

DIGI-PAST



CAMILA BERNAL

LUISA FERNANDA ROSADA

JOSE DEIVER ZAPATA

***CORPORACIÓN UNIVERSITARIA
UNITEC***

*ADMINISTRACIÓN DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
BOGOTÁ D.C. NOVIEMBRE DE 2004*

DIGI-PAST

<i>CAMILA BERNAL</i>	<i>41011037</i>
<i>LUISA FERNANDA ROSADA</i>	<i>41011101</i>
<i>JOSE DEIVER ZAPATA</i>	<i>41011088</i>

EMPRENDEDORES COMO PROYECTO DE VIDA
ASESORA: LINA GÓMEZ

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA
UNITEC

ADMINISTRACIÓN DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
BOGOTÁ D.C. NOVIEMBRE DE 2004

DIGI-PAST

NOTA DE ACEPTACIÓN

Muy bien!

ASESOR 1

David Am nov. 24/09
Director de Proyecto

ASESOR 2

ASESOR 3

1 *INTRODUCCIÓN 6*

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO 7

OBJETIVOS DE LA EMPRESA 10

OBJETIVOS GENERALES 10

OBJETIVOS ESPECIFICOS 10

PRINCIPIOS 11

POBLACIÓN Y MUESTRA 12

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN 12

ENCUESTA 13

GRAFICACIÓN DE RESULTADOS 14

2 *INVESTIGACIÓN DE MERCADO 17*

INTRODUCCIÓN 17

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA 18

COMERCIALIZACIÓN Y ESTRATEGIA DE MERCADEO 19

COMPETENCIA 20

MATRIZ DOFA 25

3**ESTUDIO TÉCNICO OPERATIVO 28**

FICHA TÉCNICA 28

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA Y PROCESOS
DE PRODUCCIÓN 29

DISPOSICIÓN POR PRODUCTO O EN LINEA 29

ESQUEMA ADMINISTRATIVO - ORGANIGRAMA 41

CARGOS Y FUNCIONES 42

INTRODUCCIÓN 42

PERFILES 42

MANUAL DE FUNCIONES 43

POLÍTICAS DE VENTA 47

RECURSOS TÉCNICOS E INSUMOS 48

4**PLAN ORGANIZACIONAL Y LEGAL 49**

ACTA No. 0001 49

CONSTITUCIÓN 53

5**PLAN FINANCIERO 62**

INTRODUCCIÓN 62

PROGRAMA EMPRENDEDOR

PLANILLA DE PRESENTACION DE PROYECTOS

Nombre del Proyecto: *Digi-past*
Director del Proyecto: Lina Gomez
Grupo Investigador No:

Nombres y Apellidos	Codigo	Email	Telefono
Camila Bernal Santos	41011037		4338051 3156016979
Luisa Rosada Azuero	41011101	lilaazuero@yahoo.com	2283834
Jose Zapata Lopez	41011088	josedeverz@yahoo.es	6926628 6353660 3105540126

DESCRIPCION DEL PROYECTO

Se trata de un pastillero con compartimientos para diferentes tipos de pastillas, que de manera digital le avisa hora, dosis, días y medicamento para tomar. De acuerdo con esto el compartimiento correcto enciende una luz y en un pequeño tablero digital pasa el texto al mismo tiempo que suena una alarma y se activa un vibrador, el tamaño no sobrepasará las mismas dimensiones de una tarjeta de crédito.

Cuando alguien sigue un tratamiento médico con pastillas en algún momento del día, debido a sus múltiples ocupaciones, el trabajo, el estudio, el hogar o sólo por el ritmo de vida, olvidará la hora exacta de tomarlas, pero no piensa en un instrumento que le ayude a recordarlo.

El producto innova y le da un valor agregado al usuario, pues, se incorporará o adaptará elementos que permitan el control de temperatura ambiental y corporal, presión arterial, etc. El beneficio está directamente relacionado con la salud; en la medida que se culmine con éxito un tratamiento médico, físicamente se verá reflejado. Por otra parte se puede controlar el suministro de los medicamentos para los hijos, abuelos, mascotas o simplemente que recuerde la toma de la pastilla anticonceptiva.

La innovación radica en el tablero y sistema digital, la alarma y la luz que enciende el compartimiento del medicamento correcto, el vibrador para aquellos ancianos que no escuchan muy bien, tendrá un diseño agradable, práctico, novedoso, continuamente variable y adaptable a cada necesidad identificada en el mercado.

INTRODUCCIÓN

*Le estamos vendiendo a las personas
la oportunidad de seguir una rutina
o tratamiento médico riguroso.*

INTRODUCCIÓN

En la vida diaria las personas cada vez más carecen de tiempo para realizar sus propias actividades, pues gran parte de sus vidas esta enfocada en el cumplimiento de sus responsabilidades laborales, motivo por el cual su vida familiar, sus ratos de esparcimiento, de ejercicio y por ende todo lo referente con su salud física y mental se ve afectada gradualmente, no solo la del individuo directamente implicado, sino la de las personas y en ocasiones de las mascotas que lo rodean.

Cada vez más se escucha decir en los distintos medios de comunicación que las personas en las últimas décadas están enfermando en edades inferiores; atribuyéndose el origen de todo a un fenómeno conocido como el *stress*, síndrome que reúne múltiples causas como el incremento de la carga laboral, disminución del tiempo para el descanso, el ejercicio, para el consumo de alimentos y de buena calidad, la contaminación ambiental en todas sus facetas, etc.

La creación de nuestro novedoso sistema de dosificación electrónica de pastillas *DIGI-PAST*, es una herramienta que facilitará a los usuarios (pacientes, médicos, enfermeras, droguistas, etc.), recordar el momento adecuado en que deben consumir sus medicamentos y controlar los de sus familiares.

A su vez con la creación de este pastillero, se dará la oportunidad de generar empleo a un grupo interdisciplinario de personas, lo cual genera más bienestar a la población Colombiana.

1

RESUMEN EJECUTIVO

Nuestra compañía y nuestro producto nace después de identificar en personas de la tercera edad, asmáticos, portadores de *VIH*, maniaco depresivos, enfermos de Alzheimer, diabéticos, hipertensos, etc, la necesidad que tienen de seguir un tratamiento médico con pastillas y de recordar la hora exacta para hacerlo de manera continua y responsable. Cuando alguien sigue un tratamiento médico con pastillas en algún momento del día, debido a sus múltiples ocupaciones, el trabajo, el estudio, el hogar o sólo por el ritmo de vida, olvidará la hora exacta de tomarlas, pero no piensa en un instrumento que le ayude a recordarlo; la idea principal es hacerle caer en cuenta de la necesidad que tiene de adquirir nuestro producto.

La empresa diseñará, fabricará y comercializará elementos que regulen la constancia y voluntad en el consumo de medicamentos, que sean de excelente calidad brindando satisfacción y el mejoramiento de nivel de vida de los clientes.

El inicio es con un pastillero con compartimientos para diferentes tipos de pastillas, que de manera digital le avisa hora, dosis, días y medicamento para tomar. De acuerdo con esto el compartimiento correcto enciende una luz y en un pequeño

tablero digital pasa el texto al mismo tiempo que suena una alarma y se activa un vibrador, el tamaño no sobrepasará las mismas dimensiones de una tarjeta de crédito.

El producto innova y le da un valor agregado al usuario, pues, se incorporará o adaptará elementos que permitan el control de temperatura ambiental y corporal, presión arterial, etc. El beneficio está directamente relacionado con la salud; en la medida que se culmine con éxito un tratamiento médico, físicamente se verá reflejado. Por otra parte se puede controlar el suministro de los medicamentos para los hijos, abuelos, mascotas o simplemente que recuerde la toma de la pastilla anticonceptiva.

Manejaremos bajos costos, comparado con otros productos de la misma clase y de producción internacional, gracias a que su desarrollo es llevado a cabo por un equipo interdisciplinario activamente participativo dueño y comprometido con su producto. La innovación radica en el tablero y sistema digital, la alarma y la luz que enciende el compartimiento del medicamento correcto, el vibrador para aquellos ancianos que no escuchan muy bien, tendrá un diseño agradable, práctico, novedoso, continuamente variable y adaptable a cada necesidad identificada en el mercado.

Donaremos además un porcentaje de las utilidades obtenidas, correspondiente a cada una de las ventas en fundaciones o ligas encargadas de ayudar a personas que siguen tratamientos coronarios, oncológicos, de prevención de *VIH* y en general a todos aquellos que tomen medicamentos de forma regular y constante logrando así una relación de mutuo beneficio, pues ellos permiten el acceso de nuestra publicidad a sus instalaciones, de alguna forma harán impulso de nuestro producto y nos permitirá ser identificados como verdaderos formadores de bienestar social.

El portafolio está dirigido a diferentes mercados:

- *Digi-past* de sólo dos compartimientos: (hipertensión, asma, epilepsia)
- *Digi-past* con cuatro compartimientos: (diabetes y deficiencias circulatorias, sida)
- *Digi-past* infantil: con formas atractivas para los niños (ojos, orejas, colores, sonidos especiales, etc.

Y en cada uno de ellos con diferentes diseños que le permitirán escoger al usuario de acuerdo no sólo a su uso sino a su actividad (deportistas, ejecutivos, industriales), formas de llavero, de cronómetro, de reloj, de *discman*, etc; la innovación será latente y el cambio constante.

Con frecuencia nos damos cuenta de los obsequios que los laboratorios farmacéuticos hacen a todos sus médicos colaboradores y en general a sus clientes; es por eso que los calificamos como clientes potenciales, no sólo por sus posibles compras, sino también porque nos permitirá llegar con facilidad a los clientes que más van a utilizar el producto, sólo para empezar hablamos de 450.000 portadores reportados de VIH en Colombia de los cuales el 16% se encuentran en la ciudad de Bogotá, sin contar con 900.000 más no reportados (Fuente: Liga colombiana de lucha contra el vih - SIDA), continuamos con un número de mujeres en Bogotá en edad de utilización de anticonceptivos de 3.360.000 de las cuales 672.000 pertenecen a estratos 4, 5 y 6 (mercado socioeconómico objetivo)(Fuente: Profamilia); las droguerías serían un punto crucial en la conformación del mercado, el cubrimiento de almacenes de cadena y la publicidad agresiva y dirigida de manera masiva nos permitirán posicionarnos en el mercado como líderes en venta de productos de ésta categoría. Nuestro pastillero abre el mercado de la salud (enfermeras, médicos), que si bien es cierto, pueden llegar a ser un sustituto, también es cierto que les puede ayudar en sus labores diarias con precisión y efectividad. El nuevo mercado es amplio, a las personas les gusta la innovación y aquellos elementos que facilitan su trabajo. Muchas personas no conocen los pastilleros tradicionales, pues lo convencional no atrae, pero el nuestro con el valor y la publicidad indicada llegará a ser identificado por muchos.

Se pudo establecer que el producto es innovador, en éste momento no existe en el mercado colombiano algo igual, los que existen son sólo para conservar y transportar los medicamentos, pero ninguno con las características de éste y que recuerde el medicamento.

Trabajamos con un sistema productivo que por definición propia incluye todas las áreas que intervienen en el desarrollo de una Empresa (diseño, fabricación, distribución y venta), actúan ingenieros industriales, ingenieros electrónicos,

publicistas, empresas de logística y transporte, proveedores, vendedores y demás personas que colaborarán en el proyecto y su éxito mantendrá una dinámica y movimiento en la economía y el empleo; se abrirán nuevas alternativas de desarrollo para nuevos productos y cubrir así otras necesidades identificadas y nacientes que impacten en un ambiente social que refleje un mejoramiento en la calidad de vida de los usuarios.

El producto está claramente enfocado hacia un mercado que utiliza con regularidad medicamentos farmacéuticos; es por eso que elegimos Bogotá como plaza central; encontramos en ésta gran ciudad el núcleo administrativo de multinacionales (*Knoll, Abbot, Merck sharp and Dome*, y otras) que permitirán la distribución, conocimiento y venta masiva de nuestros productos, éste tipo de empresas se divide en regionales, distritos comerciales que nos permitirán llegar a los clientes con la necesidad y disponibilidad de adquirirlos; médicos, médicos veterinarios, visitadores médicos, clínicas, droguerías, laboratorios, almacenes de cadena, consumidor final.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

OBJETIVOS GENERALES

- La empresa diseñará, fabricará y comercializará elementos y/o productos que regulen la constancia y voluntad en el consumo de medicamentos, que sean de excelente calidad brindando satisfacción y el mejoramiento de nivel de vida de los clientes.
- Penetrar tanto en el mercado nacional como en el internacional compitiendo con planes estratégicos puntualmente dirigidos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Fortalecer la investigación de la industria de producción de artículos electrónicos; posicionar la empresa como una gran oportunidad de desarrollo tecnológico de acuerdo a su misión.

- Desarrollar una cultura de diversidad de productos que ayuden a mejorar la calidad de vida de nuestros clientes.
- Determinar los diferentes canales de comercialización y distribución.
- Promocionar con adecuadas estrategias publicitarias como prensa, revistas especializadas para el sector farmacéutico, mercaderistas e impulsadoras en ferias como la de la Salud y la Belleza en Corferías, Seminarios de médicos especializados, foros para consecución de clientes.
- Obtener recursos financieros para el fortalecimiento de la organización y beneficio propio.
- Nuestra compañía garantiza continua evolución y variedad de sus productos y la mejor atención al cliente mediante un control de calidad en la materia prima y con la contratación y calificación del personal.
- Al interior, *Digi-past Ltda.* brindará la oportunidad, a los estudiantes de electrónica, ingeniería industrial, ingenieros de sistemas, publicistas, Administradores, y demás carreras afines, de poder realizar sus pasantías y acceder a un empleo justamente remunerado. En este mismo sentido se establece un sistema de bonificaciones a la calidad del servicio y desempeño de los empleados que garantice su compromiso con los clientes y con la empresa.

PRINCIPIOS

- **Igualdad:** Velar porque las actividades de empresa estén orientadas al interés general, sin privilegios especiales a grupos específicos Todos tenemos los mismos derechos y deberes.
- **Moralidad:** Toda actividad debe ser realizada acatando los principios éticos y morales.
- **Eficiencia:** Toda actividad debe logra los mayores logros y resultados en calidad y oportunidad, y que el uso de los recursos sea el más adecuado.
- **Eficacia:** Toda actividad y recursos están dirigidos al logro de los objetivos y metas propuestos en la empresa.

- **Economía:** Busca la medición racional de costos a través de una política sana de austeridad y mesura en el gasto, buscando el logro de los mejores resultados.
- **Efectividad:** Significa hacer lo que se debe, en otras palabras, lo que mayor beneficio genera a la comunidad.
- **Celeridad:** Es la capacidad de respuesta oportuna, ágil, dinámica y óptima a las necesidades sociales, a través de los procesos y desarrollos administrativos que son competencia de la empresa.
- **Imparcialidad:** No se presentará discriminación o tendencia hacia grupos particulares, en la prestación de los servicios.
- **Publicidad:** proporcionar información fidedigna y oportuna en procura de la transparencia de las actuaciones de la empresa.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Para el presente estudio el muestreo se realiza durante el periodo agosto–septiembre de 2004 entre usuarios de servicios médicos (en especial de estricto control) con colaboración personal y voluntaria de profesionales del sector de la salud y de la visita médica, con recolecciones de información semanal durante las ocho semanas del trabajo programado.

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Se utiliza como medio “La Encuesta” la cual permite una evaluación rápida y precisa de las necesidades que observan las personas que siguen tratamientos con pastillas, de los médicos que sugieren un control estricto por parte de sus pacientes, de los acompañantes de los pacientes que consideran no pueden tener un seguimiento y disponibilidad total.

Las variables que contiene la encuesta se refieren a las variables que considera el actual proyecto.

A continuación se presenta el modelo de encuesta utilizado.

ENCUESTA

UNITEC

Estudiantes de 5° semestre de Administración de Finanzas y Negocios Internacionales, realizan un estudio para medir el impacto de un nuevo producto en el mercado, consiste en *un pastillero que permitirá el transporte de medicamentos, además mediante una alarma y un sistema digital recordará al usuario la hora exacta de tomarlos.*

1. ¿Con qué frecuencia usted, o alguien de su familia, consume pastillas o cápsulas (medicamentos, vitaminas, complemento o suplemento alimenticio)?

Entre 1 y 2 veces al día ____ Semanal ____ Mensual ____

2. ¿Usted o su familiar se consideran juiciosos al tomar medicamentos en las horas indicadas?

