLAZO						
<b>1 RAZON CORRIENTE - LIQUIDEZ</b>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
<b>R. C. = ACTIVO CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE *</b>	3,871	5,021	8,720	8,292	6,985	5,718
POR CADA PESO QUE LA EMPRESA DEBE EN EL CORTO PLAZO, CUENTA CON EL SIGUIENTE RESPALDO ECONOMICO.						
<b>2 CAPITAL NETO DE TRABAJO</b>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
<b>C. N. T. = ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE *</b>	6,047,367	13,717,365	23,916,403	35,711,756	56,770,479	25,958,871
INDICA CUANTO LE QUEDARIA A LA EMPRESA EN EFECTIVO SI TUVIERE QUE CANCELAR TODOS LOS PASIVOS EN EL CORTO PLAZO						
<b>3 PRUEBA ACIDA</b>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
<b>P. A. = (ACTIVO CORRIENTE - INVENTARIOS) / PASIVO CORRIENTE *</b>	3,871	5,021	8,720	8,292	6,985	5,718
POR CADA PESO QUE LA EMPRESA DEBE EN EL CORTO PLAZO, CUENTA CON EL SIGUIENTE RESPALDO SIN TENER QUE LIQUIDAR SUS INVENTARIOS.						

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO						
SU OBJETIVO PRINCIPAL CONSISTE EN EVALUAR EL GRADO DE PARTICIPACION DE LOS ACREEDORES DENTRO DEL FINANCIAMIENTO DE LA EMPRESA, TAMBIEN EVALUAR EL GRADO DE CONVERSION A QUE TIENE LA EMPRESA AL ENDEUDARSE.						
<b>1 NIVEL DE ENDEUDAMIENTO</b>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
<b>N. C. P. = PASIVO CORRIENTE / PASIVO TOTAL TERCEROS</b>	1,396	1,306	1,000	1,000	1,000	0,913
POR CADA PESO QUE LA EMPRESA DEBE EN EL PASIVO CORRIENTE, LA EMPRESA HA CONTRAIDO LA SIGUIENTE DEUDA CON TERCEROS.						
<b>2 N. E. = TOTAL PASIVO CON TERCEROS / TOTAL ACTIVO *</b>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
<b>N. E. = PASIVO CORRIENTE + PASIVO FINANCIERO / PASIVO TOTAL TERCEROS</b>	6,481	8,199	9,189	6,159	9,148	6,227
POR CADA PESO QUE LA EMPRESA HA INVERTIDO EN ACTIVOS, LOS ACREEDORES SON DUEÑOS DE PASIVO CORRIENTE Y FINANCIERO.						
<b>3 ENDEUDAMIENTO FINANCIERO</b>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
<b>E. F. = OBLIGACIONES FINANCIERAS / VENTAS NETAS *</b>	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
INDICA QUE LAS OBLIGACIONES CON ENTIDADES FINANCIERAS EQUIVALEN A VENTAS NETAS.						
<b>4 MARGEN BRUTO DE UTILIDAD</b>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
<b>M. B. U. = (UTILIDAD BRUTA / VENTAS NETAS) * 100 *</b>	39,024	36,824	32,924	39,024	36,824	36,924
LA CAPACIDAD DEL EGRESO DE VENTAS DE LA EMPRESA PARA GENERAR UTILIDADES.						
<b>5 LEVERAGE TOTAL</b>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
<b>L. T. = PASIVO TOTAL CON TERCEROS / PATRIMONIO *</b>	6,325	8,114	9,187	6,183	9,116	6,100
POR CADA PESO DEL PATRIMONIO SE TIENEN DEUDAS CON EL PASIVO CORRIENTE Y FINANCIERO. MIDE EL GRADO DE COMPROMISO DE LOS DUEÑOS DE LA EMPRESA RESPECTO A LOS ACREEDORES.						
<b>6 LEVERAGE DE CORTO PLAZO</b>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
<b>L. C. P. = PASIVO TOTAL CORRIENTE / PATRIMONIO *</b>	6,184	8,174	9,187	6,183	9,176	6,178
POR CADA PESO DEL PATRIMONIO SE TIENEN DEUDAS CON EL PASIVO CORRIENTE Y FINANCIERO. MIDE EL GRADO DE COMPROMISO DE LOS DUEÑOS DE LA EMPRESA RESPECTO A LOS ACREEDORES EN EL CORTO PLAZO.						
<b>7 LEVERAGE FINANCIERO TOTAL</b>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
<b>L. F. T. = TOTAL PASIVO CON ENT. FINANCIERAS / PATRIMONIO *</b>	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
POR CADA PESO QUE EN EL PATRIMONIO, LA SIGUIENTE CANTIDAD PERTENECE A LAS OBLIGACIONES FINANCIERAS EN EL CORTO PLAZO.						
<b>8 SISTEMA DUPONT</b>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
<b>RENDEIMIENTO DE LA INVERSION = (UTILIDAD NETA / VENTAS) *</b>	0,222	0,237	0,217	0,267	0,233	0,236
LA RENTABILIDAD PROCEDE EN MAYOR GRADO DEL MARGEN DE UTILIDAD QUE DE LAS VENTAS, Y NO TAMPOCO DE LA ROTACION DEL ACTIVO TOTAL. INTEGRA UN INDICADOR DE RENTABILIDAD CON OTRO DE ACTIVIDAD PARA ESTABLECER SI EL RENDIMIENTO DEL USO DE LA EFICIENCIA EN EL USO DE LOS RECURSOS PARA PRODUCIR LAS VENTAS.						