SI ____ NO ____

3. ¿Conoce usted un pastillero?

Si ____ No ____

4. Si en el mercado usted encontrara el producto descrito anteriormente, ¿lo compraría?

Si ____ No ____

5. ¿A que lugar se dirigiría para comprar un producto como éste?

Droguería ____ Supermercado ____ Tienda Naturista ____

6. ¿Cuánto pagaría por un pastillero con éstas características?

Entre

20.000 y 40.000 ____ 40.000 y 60.000 ____ 60.000 y 80.000 ____

DATOS PERSONALES

Edad

Entre 15 y 25 ____ Entre 26 y 35 ____ Entre 36 y 45 ____ Mayores de 46 ____

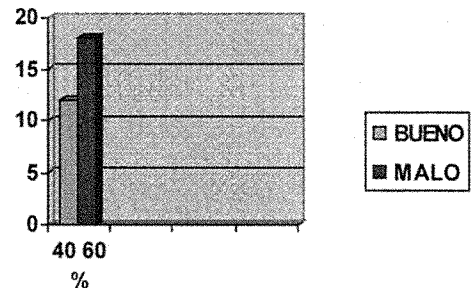
Sexo M ____ F ____ Estrato Social 2 ____ 3 ____ 4 ____ 5 ____ 6 ____

GRAFICACIÓN DE RESULTADOS

Hábitos en la toma, a horas determinadas, de medicamentos.

A la pregunta: ¿Cómo se considera usted para tomar medicamentos a horas indicadas?; la respuesta fue

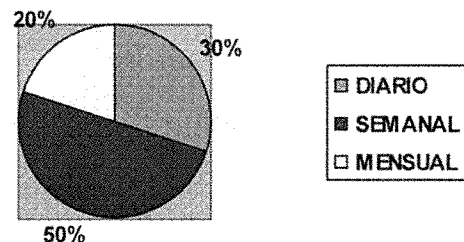
Bueno 120 Malo 180
40% 60%



Frecuencia en la toma de cápsulas.

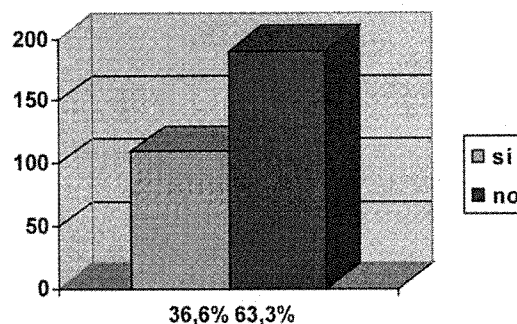
A la pregunta: ¿Con qué frecuencia usted, o alguien de su familia, consume pastillas o cápsulas (medicamentos, vitaminas, complemento o suplemento alimenticio)?; La respuesta fue:

Diario 90 Semanal 150 Mensual 60
30% 50% 20%



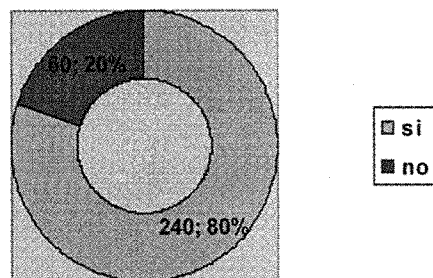
Conocimiento de un pastillero. A la pregunta: ¿Conoce usted un pastillero?; la respuesta fue:

Si 110	No 190
63.3%	36.6%

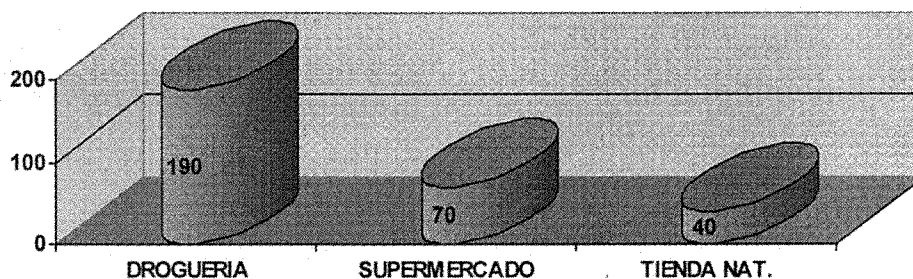


Compraría un producto como el nuestro? A la pregunta: Si en el mercado usted encontrara nuestro producto, ¿lo compraría?; la respuesta fue:

Si 240	No 60
80%	20%



Lugar al que se dirigiría para comprar un producto como éste. A la pregunta: ¿A que lugar se dirigiría para comprar un producto como éste?, la respuesta fue:



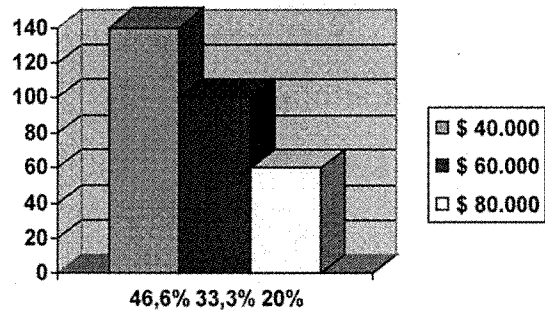
personas que compran en:

Droguería 190	Supermercado 70	Tienda Naturista 40
63.3%	23.3%	13.3%

Pagaría por un producto como éste hasta. A la pregunta: ¿Cuánto pagaría por un pastillero con éstas características?; la respuesta fue:

Entre

20.000 y 40.000	140	46.6%
40.000 y 60.000	100	33.3%
60.000 y 80.000	60	20%



DATOS PERSONALES

Edad

Entre 15 y 25	40	13.3%
Entre 26 y 35	110	36.6%
Entre 36 y 45	60	20%
Mayores de 46	90	30%

Sexo M	160	53.3%
F	140	46.6%

Estrato Social	2 0	3 160	4 50	5 60	6 30
----------------	------------	--------------	-------------	-------------	-------------

2

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

INTRODUCCIÓN

Las políticas económicas han creado condiciones de apertura comercial, lo que ha obligado a las empresas a mejorar sus sistemas administrativos y productivos para poder competir dentro del mercado; así mismo crea nuevas oportunidades de negocio para aquellos visionarios que encuentran la necesidad de fabricar productos existentes sólo en el exterior e importados y comercializados a precios altos.

Bajo este contexto se ha identificado la producción y comercialización de un producto en un espacio segmentado económico y socialmente muy definido en el contexto comercial colombiano. Así *Digi-past* necesita entrar en éste mercado a través de estrategias efectivas de publicidad que le permitan ofrecer su servicio.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Población bogotana 7.978.365 de hab.

Hombre	5%	=	3.600.000
Mujeres	5%	=	4.400.000

Estadísticas de enfermos de:

Hipertensión	18 %	=	144.000
Diabetes	20 %	=	160.000
Asma	15 %	=	120.000
Alzheimer	0.1 %	=	800
Deficiencias circulatorias	35 %	=	280.000
Epilepsia	2 %	=	16.000
Sida	0.9 %	=	72.000
Planificación	20 % (pf)	=	<u>880.000</u>
Total población que sigue tratamientos con pastillas			1.672.800

La proyección de ventas para el primer año se hace sobre el 3% de la población ubicada en estratos socioeconómicos 3, 4 y 5, equivalente a 0.9% del total

$$= \boxed{15.055}$$

Para los dos años siguientes proyectamos un aumento de 10 y 15% respectivamente por conocimiento de producto en el mercado y experiencia en la colocación del mismo.

Fuentes: Secretaría de salud, Profamilia, Liga colombiana de lucha contra el SIDA, DANE.

COMERCIALIZACIÓN Y ESTRATEGIA DE MERCADEO

De acuerdo a los clientes identificados para el servicio que prestará Digi-past, su comercialización es un objetivo que se debe cumplir para alcanzar la rentabilidad propuesta.

El primer esfuerzo en el servicio de la comercialización está en que el equipo de trabajo penetre en la cultura del mercadeo; para lo cual habrá que desarrollar, talleres y seminarios que hagan que todos se enamoren cada día de su producto.

La publicidad exhibida de manera directa en las ligas de lucha contra enfermedades y centros de asistencia médica, será una de nuestras herramientas más importantes.

Las mercaderistas e impulsadoras ubicadas en puntos de venta masiva como droguerías y almacenes de cadena son clave en el desarrollo de nuestra labor comercial y de su amplia y rápida difusión acerca del producto en el mercado; además del material POP que estaremos exhibiendo.

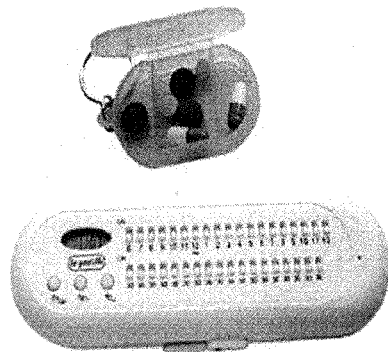
Revistas de salud, eps y de información médica nos permitirán llegar a nuestro mercado objetivo e incluso a aquellas personas que por ahora no necesiten utilizar nuestro producto.

Y por último tenemos a los laboratorios farmacéuticos a quienes estamos llegando con propuestas publicitarias para beneficio en el desarrollo de su propia actividad comercial.

COMPETENCIA

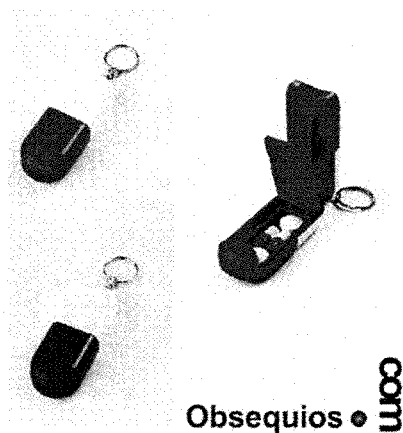
Pastillero con 37 alarmas + llavero

Un perfecto organizador. ¿Le cuesta llevar un orden y mantener la disciplina a la hora de tomar sus pastillas? Este pastillero de 5 compartimentos independientes y capacidad de programación de hasta 37 alarmas al día, será su mejor y más disciplinado ayudante.



Con alarma para recordarle las tareas. Podrá programar una alarma cada media hora durante todo el día para recordarle tareas repetitivas como la toma de medicamentos, cambios de pañales, tomas de temperatura o cambios posturales.

De manejo fácil y cómodo. La capacidad de cada compartimento es para 5 ó 6 pastillas de tamaño normal y su manejo es casi intuitivo y verdaderamente cómodo. ¡Deje que este disciplinado organizador haga más fáciles sus tareas!



Pastillero con guillotina

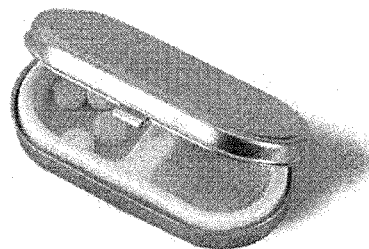
Ref 4314

Precio 1.2

Pastillero metálico

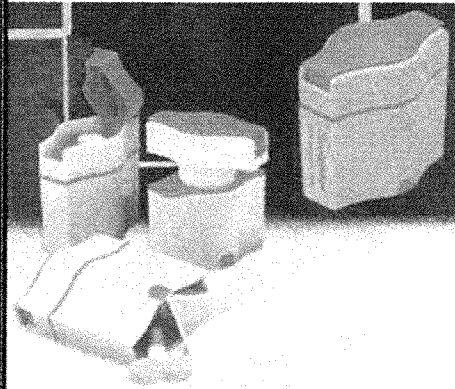
Ref. 3414

Precio 1.75



Obsequios • LUM

Pastillero 3 en 1 - Modelo 6025



Atractivo diseño.

Fácil de portar y guardar en bolsillos, carteras etc.

Con fraccionador - cortador de medicamentos.

Dos compartimentos separados de almacenamiento.

Pieza central para moler medicamentos.

Admite logo publicitario.

Marca Kenki, procedencia Hong Kong.

Pastillero plástico
Ref. 3724
Precio € 3.95



PASTILLEROS MEDICINALES

Distribuidores de famosos pastilleros medicinales de 4 tomas diarias los 7 días de la semana.

El NOVO (con dos modelos A-1 y A-2)

Consta de una caja con siete compartimentos extraíbles individuales que representan cada día de la semana, divididas cada una en cuatro partes iguales para guardar pastillas para el desayuno- almuerzo- merienda y cena. Permiten llevar el compartimento del día en forma individual ocupando un espacio mínimo. Las tapas

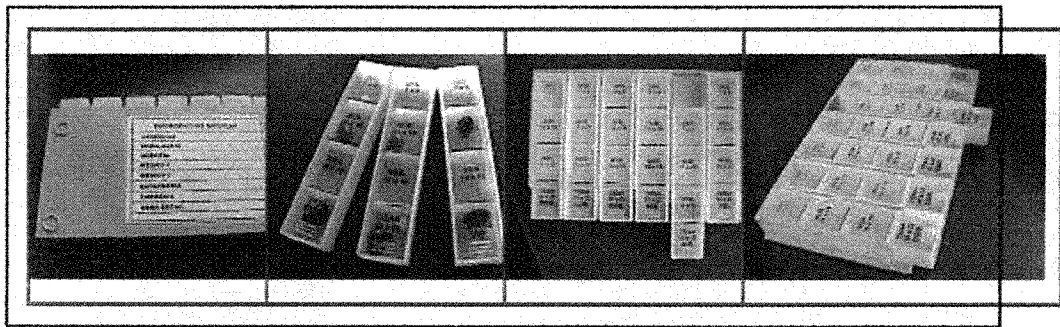
acrílicas superiores son deslizantes. La base de la caja contiene una etiqueta para anotar la información indispensable en momentos de urgencia.

El **ROSS** (B) con idéntica estructura pero sus compartimientos poseen tapas superiores pivotantes con cierre a presión.

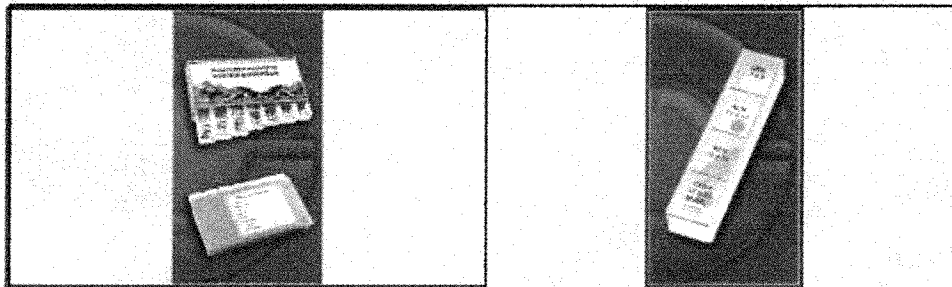
El **MEDIBOX** en caja plástica con tapitas transparentes deslizantes.

Asimismo ofrecemos el pastillero **redondo NOVO** (A-3) con tapa giratoria de una toma diaria los 7 días de la semana.

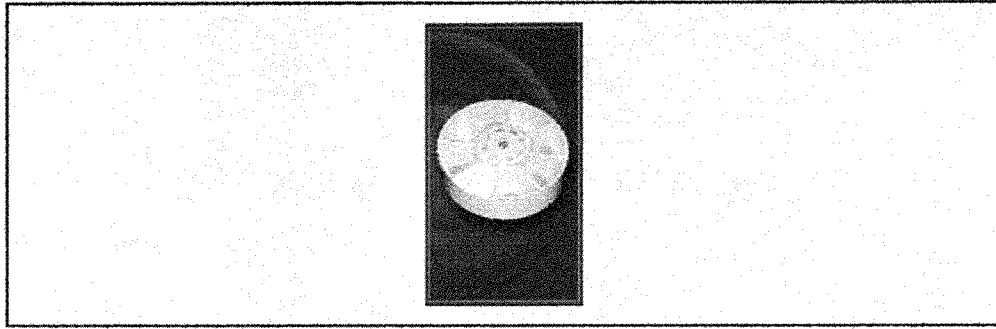
PASTILLERO NOVO - modelo "A" - 1



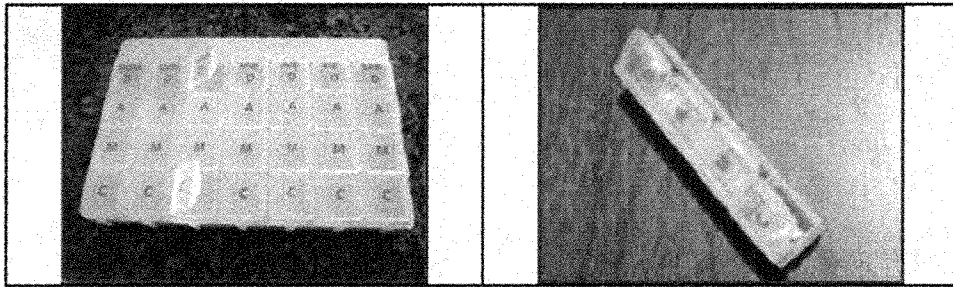
PASTILLERO NOVO - modelo "A" - 2



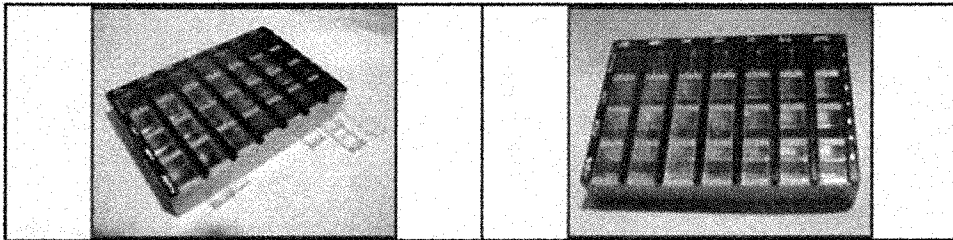
PASTILLERO NOVO - modelo "A" - 3



PASTILLERO ROSS - modelo "B"



PASTILLERO MEDIBOX

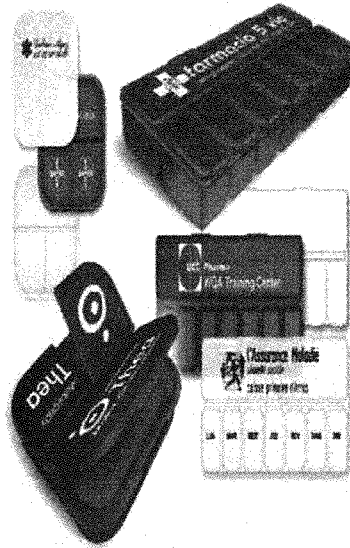


**Desea ser nuestro Representante en el interior...??
CONSULTENOS**

AM INDUMENTARIA

Adm.: Miró 188 6º Piso "A" (1406) Capital Federal
Tel /Fax: 4988-0734 / 0735
E-mail: info@amindumentaria.com.ar

Pastilleros



Corta pastillas

Pastillero semanal irrompible PROTECTOR TOTAL

Pastillero semanal importado grande

Pastillero semanal ventanitas corredizas

Pastillero de 4 ó 7 casilleros

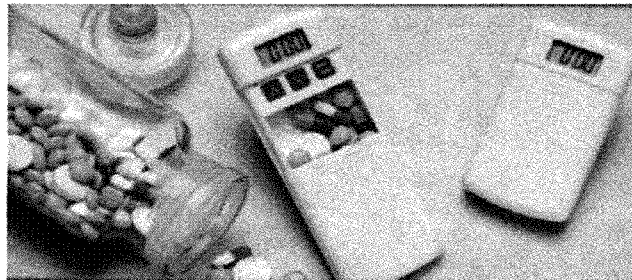
Pastillero semanal en cuatro colores

Triturador de medicación a rosca
desarrollado por elabuelo.com.ar

PASTILLERO DIGITAL

Pastillero de bolsillo para
medicación por intervalos.

Solo pesa 40 gramos.



Programable máximo hasta 23 horas y 59 minutos.

Alarma al final de la cuenta para avisar de la toma.

RESUMEN

Al realizar un estudio de la competencia por Internet, encontramos datos interesantes como que a nivel mundial ya existen pastilleros digitales muy sofisticados, tomamos una muestra de algunos casos a saber:

- Caso 1 pastillero digital con 37 alarmas adicionalmente están regalando un llavero su precio es de 35 E y los gastos de envío son de 7 E; brinda al consumidor una garantía de dos años, incluye folleto en español.
- Caso 2 pastillero en plástico, con un diseño atractivo, con valores agregados como fraccionador - cortador de medicamentos, pieza central para moler los medicamentos, admite logo publicitario de empresa, su marca KENKI su procedencia Hong Kong.
- Caso 3 pastillero con guillotina su precio es de 1.02 E, su ref. 4314, para realizar la compra mínima debe hacerse un pedido de 269 unidades; al igual encontramos el pastillero metálico cuyo precio es de 1.75 E, su ref. 3414 y como mínimo se debe solicitar 214 unidades, en la misma empresa encontramos un pastillero digital con algún tipo de batería recargable
- Caso 4 encontramos pastilleros medicinales de diferentes marcas como: EL NOVO (con dos modelos A-1 y A-2), EL ROSS (modelo A y modelo B), pastillero MEDIBOX, todos estos pastilleros pertenecen a la Capital Federal.
- Caso 5 pastilleros de la empresa Pharma WQA Training Center son pastilleros semanales, con ventanas corredizas.
- Caso 6 encontramos a la Compañía ENVASES DALI S.A. de C.V. y nos presenta una gama de pastilleros cilíndricos.

MATRIZ DOFA

FORTALEZA	DEBILIDADES
Innovación del Producto	Mercado amplio, no enfocado
Equipo Interdisciplinario	Costos elevados del producto
Motivación	El mercado no conoce el producto
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Competencia extranjera	Aceptación del publico
Producto de fácil fabricación y copia	Falta el producto nacional
	Fondo Emprender
	Ley 344/93

ESTRATEGIAS

- Para cubrir nuestro mercado objetivo debemos mostrar una publicidad enfocada y dirigir un mayor esfuerzo a las personas que siguen tratamientos médicos, oncológicos, neurológicos, cardíacos, hormonales, y los demás que necesiten control y dosificación constante.
- Para manejar los costos elevados y reducirlos al máximo, utilizaremos tecnología, material y mano de obra colombiana, así como un equipo profesional interdisciplinario, estudiantes y recién graduados de universidades, que intervengan de manera directa y como pasantías.
- La competencia a nivel mundial se convierte en un punto a favor, pues la compra del producto sólo se hace a través de *internet*, a un alto precio, no hay publicidad y todavía es bajo el porcentaje de los colombianos que compran a través de este medio.
- De otra parte sabemos que no es un producto de primera necesidad, o de consumo masivo, pero al penetrar el mercado a través de los canales de distribución como los médicos, médicos veterinarios, visitadores médicos, clínicas, droguerías, laboratorios, almacenes de cadena, podremos llegar al consumidor final.
- El producto no es conocido por un gran porcentaje de personas, pero, con la encuesta realizada se pudo establecer una muy buena aceptación del producto. El consumidor no adquiere un producto, si su comercial no le crea la necesidad, para lo cual cuenta con dos formas de presentarlo; directamente si se le ofrece de primera mano, indirectamente mediante la exhibición y publicidad a través de los canales de distribución
- Generar empleo es un de los deberes de los Colombianos si algún día queremos ver un país diferente y si deseamos para nuestras próximas generaciones un futuro mejor

3

ESTUDIO TÉCNICO OPERATIVO

FICHA TÉCNICA

- 2, 3 y 5 compartimentos independientes para pastillas.
- Reloj digital, alarma y vibrador.
- Compartimiento con luz individual.
- Capacidad de programación de la alarma: 1 cada ½ hora, doce sonidos.
- Capacidad del compartimiento: 5 ó 6 normales.

Incluye:

- Folleto informativo en español sobre el uso y el manejo del producto.
- Presentación: Llavero.
- Material: plástico.
- Dimensiones: 10 x 5 x 2,3 cm.
- Servicio técnico en nuestras instalaciones y garantía de un año.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN

DISPOSICIÓN POR PRODUCTO O EN LINEA

Digi-past Ltda. adoptará una "Producción en cadena". En este caso, toda la maquinaria y equipo necesario para fabricar nuestros productos se agruparan en una misma zona y se ordenanaran de acuerdo con el proceso de fabricación. Esto se empleará principalmente en los casos en que exista una elevada demanda de uno ó varios productos

Ventajas

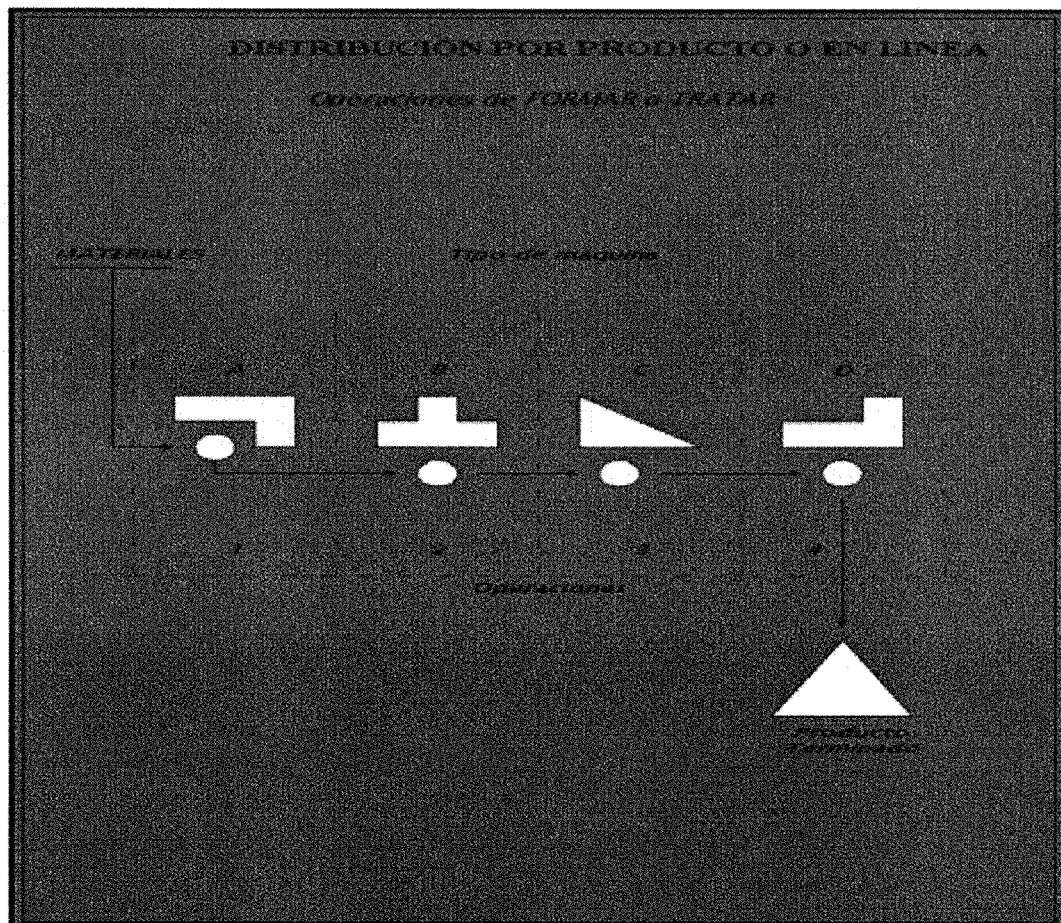
- El trabajo se mueve siguiendo rutas mecánicas directas, lo que hace que sean menores los retrasos en la fabricación.
- Menos manipulación de materiales debido a que el recorrido a la labor es más corto sobre una serie de máquinas sucesivas, contiguas ó puestos de trabajo adyacentes.
- Estrecha coordinación de la fabricación debido al orden definido de las operaciones sobre máquinas contiguas. Menos probabilidades de que se pierdan materiales o que se produzcan retrasos de fabricación.
- Tiempo total de producción menor. Se evitan las demoras entre máquinas.
- Menores cantidades de trabajo en curso, poca acumulación de materiales en las diferentes operaciones y en el tránsito entre éstas.
- Menor superficie de suelo ocupado por unidad de producto debido a la concentración de la fabricación.
- Cantidad limitada de inspección, quizá solamente una antes de que el producto entre en la línea, otra después que salga de ella y poca inspección entre ambos puntos.
- Control de producción muy simplificado. El control visual reemplaza a gran parte del trabajo de papeleo. Menos impresos y registros utilizados. La labor se comprueba a la entrada a la línea de producción y a su salida. Pocas órdenes de

trabajo, pocos boletos de inspección, pocas órdenes de movimiento, etc. menos contabilidad y costos administrativos más bajos.

- Se obtiene una mejor utilización de la mano de obra debido a: que existe mayor especialización del trabajo. Que es más fácil adiestrarlo. Que se tiene mayor afluencia de mano de obra ya que se pueden emplear trabajadores especializados y no especializados.

Este tipo de distribución es recomendable en los siguientes casos:

- Cuando se fabrique una pequeña variedad de piezas o productos.
- Cuando difícilmente se varía el diseño del producto.
- Cuando la demanda es constante y se tiene altos volúmenes.
- Cuando es fácil balancear las operaciones.



Estas son algunas precauciones e investigaciones que nos van a ayudar a ahorrar espacio:

1. Aprovechar las tres dimensiones.
2. Considerar el espacio de almacenamiento exterior.
3. Hacer que las dimensiones de las áreas de almacenamiento sean múltiplos de las dimensiones del producto a almacenar.
4. Colocar la dimensión longitudinal del material, estanterías o contenedores, de forma que quede perpendicular a los pasillos de servicio principales.
5. Usar la anchura apropiada de pasillos y hacer que los pasillos transversales sean de una sola dirección.
6. Clasificar los materiales por su tamaño, peso o frecuencia de movimientos y después almacenarlos en consecuencia.
7. Almacenar hasta el límite máximo de altura fijado.
8. Ajustar el área y el espacio para un momento de máxima actividad con un máximo de carga.
9. Situar los artículos que se hallan de medir, pesar o controlar, en general, cercanos al equipo de medición, pesaje o control.

Precauciones y equipo para el material en espera

1. Protección contra el fuego.
2. Protección contra daños o averías.
3. Protección contra la humedad, corrosión y herrumbre.
4. Protección contra polvo y suciedad.
5. Protección contra frío o calor.
6. Protección contra robo.
7. Protección contra encogimiento, deterioro o desuso.

Factor Servicio:

Los servicios de una planta son las actividades, elementos y personal que sirven y auxilian a la producción. Los servicios mantienen y conservan en actividad a los trabajadores, materiales y maquinaria. Estos servicios comprenden:

Servicios Relativos Al Personal:

En esta clase de servicios se encuentran incluidos los accesos, seguridad de la planta y futuros accidentes, situaciones que deben ser previstas en el momento de llevar a cabo la distribución en planta ya que son de fundamental importancia pues contribuyen a que los procesos sean ágiles y a que los trabajadores se sientan seguros y protegidos. Por otro lado, se garantiza que el trabajo se desarrolle en condiciones y áreas adecuadas y optimas.

Acceso:

En este aspecto, se aplicarán los principios de flujo y de distancias, es decir, que la secuencia de operaciones que un obrero debe seguir debe concordar con su circuito de desplazamiento. El camino y los pasillos existentes entre el punto de llegada del personal y su lugar exacto de trabajo no deben presentar obstrucciones. Se deberán ordenar los ascensores, las escaleras y las vías de acceso, con el fin de que la distancia sea corta y el flujo de personal ágil.

Instalaciones para uso del personal:

La ubicación y disposición de los elementos para uso del personal tienen consideraciones tanto económicas como morales, pues si estos elementos son tratados con negligencia o pasados por alto, incomodarán y ocasionarán pérdida de tiempo y por ende de dinero. Entre estos elementos se pueden encontrar los parqueaderos, los vestuarios, los servicios sanitarios, teléfonos, cafetería, etc. Es preciso lograr que los servicios del personal sean tan apropiados como el espacio o la producción lo hagan posible.

Protección contra el fuego:

Cada país posee leyes contra incendios, que regulan la construcción y distribución de los edificios industriales. En este aspecto se deben estudiar los riesgos de incendio que representan los materiales con los que se va a trabajar, la resistencia al fuego que posee el edificio, la asignación del equipo contra incendios y se deben prever amplios medios de escape para el personal con pasillos claros y sin obstrucciones.

Iluminación:

La iluminación es un elemento importante y necesario que no implica costos elevados. Los diferentes tipos de iluminación (Fluorescente, Incandescente) deben ser escogidos y asignados dependiendo de las necesidades de la planta, del área o de los procesos específicos que vayan a desarrollarse en ella.