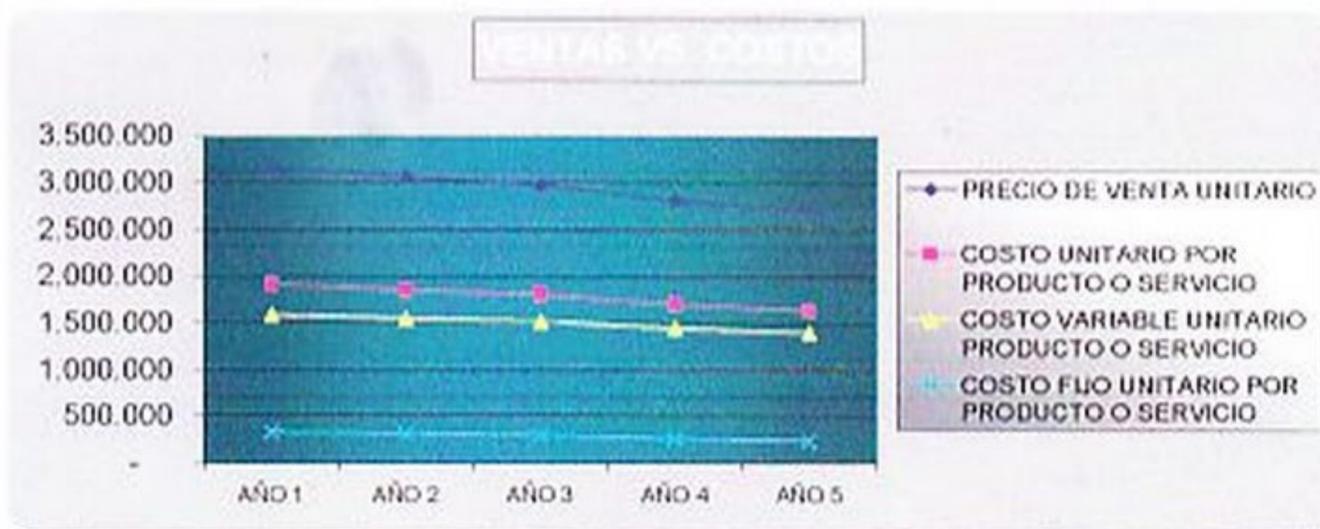
INDICADORES ECONÓMICOS							
<b>1 TASA INTERNA DE RETORNO TIR</b> ES LA TASA QUE HACE QUE EL VALOR PRESENTE NETO SEA IGUAL A CERO. ES DECIR QUE REDUCE A CERO LOS INGRESOS Y LOS EGRESOS DEL PROYECTO, INCLUYENDO LA INVERSIÓN INICIAL QUE REALIZARON LOS SOCIOS EN EL PROYECTO. COMO LA TASA RESULTANTE ES SUPERIOR A LA DEL MERCADO QUIERE DECIR QUE NUESTRO PROYECTO ES MAS RENTABLE	INVERSIÓN		-14.000.000				
	AÑO1	120.190	AÑO4	30.870.751			
	AÑO2	7.336.790	AÑO5	48.493.699			
	AÑO3	17.350.486					
	TASA DEL MERCADO ***	19%				TIR DEL PROYECTO	
						8%	
<b>2 VALOR PRESENTE NETO</b> PERMITE ESTABLECER LA EQUIVALENCIA ENTRE LOS INGRESOS Y EGRESOS DEL FLUJO DE EFECTIVO DE UN PROYECTO, LOS QUE SON COMPARADOS CON LA INVERSIÓN INICIAL DE LOS SOCIOS, A UNA TASA DETERMINADA. SE SUMAN LOS FLUJOS DE EFECTIVO DEL PROYECTO Y SE LE DESCUENTA LA INVERSIÓN INICIAL, SI ES POSITIVO EL RESULTADO (VPN) SE ACEPTA EL PROYECTO.	INVERSIÓN		-14.000.000				
	AÑO1	120.189	AÑO4	30.870.751			
	AÑO2	7.336.790	AÑO5	48.493.699			
	AÑO3	17.350.486					
	TASA DEL MERCADO ***	19%				VPN DEL PROYECTO	
						1.885.623,71	
<b>3 APALANCAMIENTO OPERATIVO</b> DE ACUERDO AL CAMBIO PORCENTUAL DE UNIDADES VENDIDAS, CUANTO ES EL CAMBIO PORCENTUAL EN LA UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS E INTERESES.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO	
	26,87%	25,82%	24,56%	23,57%	22,42%	24,21%	
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO	
	51,98%	35,18%	8,89%	3,99%	6,00%	17,39%	
<b>4 APALANCAMIENTO FINANCIERO</b> EVALUA EL CAMBIO PORCENTUAL EN LOS INGRESOS DE LOS ACCIONISTAS, EN RELACION CON LOS CAMBIOS GENERADOS EN LAS UTILIDADES DE LA EMPRESA ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO	
	51,98%	35,18%	8,89%	3,99%	6,00%	17,39%	
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO	
	51,98%	35,18%	8,89%	3,99%	6,00%	17,39%	