Calefacción y ventilación:

La colocación de las unidades de calefacción y ventilación es una consideración importante en algunas distribuciones, ya que al instalar estos equipos debe tenerse en cuenta que debe existir una distancia bastante prudencial entre los mismos y el personal, los materiales y demás maquinaria que posea la planta.

Oficinas

Las oficinas constituyen una parte esencial de una planta de producción eficiente. En este aspecto se evaluarán el número y clase de hombres y de máquinas, y material de cada oficina, necesidades especiales de cada una de las oficinas, el flujo de material y los contactos que se deben establecer con las demás oficinas, visualizándose así, la distribución en un plano adecuado que facilitará la idónea ubicación de las oficinas dentro de la planta, garantizándose que las oficinas cuyas funciones estén relacionadas queden próximas y se agilicen los procesos.

Servicios Relativos a los materiales:

En la distribución en planta se deben destinar áreas en las que se puedan llevar a cabo todas las actividades concernientes a los servicios que requieren los materiales, como por ejemplo los controles de cal... y de producción . asi como también el control a las mermas rechazos y desperdicios. Es decir, se debe dejar espacio para la ubicación de maquinaria utilizada y especializada en estos controles y para el personal de verificación y encargado de realizar las operaciones respectivas.

Control de la Calidad:

Las consideraciones de calidad influyen de un modo directo sobre la distribución en cuanto a la situación de las áreas y equipo de verificación, y a la accesibilidad a las áreas de trabajo. Una buena distribución debe proporcionar a la operación de inspección el espacio y lugar que necesite, es decir, se debe prever espacio, en las áreas de trabajo, para el personal de supervisión e inspectores (Verificadores), con el fin de que su labor garantice un porcentaje muy bajo o casi nulo de desechos, rechazos y de materiales defectuosos.

Control de Producción:

Frecuentemente, el método utilizado para planificar o programar el material, puede limitar completamente una distribución. Otras veces conduce a un mayor manejo, a demoras más largas entre operaciones y a una actividad baja en líneas de fabricación enteras. La planificación y control de la producción, probablemente, afecta a las áreas de almacenaje de la planta y a los puntos de espera más que cualquier otra condición. De ella depende el tiempo de espera entre dos operaciones y regula la cantidad de espacio para las mercancías entrantes y productos terminados. Las circunstancias en las cuales se aconseja un análisis detenido del control de la producción son: la conversión de un tipo de distribución en otro, mucha maquinaria y/o mano de obra parada, mucho material en espera a lo largo del proceso, incumplimiento de promesas de entrega y Supervisores y/o trabajadores buscando materiales, herramientas, planos, etc.

Control de Rechazos, Mermas y Desperdicios:

Los elementos para el control de los rechazos y desperdicios son en varias ocasiones tratados a la ligera por los ingenieros de distribución, lo cual acarrea grandes problemas, pues se olvida que aproximadamente el 25% del material entrante sale de la planta como desechos o residuos, en ocasiones, voluminosos, sucios, peligrosos y otras características que los convierten en un problema mucho mayor. Por lo tanto en el momento de realizar una distribución en planta se hace necesario pensar en la ubicación de equipos de recuperación o reacondicionamiento del material y también de áreas para el control de los mismos.

Servicios Relativos A La Maquinaria:

al momento de llevar a cabo una distribución, se debe reservar espacio físico para poder brindar a la maquinaria los servicios que esta requiere, tales como, el servicio de mantenimiento y el de distribución de líneas de servicio. Permitiéndose de esta manera que el personal de mantenimiento tenga un fácil y rápido acceso a los equipos y que los servicios de los que precisan las maquinas para cumplir con sus requerimientos puedan ser suministrados lo mejor posible y sin grandes traumatismos.

Mantenimiento:

El mantenimiento requiere un espacio adicional, es decir, necesita de espacio de acceso a las máquinas, motores, bombas y todo el equipo restante de proceso y

servicio. Toda distribución operante debe tener en cuenta los hombres y elementos destinados a lubricar, reparar y ocasionalmente reemplazar equipos, maquinarias e instalaciones. Por lo tanto, el distribuidor deberá prever accesos para las operaciones de mantenimiento y reparación que se encuentren cerca de las máquinas.

Distribución de Líneas de Servicios Auxiliares:

La maquinaria y los procesos precisan de determinados servicios, los cuales deben cumplir con ciertos requerimientos con el propósito de adaptarse lo mejor posible a la distribución.

Cuando un proceso requiera diversos líneas de servicio o servicios especialmente costosos, resulta casi esencial agrupar toda la maquinaria correspondiente a tal proceso. El ingeniero de distribución deberá interesarse en la distribución de las líneas de servicio, en cinco aspectos: deberá tenerlas para que funcione su distribución, deberá instalarlas para la economía de la operación, deseará que resulten fácilmente accesibles al equipo, desde cualquier posición, las deseará apartadas del camino de otros elementos, tales como grúas o transportadores, pasillos de mucho tránsito o del suelo mismo de producción y procurará instalarlas donde no representen un peligro para el personal, equipo o material. En cuanto a la distribución eléctrica, se preferirán tener transformadores cercanos a los puntos de utilización. Las líneas de servicio generalmente deben estar situadas en disposición elevada o bajo el suelo. La distribución elevada es fácil de instalar, es accesible y fácil de empalmar, reparar, reemplazar, pintar o realizar en ella cualquier otra operación de mantenimiento. Por otro lado, la distribución bajo el suelo no ocupa el espacio que se puede necesitar para el material de manejo en posición elevada y permite una visión clara de la planta.

Factor Edificio:

Algunas industrias pueden operar en casi cualquier edificio industrial que tenga el número usual de paredes, techos, pisos y líneas de utilización. Unas pocas funcionan realmente sin ningún edificio. Otras, en cambio, requieren estructuras industriales expresamente diseñadas para albergar sus operaciones específicas.

El Edificio es el caparazón que cubre a los operarios, materiales, maquinaria y actividades auxiliares, siendo también una parte integrante de la distribución en planta. El edificio influirá en la distribución sobre todo si ya existe en el momento de proyectarla, razón por la cual las características del edificio llegan a ser en muchas

ocasiones limitaciones a la libertad de distribución. Debido a la cualidad de permanencia, el edificio crea cierta rigidez en la distribución. Los elementos o particularidades del factor edificio son:

Edificio Especial o de Uso General:

Lo primero que debe decidir el ingeniero distribuidor es si desea un edificio "Hecho a medida" o "Fabricado en serie". Los edificios de aplicación general, son aquellos en los que se pueden fabricar diferentes productos con igual facilidad, su costo inicial es menos elevado a causa de los diseños *standard*, materiales de construcción *standard*, y métodos regulares de construcción. Pueden ser adaptados con facilidad a productos nuevos y a nuevos equipos, a cambios en las necesidades de producción o a nuevos propietarios. Por otro lado, los edificios especiales generalmente son más costosos y menos negociables, también se encuentran más expuestos a quedar anticuados o a resultar pequeños, a medida que la producción y los medios para la misma aumentan o cambian al influjo de nuevas condiciones.

Edificio de Uno o Varios Pisos:

Las plantas que requieran más de un piso, como es natural, deberán adoptar el sistema de pisos superiores con el fin de utilizar de un modo económico el terreno.

Se deben usar edificios de un solo piso, incluyendo altillos y/o sótanos cuando concurren las siguientes condiciones: El producto sea grande, pesado o relativamente barato por libra de peso, el peso del equipo dé lugar a grandes cargas sobre el suelo, se precise de un espacio grande y relativamente despejado, el costo del terreno sea bajo y exista terreno disponible para posibles expansiones

Forma del Edificio:

Hoy en día se insiste en construcciones que sean relativamente cuadradas, no obstruidas ni divididas por paredes y construidas a base de secciones rectangulares y que se expansionan añadiendo secciones adicionales en sus extremos laterales. Las operaciones peligrosas, sucias, ruidosas o productoras de vibración deberán separarse en edificio aparte. Las áreas que no toman parte directa en el flujo de producción, como administración, también pueden ser construidos aparte del edificio de producción. Se usará un edificio relativamente cuadrado cuando existan cambios frecuentes en el diseño del producto, mejoras frecuentes en los métodos de proceso, reordenaciones frecuentes de la distribución y restricciones o economías en la cantidad de materiales empleados.

Sótanos o Altillos:

Cuando en una planta se desean tener o ya existen sótanos, se debe comprobar que éstos posean altura suficiente, buena ventilación, cimientos sólidos, amplia iluminación, paredes impermeables y suelos libres de filtraciones o inundaciones de agua. Estas áreas son muy útiles cuando no obedecen a propósitos de producción y proporcionan situaciones adecuadas para ubicar plantas de calefacción, compresores, equipos auxiliares, lavabos o vestuarios. Por otra parte, cuando se precise amplio espacio por encima del equipo, la distribución no deberá ser confinada en un sótano, sino que por el contrario se deberán usar altillos para su trabajo más pequeño o ligero. Los casos típicos en que se usan altillos son cuando se realizan actividades de montaje o submontaje para maquinaria pesada y de gran altura.

Ventanas

Las ventanas permiten que el interior del edificio esté sujeto a los cambios de temperatura del exterior. Existen ciertas condiciones que ayudan a decidir el uso o no de ventanas en un edificio, como por ejemplo, hay que determinar si las máquinas, el personal, el material o el trabajo se ven afectados por los cambios de temperatura, humedad, luz, suciedad o ruidos externos. Las ventanas pueden afectar a la distribución por el brillo, por el ángulo de la luz, calor, frío, humedad, suciedad, ruidos externos o corrientes de aire que afecten al personal y/o al material.

Suelos

El nivel y la resistencia de los suelos son factores importantes en cuanto a la distribución. Los suelos deseables deben presentar ciertas características, tales como que sean lo suficientemente fuertes para soportar el equipo y la maquinaria, que no sea resbaladizo, fácil de limpiar y de reemplazar, entre otras características

Cubiertas y Techos:

Las características de la cubierta o techo que afectarán a una distribución dada son: excedente en altura para máquinas de producción, equipos de proceso y de manejo, respiradores, distribución eléctrica y sistemas de ventilación y calefacción, resistencia para soportar desde arriba o desde abajo maquinaria y diversos equipos y deben poseer una buena conducción del calor para las pérdidas de calor en tiempos fríos y para los efectos sobre el personal en tiempos de excesivo calor.

Paredes y Columnas:

Hoy en día debido a los avances de las ingenierías, son las columnas las que soportan las cargas y las paredes no son necesarias más que como un medio de mantener el interior del edificio a salvo de los elementos del medio exterior. Todo esto es de gran utilidad para la producción, por cuanto significa grandes áreas sin obstrucción. Las paredes interiores o tabiques protegen eficazmente contra humos, vapores, ruido y calor, impidiendo su circulación a través del edificio. El tamaño de las aberturas en las paredes (puertas) no deben ser ni demasiado bajas, ni demasiado estrechas pues limitarían el tamaño del equipo y los elementos de manejo de materiales.

Por otro lado, las columnas interfieren con la colocación de la maquinaria, los pasillos, las áreas de almacenamiento y con el equipo de transporte. Las columnas dan lugar a varios inconvenientes ya que limitan y en ocasiones impiden la ubicación y colocación de todos los elementos, maquinaria y equipos, especialmente de los grandes. Otro problema de distribución es el tener que enfrentarse con un espacio y ordenación de columnas ya existentes en el edificio y sacar el máximo partido del mismo.

Elementos o Particularidades del Emplazamiento:

Existen elementos que impiden la expansión de los edificios y que pueden limitar la distribución o que deben ser alterados. Ejemplos de estos casos son las líneas de ferrocarril, canales, edificios circundantes y carreteras adyacentes a la construcción de la planta. Los edificios están limitados por varios elementos, pero a su vez los edificios también limitan la Distribución.

Factor Cambio:

Las condiciones de trabajo siempre estarán cambiando y esos cambios afectarán a la distribución en mayor o menor grado. El cambio es una parte básica de todo concepto de mejora y su frecuencia y rapidez se va haciendo cada día mayor. Los cambios envuelven modificaciones en los elementos básicos de la producción como hombres, materiales y maquinaria, en las actividades auxiliares y en condiciones externas y uno de los cambios más serios es el de la demanda del producto, puesto que requiere un reajuste de la producción y por lo tanto, de un modo indudable, de la distribución.

Flexibilidad de la Distribución:

La flexibilidad de una distribución significa su facilidad de adaptarse a los cambios, razón por la cual se hace necesario poseer en la planta:

Maquinaria y equipo desplazable: es básicamente el principal elemento en la flexibilidad de una distribución. Se consigue por medio de maquinaria libre de cualquier emplazamiento fijo.

Equipo autónomo:

un equipo autónomo, independiente de los servicios de la planta general, hace mucho en pro de la flexibilidad de una distribución. Ello implica maquinaria que posea sus propios motores y aparatos de arrastre.

Líneas de servicio fácilmente accesibles: la accesibilidad a éstas y a la distribución de servicios permite la flexibilidad. Pueden ser proyectados por adelantado con frecuentes tomas que ofrezcan la posibilidad de conexión y desconexión rápida o bien que sean tan fáciles de cambiar de sitio que puedan ser redistribuidos en forma tan ágil como lo es la maquinaria.

Equipo normalizado:

los estantes de almacenamiento, las secciones de transportador, los motores, las conexiones, etc., si se encuentran normalizados son elementos que conducen todos a la economía tanto en el proyecto de una redistribución como en la ejecución del cambio.

Técnicas de movimiento bien concebidas y previamente planeadas: son la base de movimientos casi diarios en multitud de plantas. La existencia de técnicos y personal de entretenimiento bien entrenados, capaces de mantener en servicio, con efectividad, el equipo móvil, da lugar a un incremento de la flexibilidad de la planta. Al mismo tiempo que se deben tener preparadas dos o más distribuciones para su rápida instalación.

La construcción del edificio: el edificio puede ayudar o estorbar el logro de la flexibilidad. Se requiere de espacios amplios y despejados, con pocas separaciones y un mínimo de obstrucciones.

Básicamente la flexibilidad de una distribución se consigue manteniendo la distribución original tan libre como sea posible de toda característica fija, permanente o especial.

Adaptabilidad y versatilidad de la distribución:

Además de poder adaptarse a las reordenaciones con facilidad, una buena distribución debe poder adaptarse a las emergencias y variaciones de la operación normal, sin tener que ser reordenada. El ingeniero de distribución deberá asegurar la

adaptabilidad proporcionando equipos suplementarios para todas las posibles demoras, estableciendo rutas de flujo sustitutivas (circuitos secundarios) y estableciendo estacionamientos de existencias o stocks de compensación en periodos de horas extras, trabajo de final de semana o turnos extras.

La versatilidad de una distribución se mide por su aptitud para manejar una variedad de productos y/o cantidades diferentes. Una manera de resolver este problema es a través de una planificación mejor, de más espacio de almacenamiento de productos terminados y recorridos más largos. La versatilidad de cualquier distribución depende en gran manera de la versatilidad de la maquinaria y del equipo para enfrentarse con fluctuaciones en la variedad y cantidad y de la habilidad de la supervisión para ajustar y regular las condiciones de operación : horas de trabajo, reasignación de los trabajadores a varias tareas, cambios en las velocidades de los transportadores y equipo, etc.

Expansión

El considerar las futuras expansiones o ampliaciones de la distribución y de sus elementos es un deber del ingeniero de distribución, el cual debe evitar ser negligente al atender o al pensar solamente en las necesidades del presente.

Las expansiones implican el desarrollo general de la propiedad de la compañía y el incremento en capacidad de las áreas o departamentos específicos de operación. Un plan básico de distribución deberá prever una porción de la propiedad para usos futuros y la adición de pisos al edificio e instalación de altillos.

Sin disponer de un plan cuidadosamente pensado, es fácil que se presenten fallos en el camino y que la dirección se pregunte la razón de tantas redistribuciones y además que el personal experimente la impresión de que la compañía no sabe lo que está haciendo, lo cual originará fuertes resistencias a la aceptación de futuras mejoras.

Cambios Externos:

Estos cambios por lo general afectan a varias empresas de manera simultánea. En ocasiones estos cambios influyen en la distribución de un área específica y en otras a toda la distribución interna de la planta. Son muchos los factores externos que tienen incidencia directa sobre las industrias. De aquí que el distribuidor deba hacer todo lo posible para determinar qué cambios externos podrán tener lugar, que afecten a su distribución.

Instalaciones ya existentes que limitan la nueva distribución:

La forma de conseguir que las operaciones continúen mientras se instala nueva distribución es una cuestión puramente de distribución, y que se pasa muy a menudo por alto hasta que llega el momento de instalar la distribución y de cómo hacerlo para causar el mínimo de interrupciones en la producción, con un mínimo de costo y de producción perdida.

Generalmente, cuanto más flexible es una distribución, o cuantas menos características fijas, permanentes o especiales posee, más fácil es hacer la nueva distribución. Por tanto, se procurará reducir las limitaciones de instalación por medio de características que sean favorables a la consecución de la flexibilidad.

ESQUEMA ADMINISTRATIVO - ORGANIGRAMA

CARGOS Y FUNCIONES

INTRODUCCIÓN

Así como en la planificación, el estudio de los elementos de la etapa de organización.

Constituyen un aspecto importante para determinar la situación de una empresa.

En primer lugar las personas que trabajan juntas deben desempeñar ciertas funciones y en segundo lugar, los papeles que cumplen las personas deben diseñarse racionalmente para asegurar que se realicen las actividades requeridas y que éstas se adecuen entre sí de modo que se pueda trabajar sincronizados en forma interrumpida, con eficacia y eficiencia.

El funcionamiento de toda Organización, implica la consideración y aplicación de ciertos principios que constituyen los marcos de referencia conceptual que pueden traducirse en elementos normativos

PERFILES

- **GERENTE:** Profesional en el área de la administración o finanzas, Especialización en gestión de proyectos o similares, amplio conocimiento en

sistemas, manejo de idiomas, experiencia mínima de cinco años en empresas comerciales e industriales.

- **SUBGERENTE COMERCIAL:** Profesional en el área de la mercadeo o publicidad, Especialización relacionada con su área o similares, amplio conocimiento en sistemas, manejo de idiomas, experiencia mínima de cinco años.
- **SUBGERENTE FINANCIERO:** Profesional en el área de la Contaduría, economía finanzas, Especialización relacionada con su área amplio conocimiento en sistemas, manejo de idiomas, experiencia mínima de cinco años.
- **SUBGERENTE DE PRODUCCIÓN:** Profesional en el área de la ingeniería o industrial, Especialización relacionada con su área o similares amplio conocimiento en sistemas, manejo idiomas, experiencia mínima de cinco años.
- **SECRETARIA:** Secretaria Auxiliar contable, excelente manejo de sistemas, ingles, manejo logístico, archivo, servicio al cliente, experiencia mínima de tres años.
- **MENSAJERO:** Bachiller, con licencia de conducción, conocimientos básicos en sistemas, manejo y conocimiento de rutas y del área urbana experiencia mínima de tres años
- **OPERARIO:** Bachiller técnico industrial, conocimiento básico de procesos de producción, experiencia mínima de cinco años.

MANUAL DE FUNCIONES

NOMBRE DEL CARGO:

GERENTE GENERAL

JEFE INMEDIATO:

JUNTA DE SOCIOS

PROPOSITO DEL CARGO: Es el punto de enlace entre el medio externo y la totalidad de la empresa a su vez, la finalidad es estudiar el mercado.

FUNCIONES

- Trazar estrategias tendientes a buscar el crecimiento y posicionamiento de la empresa.
- Establecer las políticas generales para el manejo de la empresa.

- Establecer las normas y los procedimientos para el control, la administración , el análisis y evaluación de la gestión de la empresa
- Orientar, Coordinar y controlar la elaboración de planes y programas de la empresa.
- Planear , organizar y controlar las actividades que desarrolla la empresa
- Velar porque los objetivos trazados por la compañía se cumplan
- Participar en el proceso de contratación y venta de servicios a otras empresas.
- Velar porque se cumplan los parámetros de calidad en la prestación de los servicios.
- Recaudar y manejar los recursos económicos de la empresa.
- Diseñar y establecer las políticas para manejo de personal
- Cumplir y hacer cumplir las normas y el reglamento interno de trabajo
- Velar porque la empresa cumpla con todos los requisitos exigidos por la ley y las diferentes entidades de control.
- Citar a reuniones a los socios de la compañía.
- Evaluar los resultados y objetivos propuestos.

NOMBRE DEL CARGO:

SUBGERENTE COMERCIAL

JEFE INMEDIATO:

JUNTA DE SOCIOS

PROPOSITO DEL CARGO: Planeación, organización, dirección, control y evaluación de todas las actividades que realiza el departamento comercial. Trazar los objetivos y metas tendientes al cumplimiento de los objetivos de su departamento

FUNCIONES

- Establecer las normas y los procedimientos para el control, la administración, el análisis y evaluación de la gestión comercial.
- Trazar estrategias tendientes a buscar el crecimiento y posicionamiento de la empresa en el sector.
- Establecer las normas y los procedimientos para el control, la administración, el análisis y evaluación de la gestión comercial.

- Orientar, Coordinar y controlar la elaboración de planes y programas comerciales de la empresa.
- Diseñar y establecer las políticas para manejo de personal de ventas, clientes y proveedores.
- Presentar informes comerciales y administrativos a los socios.

NOMBRE DEL CARGO:

SUBGERENTE

ADMINISTRATIVO Y

FINANCIERO

JEFE INMEDIATO:

JUNTA DE SOCIOS

PROPOSITO DEL CARGO: Planeación, organización, dirección, control y evaluación de todas las actividades que realiza el departamento financiero. Trazar los objetivos y metas tendientes al cumplimiento de los objetivos propuestos por su departamento.

FUNCIONES

- Establecer las normas y los procedimientos para el control, la administración, el análisis y evaluación de la gestión financiera.
- Trazar estrategias tendientes a buscar el crecimiento y posicionamiento de la empresa en el sector.
- Establecer las normas y los procedimientos para el control, la administración, el análisis y evaluación de la gestión financiera.
- Orientar, Coordinar y controlar la elaboración de planes y programas financieros de la empresa.
- Dirigir el proceso contable y el análisis de los estados financieros.
- Analizar los informes de ejecución presupuestal, desviación de costos y estados financieros.
- Recaudar y manejar los recursos económicos de la empresa.
- Elaborar el presupuesto anual de la empresa.
- Elaborar el flujo de caja mensual y efectuar el pago a los proveedores.
- Efectuar el pago de nomina.

- Dirigir el control de costos.
- Diseñar y establecer las políticas para manejo de personal.
- Presentar informes financieros y administrativos a los socios.

NOMBRE DEL CARGO:

**SUBGERENTE DE
PRODUCCION**

JEFE INMEDIATO:

GERENTE GENERAL

PROPOSITO DEL CARGO: Planeación, organización, dirección, control y evaluación de todas las actividades que realiza el departamento de producción. Trazar los objetivos y metas tendientes al cumplimiento de los objetivos propuestos por su departamento

FUNCIONES

- Establecer las normas y los procedimientos para el control, la administración, el análisis y evaluación del departamento de producción.
- Trazar estrategias tendientes a buscar el crecimiento de la producción.
- Fijar normas para el manejo adecuado de maquinaria y los elementos básicos exigidos por la Ley.
- Hacer continuo control de calidad a cada uno de los procesos de la producción.
- Ordenar el mantenimiento oportuno de las maquinas, para evitar detener el proceso de producción.
- Planificar con anterioridad la adquisición de materia prima
- Orientar, Coordinar y controlar la elaboración de planes y programas comerciales de la empresa.
- Diseñar y establecer las políticas para manejo de personal de producción (operarios).
- Presentar informes del departamento a los socios.

NOMBRE DEL CARGO:

SECRETARIA

JEFE INMEDIATO:

GERENTE GENERAL

PROPOSITO DEL CARGO: Es el canal entre Gerente – Empresa y Gerente – proveedores. Tiene a su cargo confiabilidad y manejo de la información de una

organización, a su vez es la encargada de manejar, mensajeros, auxiliares de cafetería, vigilantes.

FUNCIONES:

- Llevar y mantener control estricto de la correspondencia enviada y recibida.
- Elaboración de todo tipo de documentos en computador.
- Mantener la discreción en relación a documentación y/o información que maneje.
- Organizar y mantener actualizado los Archivos de la oficina, documentos y elaborar actas.
- Será responsabilidad de la transmisión oportuna de la información que sea de carácter urgente, incluyendo vía fax, *mils*, etc.
- Vela por el buen uso y mantenimiento del equipo de oficina a su cargo.
- Redactar la correspondencia de acuerdo a instrucciones recibidas, llevar la agenda de reuniones, citas, compromisos y otras actividades de su jefe y mantenerlo informado al respecto.
- Coordinar las diferentes diligencias que tenga que realizar el mensajero
- Realizar las compras mínimas, autorizadas por caja menor como son el suministro de elementos de aseo y cafetería

NOMBRE DEL CARGO:

MENSAJERO

JEFE INMEDIATO:

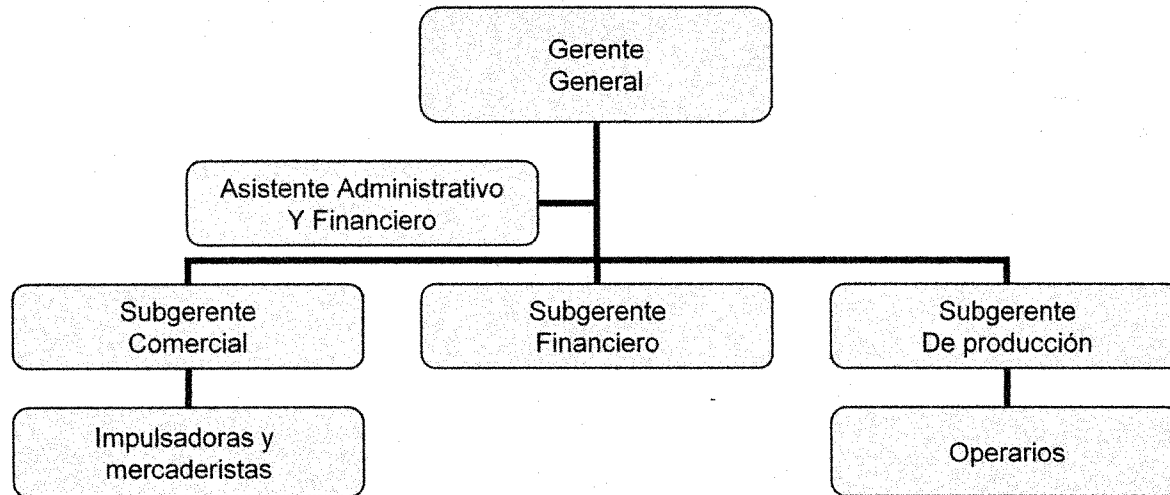
SECRETARIA

PROPOSITO DEL CARGO: Apoyar a la empresa en la entrega y recolección de documentos, pagos y demás diligencias que tienen que ver con el desarrollo de la empresa.

FUNCIONES

- Hacer las respectivas diligencias en cada uno de los bancos.
- Entrega y recolección de documentos, papelería, insumos, etc.
- Tomar fotocopias
- Traer y llevar la correspondencia dentro de la ciudad y eventualmente fuera de ella a sitios cercanos.
- Colaborar eventualmente con las actividades de servicios generales que se le asignen.

DIGI-PAST ORGANIGRAMA



POLÍTICAS DE VENTA

- Todos los pedidos serán atendidos en el orden en que son recibidos
- Al momento de realizar un pedido se les informa al **EL CLIENTE** que nuestros precios ya incluyen el IVA en la lista de precios del equipo. Al momento de realizar un pedido nos reservamos el derecho a separar el (los) producto(s) ordenados de nuestro inventario, estos se hará ÚNICAMENTE con el fin de Separarlos con el 50% de anticipo Y el otro 50% se hará al momento de entregarle el producto.
- Nuestros CLIENTES, después de hacer el 50% de anticipo se les apartara el producto y se les entregara como un máximo de 3 días y como mínimo de 2 días, ya que por el motivo de ensamblarle nuestro producto, se le hacen las pruebas necesarias para evitar posibles fallas después de la entrega.
- A nuestro CLIENTES, después de dar los 50% de anticipo, se les notificara por correo electrónico o por vía telefónica de que el producto esta lista para poder recogerla o personalmente se les enviara a su domicilio su producto sin ningún costo.
- El equipo tendrá una garantía de 3 meses contada a partir de entregarle el producto al cliente
- Algunos de nuestros productos podrán ser vendidos en el exterior , pero el flete y el seguro corren por cuenta del comprador
- Los pagos pueden efectuarse en efectivo, con cheque previamente confirmado o por consignación a nuestra cuenta enviada por fax y confirmada con el banco.
- Cualquier otro en particular será atendido por nuestro ejecutivo de venta.

RECURSOS TÉCNICOS E INSUMOS

DIGI-PAST	Materias Primas	Costo Unitario
	CARCASA PLÀSTICA	\$ 2.700
	RELOJ	\$ 7.200
	LETS	\$ 400
	PANTALLA LCD	\$ 15.000
	ALARMA	\$ 800
	VIBRADOR	\$ 1.300
	MICROCONTROLADOR	\$ 10.000
	RESISTENCIA	\$ 1.300
	CONDENSADOR	\$ 500
	RESONADOR	\$ 200
	OTROS	\$ 1.000
	TOTAL	\$ 40.400

4 *PLAN ORGANIZACIONAL Y LEGAL*

DIGI-PAST LTDA

ACTA No. 0001

En la ciudad de Bogota, el día diecisiete (17) de agosto de dos mil cuatro (2004), siendo las 10:00 AM, se reunieron con el fin de llevar a cabo la constitución de la sociedad

LUISA FERNANDA ROSADA AZUERO

CAMILA BERNAL SANTOS

JOSE DEIVER ZAPATA LOPEZ

A continuación se dio lectura a la orden del día:

1. Verificación del Quórum
2. Constitución de la sociedad y definición del objeto social
3. Nombramiento del gerente
4. Constitución del capital social
5. Razón Social
6. Domicilio

Habiendo sido aprobado lo anterior se dio al desarrollo del orden del día

1. Se verifico el quórum y todos los socios estuvieron presentes
2. se constituye la sociedad, teniendo en cuenta que cada uno de los socios presento las siguientes ideas:
 - Comercialización de licores
 - Producción y comercialización de soportes para calculadoras
 - Producción y comercialización de pañales que según el color le avisen a la mama cuando cambiar sus bebe
 - Cascos electrónicos que permitan la comunicación entre motociclistas
 - Tintura para perros ó mascotas
 - Elaboración, producción y comercialización de pastilleros digitales
3. Se eligió por unanimidad de los socios que el objeto social será la elaboración, producción y comercialización de pastilleros digitales, por lo innovador y rentable que puede llagar a ser el producto
4. Por unanimidad se eligió a la señora Luisa Fernanda Rosada Azuero quien será la representante legal de la sociedad podrá ejecutar todas las transacciones necesarias para el funcionamiento de la empresa. Tendrá un limite para realizar operaciones hasta de quince millones de pesos \$ 15.000.000 a partir del cual tendrá que pedir autorización a la junta de socios

5. El capital esta constituido por 90 cuotas a un valor nominal de mil pesos m/cte (\$ 1.000), cada una distribuida así:

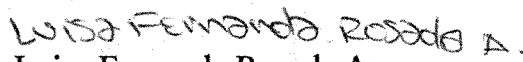
SOCIO	No CUOTAS	Vr. TOTAL	% DE PART.
LUISA FERNANDA ROSADA	30	5.333.333	33.333%
CAMILA BERNAL SANTOS	30	5.333.333	33.333%
JOSE DEIVER ZATATA	30	5.333.333	33.333%


6. La razón social de la sociedad será DIGI-PAST LTDA


7. La sociedad tendrá se domicilio principal en la ciudad de Bogota

Después de un receso para su elaboración, fue leída la presente acta la cual fue aprobada por unanimidad

No siendo otro el objeto de esta reunión, se dio por terminada, siendo las 12:00 p.m. del diecisiete de agosto de dos mil cuatro (2004), se firma la presente acta por quienes en ella intervinieron


Luisa Fernanda Rosada Azuero
C.C. 39.792.341 de Bogota


Camila Bernal Santos
C.C.52.705.285 de Bogota


José Deiver Zapata Lopez
C.C. 89.006.366 de Armenia

Bogota, agosto 20 de 2004

Señores

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

Ciudad

REF: Solicitud inscripción libros

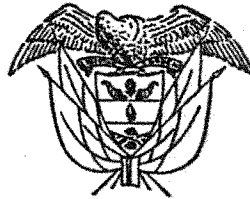
Apreciados señores:

Con el fin de que se sirvan inscribir en esa Cámara, adjunto les acompañamos los siguientes libros debidamente identificados y rotulados, correspondiente a la empresa DIGI-PAST LTDA

- Libro Mayor y Balances
- Libro Diario Columnario
- Libro de Inventarios
- Libro copiator de actas
- Libro registro de Socios

Agradecemos la atención prestada,
Cordialmente,

Juan B. León



CLARA.

REPUBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA

NOTARIA DECIMA

DEL CIRCULO DE BOGOTA D.E.

CALLE 12 No. 5-86

TELEFONOS: 429-214 - 420-837

PRIMERA COPIA DE LA ESCRITURA No. 5.000

DE 17 DE AGOSTO DE 2004

CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD :

~~DIET~~ ~~PAST~~ LTDA

60039090

SERGIO FRANCO LEON
NOTARIO DECIMO

Luisa Fernanda Rosada Azuero

Gerente

CONSTITUCIÓN

CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD LIMITADA

En la ciudad de Bogota. departamento de Cundinamarca, República de Colombia, a los ..17...de Agosto de 20004, ante mi... SEGIO FRANCO LEON... Notario,10... del Círculo de .BOGOTA, comparecieron ..Luisa Fernanda Rosada Azuero, Camila Bernal Santos, José Deiver Zapata López., todos mayores de edad y domiciliados en bogota, con sociedad conyugal vigente, identificados como la cédula de ciudadanía N°. .39.792.341 de Bogotá. 52.705.285, de Bogotá 80.006.366 de Armenia., en su orden, quienes manifestaron que por medio del presente instrumento público han decidido constituir una sociedad limitada la cual se registrá por los siguientes:

Estatutos

CAPÍTULO I La Sociedad en General.

ART. 1°—Son socios de la compañía comercial que por esta escritura se constituye, los señores.

ART. 2°—La sociedad será de responsabilidad limitada y girará bajo la razón social (o denominación) de DIGI -PAST "Limitada".

ART. 3°—El domicilio de la sociedad será la ciudad de .Bogotá., pero podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la junta general de socios y con arreglo a la ley.

ART. 4°—La sociedad tendrá como objeto principal, las siguientes actividades

ART. 5°—La sociedad tendrá un capital de 16.000 000., representado en .90. cuotas de un valor igual de 1.000, cada una. Este capital ha sido suscrito y pagado en su integridad así

LUISA FERNANDA ROSADA	30	5.333.333	33.333%
CAMILA BERNAL SANTOS	30	5.333.333	33.333%
JOSE DEIVER ZATATA	30	5.333.333	33.333%

ART. 6°—La responsabilidad de los socios queda limitada al valor de sus aportes .

ART. 7°—La sociedad llevará un libro de registro de socios, registrado en la cámara de comercio, en el que se anotarán el nombre, nacionalidad, domicilio, documento de identificación y número de cuotas que cada uno posea, así como los embargos, gravámenes y cesiones que se hubieren efectuado, aun por vía de remate.

ART. 8°—Los socios tendrán derecho a ceder sus cuotas, lo que implicará una reforma estatutaria y de consiguiente se hará por escritura pública, previa aprobación de la junta de socios (y autorización de la Superintendencia de Sociedades, si la

sociedad va a estar o está sometida a su vigilancia). La escritura será otorgada por el representante legal de la compañía, el cedente y el cesionario.

ART. 9°.—El socio que pretenda ceder sus cuotas las ofrecerá a los demás socios por conducto del representante legal de la compañía, quien les dará traslado inmediatamente y por escrito a fin de que dentro de los quince días hábiles siguientes al traslado manifiesten si tienen interés en adquirirlas. Transcurrido este lapso los socios que acepten la oferta tendrán derecho a tomarlas a prorrata de las cuotas que posean. En caso de que alguno o algunos no las tomen, su derecho acrecerá a los demás, también a prorrata. El precio, el plazo y las demás condiciones de la cesión se expresarán en la oferta.

ART. 10.—Si los socios interesados en adquirir las cuotas discreparen respecto del precio o del plazo, se designarán peritos, conforme al procedimiento que indique la ley para que fijen uno u otro. El justiprecio y el plazo determinados serán obligatorios para las partes. Sin embargo, éstas podrán convenir en que las condiciones de la oferta sean definitivas si fueren más favorables a los presuntos cesionarios que las fijadas por los peritos.

ART. 11.—Si ningún socio manifiesta interés en adquirir las cuotas dentro del plazo señalado en el artículo 9°, ni se obtiene el voto de la mayoría del (%) de las cuotas en que se divide el capital social para el ingreso de un extraño, la sociedad presentará por conducto de su representante legal, dentro de los sesenta días hábiles siguientes a la petición del cedente, una o más personas que las adquieran, aplicando para el caso las normas que antes se han expresado. Si dentro de los veinte días hábiles siguientes no se perfecciona la cesión, los socios optarán por decretar la disolución de la sociedad o la exclusión del socio interesado en ceder las cuotas, las que se liquidarán en la forma indicada en los artículos anteriores.

CAPÍTULO II

Dirección y administración de la sociedad

ART. 12.—La dirección y administración de la sociedad estarán a cargo de los siguientes órganos: a) La junta general de socios, y b) el gerente. La sociedad también podrá tener un revisor fiscal, cuando así lo dispusiere cualquier número de socios excluidos de la administración que representen no menos del veinte por ciento (20%) del capital.

CAPÍTULO III

Junta General de Socios

ART. 13.—La junta general de socios la integran los socios reunidos con el quórum y en las demás condiciones establecidas en estos estatutos. Sus reuniones serán ordinarias y extraordinarias. Las ordinarias se celebrarán dentro de los tres primeros meses siguientes al vencimiento del ejercicio social, por convocatoria del gerente, hecha mediante comunicación por escrito dirigida a cada uno de los socios con quince días hábiles de anticipación, por lo menos. Si convocada la junta ésta no se reuniere, o si la convocatoria no se hiciera con la anticipación indicada, entonces se reunirá por derecho propio el primer día hábil del mes de abril, a las 10 a.m., en las oficinas de la administración del domicilio principal.

ART. 14.—Las reuniones ordinarias tendrán por objeto examinar la situación de la sociedad, designar los administradores y demás funcionarios de su elección, determinar las directrices económicas de la compañía, considerar las cuentas y balances del último ejercicio, resolver sobre la distribución de utilidades y acordar todas las providencias necesarias para asegurar el cumplimiento del objeto social. Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando las necesidades imprevistas o urgentes de la compañía así lo exijan, por convocatoria del gerente (y del revisor fiscal, si lo hubiere) o a solicitud de un número de socios representantes de la cuarta parte por lo menos del capital social. La convocatoria para las reuniones extraordinarias se hará en la misma forma que para las ordinarias, pero con una anticipación de cinco días comunes a menos que en ellas hayan de aprobarse cuentas y balances generales de fin de ejercicio, pues entonces la convocatoria se hará con la misma anticipación prevista para las ordinarias.

ART. 15.—Las reuniones de la junta general de socios se efectuarán en el domicilio social. Sin embargo, podrá reunirse válidamente cualquier día y en cualquier lugar sin previa convocatoria, cuando se hallare representada la totalidad de las cuotas que integran el capital social.

ART. 16.—Con el aviso de convocatoria para las reuniones extraordinarias se especificarán los asuntos sobre los que se deliberará y decidirá, sin que puedan tratarse temas distintos, a menos que así lo disponga el (.....%) de las cuotas representadas, una vez agotado el orden del día. En todo caso, podrá remover a los administradores y demás funcionarios cuya designación les corresponda.

ART. 17.—Si se convoca la junta general de socios y la reunión no se efectúa por falta de quórum, se citará a una nueva reunión que sesionará y decidirá válidamente con un número plural de socios, cualquiera que sea la cantidad de cuotas que esté representada. La nueva reunión deberá efectuarse no antes de los diez días hábiles ni después de los treinta días, también hábiles, contados desde la fecha fijada para la primera reunión. Cuando la junta se reúna en sesión ordinaria por derecho propio el primer día hábil del mes de abril también podrá deliberar y decidir válidamente en los términos anteriores. En todo caso, las reformas estatutarias se adoptarán con la mayoría requerida por la ley o por estos estatutos, cuando así la misma ley lo dispusiere.

ART. 18.—Habrá quórum para deliberar tanto en las sesiones ordinarias como en las extraordinarias con un número plural de socios que representen de las cuotas en que se encuentra dividido el capital social, salvo que la ley o los estatutos establezcan otra cosa. Con la misma salvedad, las reformas estatutarias se adoptarán con el voto favorable de un número plural de socios que representen de las cuotas correspondientes al capital social. Para estos efectos, cada cuota dará derecho a un voto, sin restricción alguna. En las votaciones para integrar una misma junta o cuerpo colegiado, se dará aplicación al cociente electoral.

ART. 19.—Todo socio podrá hacerse representar en las reuniones de la junta general de socios mediante poder otorgado por escrito, en el que se indique el nombre del apoderado, la persona en quien éste puede sustituirlo y la fecha de la reunión para la cual se confiere, así como los demás requisitos señalados en los estatutos. El poder otorgado podrá comprender dos o más reuniones de la junta general de socios.

ART. 20.—Las decisiones de la junta general de socios se harán constar en actas aprobadas por la misma, o por las personas que se designen en la reunión para tal efecto, y firmadas por el presidente y el secretario de la misma, en las cuales deberá indicarse su número, el lugar, la fecha y hora de la reunión; el número de cuotas en que se divide el capital, la forma y la antelación de la convocatoria; la lista de los asistentes, con indicación del número de cuotas propias o ajenas que representen; los asuntos tratados; las decisiones adoptadas y el número de votos emitidos en favor, en contra o en blanco; las constancias escritas presentadas por los asistentes durante la reunión; las designaciones efectuadas, y la fecha y hora de su clausura.

ART. 21.—Son funciones de la junta general de socios:

- a) Estudiar y aprobar las reformas de estatutos;
- b) Examinar, aprobar o improbar los balances de fin de ejercicio y las cuentas que deben rendir los administradores;
- c) Disponer de las utilidades sociales conforme a lo previsto en estos estatutos y en la ley;
- d) Elegir y remover libremente al gerente y a su suplente, así como fijar la remuneración del primero;
- e) Elegir, remover libremente y fijar la remuneración que corresponda a los demás funcionarios de su elección;
- f) Considerar los informes que debe presentar el gerente en las reuniones ordinarias y cuando la misma junta se los solicite;
- g) Constituir las reservas que deba hacer la sociedad e indicar su inversión provisional;
- h) Resolver sobre todo lo relativo a la cesión de cuotas, así como a la admisión de nuevos socios;
- i) Decidir sobre el registro y exclusión de socios;
- j) Ordenar las acciones que correspondan contra los administradores de los bienes sociales, el representante legal, el revisor fiscal (si lo hubiere), o contra cualquiera otra persona que hubiere incumplido sus obligaciones u ocasionado daños o perjuicios a la sociedad;
- k) Autorizar la solicitud de celebración de concordato preventivo potestativo;
- l) Constituir apoderados extrajudiciales, precisándoles sus facultades; y
- ll) Las demás que le asignen las leyes y estos estatutos.

CAPÍTULO IV

Gerente

ART. 22.—La sociedad tendrá un gerente de libre nombramiento y remoción de la junta general de socios, el cual tendrá un suplente (o dos, según lo quieran los interesados), que lo reemplazará en sus faltas absolutas, temporales o accidentales y cuya designación y remoción corresponderá también a la junta. El gerente tendrá un período de años, sin perjuicio de que pueda ser reelegido indefinidamente o removido en cualquier tiempo.

ART. 23.—El gerente es el representante legal de la sociedad, con facultades, por lo tanto, para ejecutar todos los actos y contratos acordes con la naturaleza de su

encargo y que se relacionen directamente con el giro ordinario de los negocios sociales. En especial, el gerente tendrá las siguientes funciones:

- a) Usar de la firma o razón social;
- b) Designar al secretario de la compañía, que lo será también de la junta general de socios;
- c) Designar los empleados que requiera el normal funcionamiento de la compañía y señalarles su remuneración, excepto cuando se trate de aquellos que por ley o por estos estatutos deban ser designados por la junta general de socios;
- d) Presentar un informe de su gestión a la junta general de socios en sus reuniones ordinarias y el balance general de fin de ejercicio con un proyecto de distribución de utilidades;
- e) Convocar a la junta general de socios a reuniones ordinarias y extraordinarias;
- f) Nombrar los árbitros que correspondan a la sociedad en virtud de compromisos, cuando así lo autorice la junta general de socios, y de la cláusula compromisoria que en estos estatutos se pacta; y
- g) Constituir los apoderados judiciales necesarios para la defensa de los intereses sociales.

PAR.—El gerente requerirá autorización previa de la junta general de socios para la ejecución de todo acto o contrato que exceda de (\$).

CAPÍTULO V Secretario

ART. 24.—La sociedad tendrá un secretario de libre nombramiento y remoción del gerente. Corresponderá al secretario llevar los libros de registro de socios y de actas de la junta general de socios y de actas de la junta general de socios y tendrá, además, las funciones adicionales que le encomienden la misma junta y el gerente.

CAPÍTULO VI Inventario, balance y reserva legal

ART. 25.—Anualmente, el 31 de diciembre, se cortarán las cuentas y se harán el inventario y el balance general de fin de ejercicio que, junto con el respectivo estado de pérdidas y ganancias, el informe del gerente y un proyecto de distribución de utilidades, se presentará por éste a la consideración de la junta general de socios. Para determinar los resultados definitivos de las operaciones realizadas en el correspondiente ejercicio será necesario que se hayan apropiado previamente, de acuerdo con las leyes y con las normas de contabilidad, las partidas necesarias para atender el deprecio, desvalorización y garantía del patrimonio social.

ART. 26.—La sociedad formará una reserva legal con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio, hasta completar el cincuenta por ciento (50%) del capital social. En caso de que este último porcentaje disminuyere por cualquier causa, la sociedad deberá seguir apropiando el mismo diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de los ejercicios siguientes hasta cuando la reserva legal alcance nuevamente el límite fijado.

ART. 27.—La junta general de socios podrá constituir reservas ocasionales, siempre que tengan una destinación específica y estén debidamente justificadas. Antes de formar cualquier reserva, se harán las apropiaciones necesarias para atender el pago de impuestos. Hechas las deducciones por este concepto y las reservas que acuerde la

junta general de socios, incluida la reserva legal, el remanente de las utilidades líquidas se repartirá entre los socios en proporción a las cuotas que poseen.

ART. 28.—En caso de pérdidas, éstas se enjugarán con las reservas que se hayan constituido para ese fin y, en su defecto, con la reserva legal. Las reservas cuya finalidad fuere la de absolver determinadas pérdidas no se podrán emplear para cubrir otras distintas, salvo que así lo decida la junta general de socios. Si la reserva legal fuere insuficiente para enjugar el déficit de capital, se aplicarán a este fin los beneficios sociales de los ejercicios siguientes.

CAPÍTULO VI Disolución y liquidación

ART. 29.—La sociedad durará por el término de años, contados desde la fecha de esta escritura y se disolverá por las siguientes causales:

- a) Por vencimiento del término de su duración. Si antes no fuere prorrogado válidamente;
- b) Por la imposibilidad de desarrollar la empresa social, por la terminación de la misma o por la extinción de la cosa o cosas cuya explotación constituye su objeto;
- c) Por aumento del número de socios a más de veinticinco;
- d) Por la iniciación del trámite de liquidación obligatoria de la sociedad;
- e) Por decisión de la junta general de socios, adoptada conforme a las reglas dadas para las reformas estatutarias y a las prescripciones de la ley;
- f) Por decisión de autoridad competente en los casos expresamente previstos en la ley;
- g) Por ocurrencia de pérdidas que reduzcan el capital por debajo del cincuenta por ciento (50%), y
- h) Por las demás causales señaladas en la ley.

PAR.—La sociedad continuará (salvo estipulación en contrario) con los herederos del socio difunto en la forma como lo prescribe la ley.

ART. 30.—En los casos previstos en el Código de Comercio, podrá evitarse la disolución de la sociedad adoptando las modificaciones que sean del caso, según la causal ocurrida, con observancia de las reglas establecidas para las reformas de estatutos, a condición de que el acuerdo se formalice dentro de los seis meses siguientes a la ocurrencia de la causal.