Indicador TIR (tasa interna de retorno) muestra el porcentaje de recuperación de la inversión una vez transcurrido un periodo de 5 años.

Indicador VPN (valor presente neto) muestra en valor tangible la recuperación de inversión pasados 5 años.

### 6.9 Grafica de costos.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO DE VENTA UNITARIO	3.152.130	3.056.551	2.974.471	2.808.219	2.685.307
COSTO UNITARIO POR PRODUCTO O SERVICIO	1.922.031	1.864.970	1.613.702	1.712.329	1.637.419
COSTO VARIABLE UNITARIO PRODUCTO O SERVICIO	1.594.480	1.555.508	1.523.985	1.454.066	1.402.400
COSTO FIJO UNITARIO POR PRODUCTO O SERVICIO	327.551	309.462	289.717	258.262	235.019



Discriminación de los diferentes costos con su respectiva variación a través de un periodo de 5 años.



Por nuestra sociedad

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA  
SEDE NORTE

2 DE NOVIEMBRE DE 2005

HORA

09:15:00

02NO2042402093PGP756

HOJA: 001

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL O  
INSCRIPCION DE DOCUMENTO.

LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA, CON FUNDAMENTO EN LA  
MATRICULA MERCANTIL.

CERTIFICA:

NOMBRE: MEGAPROMOCIONES LTDA

N.I.T.: 830-000222-1

DOMICILIO: BOGOTA

CERTIFICA:

MATRICULA NO: 006622120

CERTIFICA:

CONSTITUCION: ESCRITURA PUBLICA No. 210 NOTARIA125 DE SANTAFE  
DE BOGOTA DEL 30 DE OCTUBRE DE 2004, INSCRITA EL 2 DE  
NOVIEMBRE DE 2004, BAJO EL NO. 006622120 DEL LIBRO X, SE  
CONSTITUYO LA SOCIEDAD COMERCIAL DENOMINADA  
MEGAPROMOCIONES LTDA.