ART. 31.—Disuelta la sociedad, se procederá de inmediato a su liquidación, en la forma indicada en la ley. En consecuencia, no podrá iniciar nuevas operaciones en desarrollo de su objeto y conservará su capacidad jurídica únicamente para los actos necesarios a la inmediata liquidación. El nombre de la sociedad (o su razón social, según el caso), una vez disuelta, se adicionará con la expresión “en liquidación”. Su omisión hará incurrir a los encargados de adelantar el proceso liquidatorio en las responsabilidades establecidas en la ley.

ART. 32.—La liquidación del patrimonio social se hará por un liquidador o por varios liquidadores nombrados por la junta general de socios. Por cada liquidador se nombrará un suplente. El nombramiento se inscribirá en el registro público de comercio. Si la junta no nombra liquidador o liquidadores, la liquidación la hará la persona que figure inscrita como representante legal de la sociedad en el registro de comercio y será su suplente quien figure como tal en el mismo registro. No obstante lo anterior, podrá hacerse la liquidación por los mismos socios, si así lo acuerdan ellos unánimemente. Quien administre bienes de la sociedad y sea designado

liquidador no podrá ejercer el cargo sin que previamente se aprueben las cuentas de su gestión por la junta general de socios. Por tanto, si transcurridos treinta días hábiles desde la fecha en que se designó liquidador, no se hubieren aprobado las mencionadas cuentas, se procederá a nombrar nuevo liquidador.

ART. 33.—Los liquidadores deberán informar a los acreedores sociales del estado de liquidación en que se encuentra la sociedad, una vez disuelta, mediante aviso que se publicará en un periódico que circule regularmente en el lugar del domicilio social y que se fijará en lugar visible de las oficinas y establecimientos de comercio de la sociedad. Además, tendrán los deberes y funciones adicionales que determine la ley.

ART. 34.—Durante el período de liquidación la junta general de socios se reunirá en las fechas indicadas en los estatutos para las sesiones ordinarias y, así mismo, cuando sea convocada por los liquidadores (y por el revisor fiscal si lo hubiere).

ART. 35.—Mientras no se haya cancelado el pasivo externo de la sociedad, no podrá distribuirse suma alguna a los socios, pero podrá distribuirse entre ellos la parte de los activos que exceda el doble del pasivo inventariado y no cancelado al momento de hacerse la distribución.

ART. 36.—El pago de las obligaciones sociales se hará observando las disposiciones legales sobre prelación de créditos. Cuando haya obligaciones condicionales se hará una reserva adecuada en poder de los liquidadores para atender dichas obligaciones si llegaren a hacerse exigibles, la que se distribuirá entre los socios en caso contrario.

ART. 37.—Pagado el pasivo externo de la sociedad se distribuirá el remanente de los activos sociales entre los socios a prorrata de sus aportes. La distribución se hará constar en acta en que se exprese el nombre de los socios, el valor de sus correspondientes cuotas y la suma de dinero o los bienes que reciba cada uno a título de liquidación. La junta general de socios podrá aprobar la adjudicación de bienes en especie a los socios con el voto de un número plural de socios que represente de las cuotas en que se divide el capital social. El acta se protocolizará en una notaría del domicilio principal.

ART. 38.—Hecha la liquidación de lo que a cada uno de los socios corresponda, los liquidadores convocarán a la junta general de socios, para que apruebe las cuentas y el acta a que se refiere el artículo anterior. Estas decisiones podrán adoptarse con el voto favorable de la mayoría de los socios que concurran, cualquiera que sea el valor de las cuotas que representen en la sociedad. Si hecha debidamente la convocatoria no concurre ningún socio, los liquidadores convocarán en la misma forma a una segunda reunión, para dentro de los diez días hábiles siguientes; si a dicha reunión tampoco concurre ninguno, se tendrán por aprobadas las cuentas de los liquidadores, las cuales no podrán ser posteriormente impugnadas.

ART. 39.—Aprobada la cuenta final de la liquidación, se entregará a los socios lo que les corresponda, y si hay ausentes o son numerosos, los liquidadores los citarán por medio de avisos que se publicarán por lo menos tres veces, con intervalo de ocho a diez días hábiles, en un periódico que circule en el lugar del domicilio social. Hecha la citación anterior y transcurridos diez días hábiles después de la última publicación, los liquidadores entregarán a la junta departamental de beneficencia del lugar del domicilio social y, a falta de ésta en dicho lugar, a la que funcione en el lugar más cercano, los bienes que correspondan a los socios que no se hayan presentado a recibirlos, quienes sólo podrán reclamar su entrega dentro del año siguiente, transcurrido el cual los bienes pasarán a ser de propiedad de la entidad de beneficencia, para lo cual el liquidador entregará los documentos de traspaso a que haya lugar.

CAPÍTULO VIII Disposiciones finales

ART. 40.—Toda diferencia o controversia relativa a este contrato y a su ejecución y liquidación, se someterá a la decisión de árbitros de acuerdo con el Decreto 2279 de 1989, Ley 446 de 1998, Decreto 1818 de 1998 y demás disposiciones complementarias, de acuerdo con las siguientes reglas: a) El tribunal serán en derecho; b) El tribunal estará integrado por tres árbitros, salvo que el asunto a debatir sea de menor cuantía caso en el cual el arbitro será solo uno; c) La organización interna del tribunal se sujetará a las reglas previstas para el arbitraje institucional, es decir las siguientes:); d) El tribunal funcionará en la ciudad de en el centro de arbitraje denominado ; e) el término de duración del arbitraje será contados desde la primera audiencia de trámite

Socios: _____

Notario: _____

NOTAS GENERALES

La Sociedad Limitada es un tipo social donde el socio responde hasta el monto de sus aportes, por tanto el tipo de responsabilidad que se desarrolla es la responsabilidad limitada.

Requisitos formales. a) Se constituye por escritura pública (C. Co., art. 110); b) La escritura de constitución se inscribirá en el registro mercantil de la cámara de comercio del lugar donde la sociedad fije su domicilio principal, y c) Si existen aportes de inmuebles o de derechos reales relativos a los mismos, la escritura social deberá también inscribirse en el registro de instrumentos públicos correspondiente a la ubicación de los inmuebles.

Aplicación supletiva. En lo no previsto en los estatutos o normas especiales aplicables a la sociedad de responsabilidad limitada, éstas se regirán por las disposiciones sobre sociedades anónimas (C. Co., art. 372).

En lo relacionado con la reserva legal, balances de fin de ejercicio y al reparto de utilidades, existe remisión expresa a las normas de las sociedades anónimas, según lo señala el artículo 371 del mismo ordenamiento.

Descripción de los socios.—Si son personas naturales se anotará su nacionalidad y el documento legal de identificación. Si se trata de personas jurídicas la ley o escritura en que conste su existencia (C. Co., art. 110, ord. 1°).

De otra parte, los socios en esta categoría de sociedad no pueden exceder de veinticinco, so pena de nulidad de pleno derecho al momento de constituirse. Si durante la existencia el ente social llega a exceder el límite máximo de socios puede optar por disolverse o transformarse en otro tipo social, o reducir el número de asociados (C. Co., art. 356).

Razón social.—De no aparecer la palabra “limitada”, o su abreviatura “Ltda.”, en los estatutos, hará responsable a los asociados solidaria e ilimitadamente frente a tercero (C. Co., art. 357).

Capital.—Ninguna sociedad requiere un permiso de funcionamiento de la Superintendencia de Sociedades. Sin embargo, la Superintendencia, debe aprobar el avalúo de aportes en especie de sociedades controladas.

Además, conforme al artículo 354 del estatuto mercantil, el capital social debe ser pagado en su integridad al momento de constituir la sociedad limitada.

Responsabilidad.—En los estatutos se puede pactar una responsabilidad mayor (C. Co., art. 353).

Derecho de preferencia.—Conforme al Código de Comercio, artículo 363, es válido pactar en los estatutos la no operancia del derecho de preferencia.

Administración social.—Dependiendo de la complejidad de la actividad social puede disponerse la creación de un cuerpo colegiado de carácter administrativo, como lo es la junta directiva, que junto con el representante legal desarrolle la actividad del ente societario.

Debe advertirse que dicho órgano es facultativo para esta clase de sociedad, como quiera que tan sólo la ley comercial lo prevé como obligatorio para las sociedades por acciones.

Quórum.—Puede señalarse en los estatutos un quórum deliberativo superior o inferior al legal. Pero los quórum decisorios para las determinaciones comunes y para las reformas de estatutos pueden ser superiores mas no inferiores a los legales (C. Co., arts. 186, 197, 359, 360 y la L. 222/95, art. 242).

Corte de los ejercicios sociales.—Al igual que para las sociedades anónimas, el corte del ejercicio social puede ser pactado por períodos inferiores al año, pero nunca por términos superiores (C. Co., arts. 371 y 445).

DIGI-PAST LTDA

ACTA No. 0001

En la ciudad de Bogota, el día diecisiete (17) de agosto de dos mil cuatro (2004), siendo las 10:00 AM, se reunieron con el fin de llevar a cabo la constitución de la sociedad

LUISA FERNANDA ROSADA AZUERO
CAMILA BERNAL SANTOS
JOSE DEIVER ZAPATA LOPEZ

A continuación se dio lectura a la orden del día:

1. Verificación del Quórum
2. Constitución de la sociedad y definición del objeto social
3. Nombramiento del gerente
4. Constitución del capital social
5. Razón Social
6. Domicilio

Habiendo sido aprobado lo anterior se dio al desarrollo del orden del día

1. Se verifico el quórum y todos los socios estuvieron presentes
2. se constituye la sociedad, teniendo en cuenta que cada uno de los socios presento las siguientes ideas:
 - Comercialización de licores
 - Producción y comercialización de soportes para calculadoras
 - Producción y comercialización de pañales que según el color le avisen a la mama cuando cambiar sus bebe
 - Cascos electrónicos que permitan la comunicación entre motociclistas
 - Tintura para perros ó mascotas
 - Elaboración, producción y comercialización de pastilleros digitales
3. Se eligió por unanimidad de los socios que el objeto social será la elaboración, producción y comercialización de pastilleros digitales, por lo innovador y rentable que puede llegar a ser el producto
4. Unánimemente se eligió a la señora Luisa Fernanda Rosada Azuero quien será la representante legal de la sociedad podrá ejecutar todas las transacciones necesarias para

el funcionamiento de la empresa. Tendrá un limite para realizar operaciones hasta de quince millones de pesos \$ 15.000.000 a partir del cual tendrá que pedir autorización a la junta de socios.

5. El capital esta constituido por 90 cuotas a un valor nominal de mil pesos m/cte (\$ 1.000), cada una distribuida así:

SOCIO	NoCUOTAS	VR.TOTAL	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN
LUISA FERNANDA ROSADA	30	5.333.333	33.333%
CAMILA BERNAL SANTOS	30	5.333.333	33.333%
JOSE DEIVER ZATATA	30	5.333.333	33.333%

6. La razón social de la sociedad será DIGI-PAST LTDA

7. La sociedad tendrá se domicilio principal en la ciudad de Bogota

Después de un receso para su elaboración, fue leída la presente acta la cual fue aprobada por unanimidad

No siendo otro el objeto de esta reunión, se dio por terminada, siendo las 12:00 p.m. del diecisiete de agosto de dos mil cuatro (2004), se firma la presente acta por quienes en ella intervinieron

Luisa Fernanda Rosada

Luisa Fernanda Rosada Azucro

C.C. 39.792.341 de Bogota

Camila Bernal Santos

Camila Bernal Santos

C.C.52.705.285 de Bogota

José Deiver Zapata Lopez

José Deiver Zapata Lopez

C.C. 89.006.366 de Armenia



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA
NIT. 860.007.322-9
RECIBO DE PAGO

VERIFICACION NOMBRE;

RESPONSABLE DEL IVA REGIMEN COMUN
NO. DE RADICACION 03-2219-13
27 FACTURA DE VENTA
FECHA: 09/08/13 OPERACION: 01R090918124
FACTURA NO. 0000994506
HORA: 15:28:21
C.E. DIGI-PAOT LTDA
NIT/C.I.C: 30000000001 EFECT

DESCRIPCION	MONED	VALOR
BUSQUEDA DE NOMBRES	PESOS	1.720,00
IVA POR PAGAR (BUSQ)	PESOS	280,00
TOTAL PAGADO.....	PESOS	2.000,00

SONO RETENEDORES DEL IVA EN LOS CASOS DE
LOS MINERALES 3 Y 4 DEL ART.437-2 DEL E.T.

PRIMERO LA CIUDAD



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA
NIT. 960.007.322-9
RECIBO DE PAGO

RECIBO DE PAGO
FECHA: 17-08/04 OPERACION: CES10101111
CANTIDAD: 0000 RECIBO NO. 700011734
HORA: 12:20:09
MATRICULA : 224364

NIT/C.C: 0000137638 -/ EFECT

DESCRIPCION	MONED	VALOR
CERTIFICADO CONSTIT	PESOS	2.720.00
TOTAL PAGADO.....	PESOS	2.720.00

PRIMERO LA CIUDAD

B CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA
NIT. 860.007.322-9

F-03433
Sept/99

SOLICITUD DE CERTIFICADOS

Nombre o razón social: DIGI-PART LTDA

Número de matrícula o de inscripción:

CERTIFICADOS

Marque con una (x) el tipo de certificado deseado

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> MATRÍCULA EN EL REGISTRO MERCANTIL | <input type="checkbox"/> PRENDA |
| <input type="checkbox"/> EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL | <input type="checkbox"/> AGENCIA COMERCIAL |
| <input type="checkbox"/> PROponentes | <input type="checkbox"/> COSTUMBRE MERCANTIL |
| <input type="checkbox"/> INSCRIPCIÓN DE DOCUMENTOS | <input type="checkbox"/> LIBROS |
| <input type="checkbox"/> REPRODUCCIÓN DE INSCRIPCIÓN | <input type="checkbox"/> OTROS ESPECIALES |

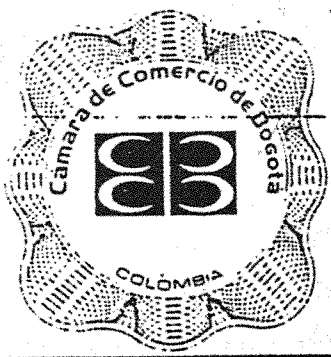
Cantidad

Observaciones: _____

Solicitante: LUISA FERNANDA ROSADA AZUERO

C. o Nit. 800.134.638-1 Teléfono: 2370020

A A- 0253279



EL SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE
 BOGOTA,
 Con fundamento en las matrículas e inscrip
 ciones del Registro Mercantil,
 CERTIFICA:

Que " DIGI- PAQT LTDA "

aparece matriculado (a) en el Registro Mer
 cantil bajo el número 199610

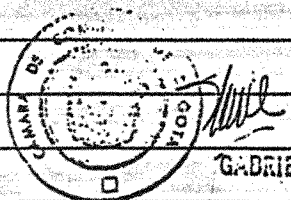
CERTIFICA:

Que a su nombre figuran inscritos los siguientes Libros de Comer
 cio:

LIBROS	No. Y FECHA DE INSCRIPCION	HOJAS UTILES
MAYOR Y BALANCES	199205 10-17-04	50
INVENTARIOS	199206 10-17-04	50
ACTAS	199207 10-17-04	50
DIARIO	199208 10-17-04	51
REGISTRO DE SOCIOS	199209 10-17-04	40

Bogotá, D.E., OCTUBRE (17) de mil novecientos noventa y nueve (1999)

EL SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA



GABRIEL HUERTAS CEBALLOS

DERECHOS: \$ 8.510,00

mo.

BUSQUEDA DE NOMBRES

(Esta NO es una autorización de la Cámara para el uso de un nombre)

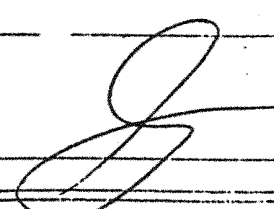
NOMBRE O RAZON SOCIAL: DIGI-PAST LTDA

(Espacio para ser utilizado por la Cámara de Comercio de Bogotá)

EL SIGUIENTE ES UN LISTADO DE NOMBRES DE SOCIEDADES O ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO MATRICULADOS EN ESTA CÁMARA DE COMERCIO, CON DENOMINACIÓN IGUAL O SIMILAR AL NOMBRE QUE DESEA UTILIZAR.