CERTIFICA:

QUE LA SOCIEDAD TIENE DURACION HASTA EL 30 DE OCTUBRE DE  
2014.

CERTIFICA:

OBJETO SOCIAL: PUBLICACION EN INTERNET DE LAS PROMOCIONES  
DE LOS ALMACENES DE CADENA ACTUALIZACION DE LA PAGINA,  
DISEÑO Y TODO LO RELACIONADO CON ESTA ACTIVIDAD. EN  
DESARROLLO DE SU OBJETO SOCIAL, LA SOCIEDAD, PODRA CELEBRAR  
TODA CLASE DE ACTOS Y CONTRATOS, ESPECIALMENTE SER  
ACCIONISTA O SOCIA DE OTRAS SOCIEDADES Y PARTICIPAR EN OTRAS  
EMPRESAS QUE TENGAN UN OBJETO ANEXO O COMPLEMENTARIOS,

ASI COMO SUS OBLIGACIONES, OTORGANDO GARANTIAS REALES. GIRAR ACEPTAR, ENDOSAR, CAUSIONAR Y NEGOCIAR EN GENERAL INSTRUMENTOS NEGOCIABLES Y LOS DEMAS TITULOS DE CREDITO RELACIONADOS CON LOS NEGOCIOS DE LA COMPAÑIA. Y EN GENERAL REALIZAR CUALQUIER CLASE DE ACTIVIDADES QUE SEAN NECESARIOS PARA EL BUEN LOGRO DE LOS FINES SOCIALES.



Por nuestra sociedad

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA  
SEDE NORTE

2 DE NOVIEMBRE DE 2005

HORA

09:15:00

02NO2042402093PGP756

HOJA: 002

\*\*\*\*\*  
\*\*\*\*

CERTIFICA:

CAPITAL Y SOCIOS	\$12.000.000	DIVIDIDO EN	12.000	CUOTAS
DISTRIBUIDOS ASI:				
SOCIO(s) CAPITALISTA(s)				
NELSON TELLEZ	CC 80.091.254		\$ 3.000.000.00	
MAURICIO GUZMAN	CC 80.822.572		\$ 3.000.000.00	
CHRISTIAN ALBARRACIN	CC 80.859.504		\$ 3.000.000.00	
FERNANDO PIÑEROS	CC 79.750.601		\$ 3.000.000.00	
TOTALES				
NO. DE CUOTAS:	7.00.00	VALOR:		\$
	12.000.000			

CERTIFICA:

REPRESENTANTE LEGAL: QUE SEGÚN JUNTA DE SOCIOS Y ACTA No. 1 DEL 22 DE OCTUBRE DE 2004, SE NOMBRA COMO REPRESENTANTE LEGAL AL SEÑOR NELSON TELLEZ, IDENTIFICADO CON LA CEDULA DE CIUDADANIA No. 80.091.254 EXPEDIDA EN LA CIUDAD DE BOGOTA D.C.

2 DE NOVIEMBRE DE 2005

HORA

09:15:00

02NO2042402093PGP756

HOJA: 003

\*\*\*\*\*

CERTIFICA:

FACULTADES DEL REPRESENTANTE LEGAL: EL REPRESENTANTE LEGAL TENDRA UN SUPLENTE QUIEN LO REEMPLAZARA EN SUS FALTAS TEMPORALES O ABSOLUTAS, EL CUAL SERA NOMBRADO POR LA JUNTA DE SOCIOS. EL GERENTE DE LA COMPAÑIA TENDRA FACULTADES ADMINISTRATIVAS Y DISPOSITIVAS NECESARIAS PARA LA BUENA MARCHA DE LA SOCIEDAD, DENTRO DEL OBJETIVO SOCIAL Y CON LAS LIMITACIONES QUE ESTOS ESTATUTOS LE IMPONEN A LAS NORMAS DICTADAS POR LA JUNTA DE SOCIOS. MIENTRAS LA JUNTA DE SOCIOS NO DISPONGAN OTRA COSA, EL GERENTE TENDRA LAS SIGUIENTES FUNCIONES: A) REPRESENTAR A LA SOCIEDAD; B) CONVOCAR A LA JUNTA DE SOCIOS CADA VEZ QUE FUESE NECESARIO; C) EJECUTAR LAS ORDENES E INSTRUCCIONES QUE LE IMPARTE LA JUNTA DE SOCIOS; E) CONSTITUIR APODERADOS ESPECIALES; F) PRESENTAR CUENTAS Y BALANCES A LA JUNTA DE SOCIOS; G) PRESENTARLE PERIODICAMENTE QUE ELLA INDIQUE INFORMES SOBRE EL ESTADO DE LOS NEGOCIOS SOCIALES; H) CELEBRAR LOS CONTRATOS CON LIMITE HASTA LO CORRESPONDIENTE A VEINTE (20) SALARIOS MINIMOS MENSUALES LEGALES VIGENTES; I) LAS DEMAS QUE SEÑALES ESTOS ESTATUTOS; J) ABRIR Y MANEJAR CUENTAS Y DE AHORROS DE LA COMPAÑIA.

CERTIFICA:

DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL: CARRERA 14 No. 77 - 25 Of 304

CIUDAD: BOGOTA

DIRECCION COMERCIAL: CARRERA 14 No. 77 - 25 Of 304

CERTIFICA:

QUE LA SOCIEDAD TIENE MATRICULADO EL SIGUIENTE ESTABLECIMIENTO PÚBLICO: MEGAPROMOCIONES LTDA  
MATRICULA NO: 006622121



Por nuestra sociedad

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA  
SEDE NORTE

2 DE NOVIEMBRE DE 2005

HORA

09:15:00

02NO2042402093PGP756

HOJA: 004

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*

QUE NO FIGURAN INSCRIPCIONES ANTERIORES A LA FECHA DEL PRESENTE CERTIFICADO, QUE MODIFIQUEN TOTAL O PARCIALMENTE SU CONTENIDO.

DE CONFORMIDAD CON LO CONCEPTUADO POR LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, LOS ACTOS DE REGISTRO AQUÍ CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME CINCO (5) DIAS HABLES DESPUES DE LA FECHA DE PUBLICACION EN EL BOLETIN DEL REGISTRO DE LA CORRESPONDIENTE INSCRIPCION, SIEMPRE QUE NO SEAN OBJETO DE RECURSOS EN LA VIA GUBERNAMENTARIA.

EL SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO

VALOR: \$2.300.00

DE CONFORMIDAD CON EL DECRETO 2150 DE 1995 Y LA AUTORIZACION IMPARTIDA POR LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO MEDIANTE EL OFICIO DEL 18 DE DICIEMBRE 2002, LA FIRMA MECANICA QUE APARECE A CONTINUACION TIENE PLENA VALIDEZ PARA TODOS LOS EFECTOS LEGALES.

## MEGA PROMOCIONES

La herramienta para que sus promociones vayan más allá de los precios.

Sus promociones dan buenos resultados MEGAPROMOCIONES las mejora.

Información para sus clientes, actualizado, confiable y de fácil acceso.

El medio de comunicación más usado en el mundo ahora integrado con su empresa.

### Actualidad

Publicaciones con la información más precisa del mercado.



### Seguridad

Información de confianza para los visitantes.



### Accesibilidad

El acceso a la información está al alcance de cualquier usuario. Obténlo desde las computadoras en Internet.



**PUBLICACIONES**

MEGA PROMOCIONES

Cra 14 # 77-25 Of. 304  
Ejido 11  
Bogotá D.C.

Teléfono: 2718578-3113000760  
Fax: 2718578  
Correo: [mpublicaciones@ymso.com](mailto:mpublicaciones@ymso.com)

MEGA PROMOCIONES

Sus promociones  
un paso más  
allá.

Herramienta de cobertura  
comercial.



Fecha: 09/11/05  
Hora: 19:00  
Diagonal al centro comercial  
Unilago.