NOMBRE O RAZON SOCIAL	NUMERO DE MATRICULA
PANTILLERO DIGITAL LTDA	13458
MAX-PAST LTDA	23987
PRAC TI-PAST	97049

FECHA: Bogotá, 09-08/04

FIRMA Y SELLO: 

IMPORTANTE

¿CÓMO ESCOGER UN NOMBRE?

- No escoja un nombre igual a los anteriores.
- No utilice palabras que indiquen el ejercicio de una actividad financiera, (tales como banco, corporación financiera, etc.) si estas no constituyen el objeto o actividad que se va a desarrollar.
- Las expresiones y abreviaturas que identifican la clase de sociedad no diferencian un nombre. (Ej: Ltda., S. Limitada, S. A., Sociedad Anónima, S. en C., etc.)
- La Cámara, frente al Registro Mercantil, sólo puede abstenerse de matricular nombres si un estado solicita la matrícula de un nombre similar. La Cámara puede acceder a su petición, lo cual sin embargo, no le exime a usted de responder ante terceros por uso de nombres similares ya matriculados desde.
- La Cámara de Comercio de Bogotá no garantiza la veracidad de verificar el nombre consultado en el libro del registro mercantil, ya que el mismo puede haber sido solicitado por terceros y no haber sido publicado en sus libros.

FORMULARIO DE MATRÍCULA MERCANTIL O RENOVACION SOCIEDADES COMERCIALES



LLENE CON EXACTITUD LOS DATOS QUE SE SOLICITAN EN ESTE FORMULARIO.
Porque la falsedad en los datos que se suministran al Registro Mercantil será sancionada conforme al Código Penal. (Art. 38 Cod. Cio.)
Favor diligenciar todo el formulario a máquina o en letra impresa, menos los espacios sombreados.
No se aceptan tachones o enmendaduras.
La información adicional a la prevista por el Artículo 32 del Código de Comercio, se utilizará en los estudios que, de acuerdo con la ley, adelante la Cámara. Autoriza al uso y difusión de toda la información que posee la Cámara de esta sociedad.

CAMARA DE COMERCIO
Atiende a

CONFECAMARAS
AÑO 2004

MATRÍCULA RENOVIACION **COPY CAMARA** MATRÍCULA No. **199610**

CLASE DE SOCIEDAD: LIMITADA ANONIMA COLECTIVA COMANDITA SIMPLE COMANDITA POR ACCIONES SU CURSAL DE SOCIEDAD EXTRANJERA

NOMBRE DE LA SOCIEDAD: **DIGI-PAY LTDA**

NIT No. **800.134.638-1** CIUDAD DONDE TIENE EL DOMICILIO: **Santafé de Bogotá**

LUGAR (ES) DONDE DESARROLLA SUS NEGOCIOS DE MANERA PERMANENTE

DIRECCION COMERCIAL: **Cre. 13 No, 45-07** MUNICIPIO: **Santafé de Bogotá** DEPARTAMENTO: **Cundinamarca**

TELEFONOS: **2 37 00 20-21** APARTADO: _____ FAX: _____

DIRECCION NOTIFICACIONES JUDICIAL: **Cre. 13 No. 45-07** MUNICIPIO: **Santafé de Bogotá** DEPARTAMENTO: **Cundinamarca**

ENTIDADES DE CREDITO CON LAS CUALES HA CELEBRADO OPERACIONES

NOMBRE DEL BANCO: **BGOTIA** OFICINA: **PRINCIPAL**

REFERENCIAS DE DOS COMERCIANTES INSCRITOS

NOMBRE: **MODELOS PLASTICOS** DIRECCION: **Cre. 30 No. 19-05** TELEFONOS: **2 87 20 78**

NOMBRE: **CASA ELECTRONICA** DIRECCION: **Cre. 25 No. 165-30** TELEFONOS: **6 700 405**

ACTIVIDAD MERCANTIL DEL COMERCIANTE

EN EL SIGUIENTE GRUPO MARQUE CON UNA X LA(S) ACTIVIDADES QUE DESARROLLA

<input type="checkbox"/> Agropecuaria	<input type="checkbox"/> Fecacion productos quimicos	<input type="checkbox"/> Comercio al detal	<input type="checkbox"/> Establecimiento Financiero
<input type="checkbox"/> Pesca y acuicultura	<input type="checkbox"/> Fecacion productos minerales no metalicos	<input type="checkbox"/> Comercio mayorista	<input type="checkbox"/> Seguros
<input type="checkbox"/> Explotacion minera	<input type="checkbox"/> Fecacion productos hierro y acero	<input type="checkbox"/> Bares y cantinas	<input type="checkbox"/> Servicios personales
<input type="checkbox"/> Fecacion alimentos, bebidas y tabaco	<input type="checkbox"/> Fecacion productos metalicos, maquinaria, equipo	<input type="checkbox"/> Fuentes de soda, heladerias	<input type="checkbox"/> Servicios a empresas
<input type="checkbox"/> Textiles, confeccion, ind. del cuero	<input type="checkbox"/> Otras industrias manufactureras	<input type="checkbox"/> Restaurantes	<input type="checkbox"/> Turismo
<input type="checkbox"/> Fecacion prod. de madera	<input type="checkbox"/> Electricidad, gas, agua	<input type="checkbox"/> Hoteles	<input type="checkbox"/> Inmobiliaria
<input type="checkbox"/> Fecacion papel, imprentas, editoriales	<input type="checkbox"/> Construccion	<input type="checkbox"/> Transporte, almacenac., comunicaciones	<input checked="" type="checkbox"/> Otros servicios

De acuerdo con el grupo(s) señalado(s) anteriormente, especifique en orden de importancia su actividad mercantil

1. **ELABORACION Y PRODUCCION DE PASTILLEROS DIGITALES**

2. _____

3. _____

MARQUE CON X A NIVEL: IMPORTADOR EXPORTADOR PERSONAL OCUPADO A NIVEL NACIONAL

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS MATRICULADOS: **UNO** COMPOSICION DEL CAPITAL: PRIVADO % **100** PUBLICO % _____ EXTRANJERO % _____

TENIENDO EN CUENTA SU ACTIVIDAD ECONOMICA, RELACIONE LOS TRES PRINCIPALES PRODUCTOS O GRUPOS DE PRODUCTOS QUE OFRECE Y DEMANDA O SERVICIOS QUE PRESTA Y REQUIERE

PRODUCTOS QUE VENDE O SERVICIOS QUE OFRECE	CODIGO	PRODUCTOS QUE COMPRA O SERVICIOS QUE UTILIZA	CODIGO
1. PASTILLEROS DIGITALES		1. MICROCONTROLADORES	
2. _____		2. RELÓJES, ALARMAS	
3. _____		3. VIBRADOR, PANTALLAS	

LOS SIGUIENTES DATOS CORRESPONDEN A SU BALANCE DE APUERTURA A DICIEMBRE DEL ÚLTIMO (en millones de pesos, sin inflación)

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO	
Corriente	\$ 6'000.000	Corriente	\$ _____
Fin. Neto	\$ 10'000.000	Largo plazo	\$ _____
Otros	\$ _____	Total pasivo	\$ _____
Subvenciones	\$ _____	Patrimonio	\$ _____
Total	\$ 16'000.000	Pasivo + Patrimonio	\$ _____

\$16.900 =

Prohibido en efectivo

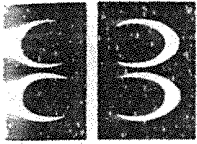
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: **LUISA FERNANDA ROSADA** PERDIDAS Y GANANCIAS

CC No. **39.792.341 B.E.**

Ventas Netas o Ingresos Operacionales \$ _____
Costo Ventas o Gastos Operacionales \$ _____
Utilidades Perdida Neto \$ _____

ACTIVO TOTAL (sin ajustes por inflación) _____

FORMULARIO DE MATRICULA MERCANTIL O RENOVACION ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO



LLENE CON EXACTITUD LOS DATOS QUE SE SOLICITAN EN ESTE FORMULARIO.
 Porque la falsedad de los datos que se suministran al Registro Mercantil será sancionada
 con arreglo al Código Penal. (Art. 98 Cod. Pen.)
 Favor diligenciar todo el formulario a máquina o en letra impresa, menos los espacios sombreados.
 No se aceptan tachaduras o enmendaduras.
 La información adicional a la prevista por el Artículo 32 del Código de Comercio, se utilizará en
 los estatutos que, de acuerdo con la ley, adelante la Cámara. Autoriza el uso y divulgación de
 toda la información que posea la Cámara de este establecimiento.

CAMARA DE COMERCIO
 Afiliada a



AÑO 2004

I MATRICULA

RENOVACION

CODIGO CAMARA

II MATRICULA No.

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO

DIRECCION: DIGI-PAST LTDA MUNICIPIO: Santafé de Bogotá DEPARTAMENTO: CUNDINAMARCA CODIGO DANE

Cra. 13 No. 45-07

Santafé de Bogotá

TELEFONO(S): 2 37 00 20

APARTADO

FAX

2 37 00 16

ACTIVIDAD MERCANTIL DEL ESTABLECIMIENTO

EN EL SIGUIENTE GRUPO MARQUE CON UNA X LA(S) ACTIVIDAD(ES) QUE DESARROLLA

- | | | | |
|---|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Agropecuaria | <input type="checkbox"/> Fecion productos quimicos | <input type="checkbox"/> Comercio al detal | <input type="checkbox"/> Establecimiento Financiero |
| <input type="checkbox"/> Pesca y acuicultura | <input type="checkbox"/> Fecion productos minerales no metalicos | <input type="checkbox"/> Comercio mayorista | <input type="checkbox"/> Seguros |
| <input type="checkbox"/> Explotacion minera | <input type="checkbox"/> Fecion productos hierro y acero | <input type="checkbox"/> Bares y cantinas | <input type="checkbox"/> Servicios personales |
| <input type="checkbox"/> Fecion alimentos, bebidas y tabaco | <input type="checkbox"/> Fecion productos metalicos, maquinaria, equipo | <input type="checkbox"/> Fuentes de soda, heladerias | <input type="checkbox"/> Servicios a empresas |
| <input type="checkbox"/> Textiles, confeccion ind. del cuero | <input type="checkbox"/> Otras industrias manufactureras | <input type="checkbox"/> Restaurantes | <input type="checkbox"/> Turismo |
| <input type="checkbox"/> Fecion prod. de madera | <input type="checkbox"/> Electricidad, gas, agua | <input type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Inmobiliaria |
| <input type="checkbox"/> Fecion papel, imprentas, editoriales | <input type="checkbox"/> Construccion | <input type="checkbox"/> Transporte, almacen, comunicaciones | <input checked="" type="checkbox"/> Otros servicios |

De acuerdo con el grupo(s) señalado(s) anteriormente, especifique en orden de importancia su actividad mercantil

CODIGO CIUL

1	<u>ELABORACION Y PRODUCCION DE PASTILLAS DIGITALES</u>	
2		
3		

PROPIETARIO(S)

PROPIETARIO UNICO SOCIEDAD DE HECHO COPROPIEDAD

EL LOCAL ES: PROPIO AJENO ACTIVOS VINCULADOS AL ESTABLECIMIENTO 5

NOMBRE DE LA(S) PERSONA(S) O SOCIEDAD(ES) PROPIETARIA(S) DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
 (Si son más de dos relacione en hoja anexo)

NOMBRE DEL PROPIETARIO DIGI-PAST LTDA

No. Matricula

C.C. o NIT: 800.134.638-1

199610

NOMBRE REPRESENTANTE LEGAL (Si es sociedad) LUISA FERNANDA ROSADA A.

FIRMA LUISA FERNANDA ROSADA

NOMBRE DEL PROPIETARIO _____

No. Matricula

C.C. o NIT: _____

NOMBRE REPRESENTANTE LEGAL (Si es sociedad) _____

FIRMA _____

NOMBRE DEL ADMINISTRADOR (Si lo hay) - Ver instrucciones

C.C. O NIT

ESPACIO RESERVADO PARA LA CAMARA DE COMERCIO

LIQUIDACION

VALOR TOTAL \$ 8.510.00
 RECIBO No. \$ 3014
 FECHA \$ 21-08/04

FIRMA Y SELLO CAMARA DE COMERCIO

Recibido con Pago en efectivo

R.U.T.

2 CLASE DE SOLICITUD
 ASIGNACION DE NIT Duplicado NIT Cambio de Tarjeta Cancelacion de NIT
 INSCRIPCION IVA Cambio de Regimen IVA Cancelacion IVA Actualizacion RUT

CUADRO Nº 1 - DATOS GENERALES

3 IDENTIFICACION: C.C. o T.I. C NIT A
 4 ADMINISTRACION DE IMPUESTOS DE: (uso oficial) CODIGO (u.o.) 3,0
 0 NORMALES 1 GRANDES CONTRIBUYENTES
 2 NATURALES 3 JURIDICAS 4 OTROS

5 PERSONA:
 1 JURIDICA 4 NATURALES EXTRANJERAS
 2 SOCIEDAD DE HECHO 5 SUCESIONES
 3 NATURALES COLOMBIANAS
 6 ACTIVIDAD ECONOMICA CODIGO
 PRODUCCION, COMERCIALIZACION Y VENTA DE PASTILLEROS DIGITALES

7 APELLIDOS Y NOMBRES O RAZON SOCIAL (máximo 80 caracteres)
 DIGI-PAST-LTDA

8 DIRECCION (según domicilio principal) ZONA POSTAL TELEFONO
 CRA. 13 No. 45-07 2370020

MUNICIPIO COD. (u.o.) DEPARTAMENTO COD. (u.o.)
 SANTA FE DE BOGOTA D.C. CUNDINAMARCA

9 CONTRIBUYENTE DE:
 1 RETENCION FECHA INICIO RETENCION
 2 RENTA
 3 CINE
 10 CLASE DE SOCIEDAD
 1. ANONIMA O ASIMILADA NACIONAL
 2. LIMITADA O ASIMILADA NACIONAL
 3. EMPRESA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL ESTADO O SOCIEDAD DE ECONOMIA MIXTA
 4. SOCIEDAD O ENTIDAD EXTRANJERA
 5. ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO CON REGIMEN ESPECIAL
 6. OTRAS ENTIDADES NO CONTRIBUYENTES
 11 ENTIDAD QUE VIGILA:
 1. SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES
 2. SUPERINTENDENCIA BANCARIA
 3. DANCOOP
 4. OTRA (indíquela):

12 CANTIDAD DE:
 1. SUCURSALES 2. AGENCIAS 3. OFICINAS 4. ESTABLECIMIENTOS 0 0 1

13 REPRESENTANTE LEGAL (APELLIDOS Y NOMBRES) IDENTIFICACION
 ROSADA AZUERO LUISA FERNANDA 31971923141
 NUMERO Clase D.V.

14 ESCRITURA NUMERO NOTARIA MUNICIPIO CODIGO DEPARTAMENTO CODIGO FECHA
 1. CONSTITUCION-RESOLUCION 5000 20 BOGOTA CUNDINAMA 17 08 04
 2. ULTIMA REFORMA
 3. REGISTRO MERCANTIL 199610 BOGOTA CUND.

CUADRO Nº 2 - REGISTRO NACIONAL DE VENDEDORES

15 REGIMEN DE VENTAS:
 1. SIMPLIFICADO 2. COMUN 3. CON DERECHO A DEVOLUCION

16 FECHA DE INICIO DE OPERACIONES VENTAS: 04 12 21
 17 SI CANCELA SU REGISTRO, INDIQUE:
 MOTIVO:
 NUEVO PROPIETARIO:
 C.C. Nº FECHA

CUADRO Nº 3 - ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO

18 TIPO DE ENTIDAD:
 1. FUNDACION
 2. CORPORACION
 3. COOPERATIVA
 4. SINDICATO
 5. FONDO DE EMPLEADOS
 6. ASOCIACION
 7. OTRA (Indíquela):
 19 CALIFICACION:
 DD MM AA
 NUMERO RESOLUCION FECHA:
 SOLICITANTE
 FIRMA
 NOMBRE: LUISA FERNANDA ROSADA
 C.C. Nº 31971923141 BTD



MINISTERIO DE HACIENDA Y
CREDITO PUBLICO

Dirección General de
Impuestos Nacionales

NUMERO DE
IDENTIFICACION
TRIBUTARIA

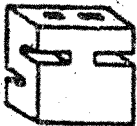
NIT

043403

30 BOGOTA 800.134.638-1

DIGI-PAST LTDA

responsable	fecha de	control de
de inproventas	expedicion	expedicion
	21/08/64	01



SECRETARIA DE HACIENDA
DIRECCION DISTRITAL DE IMPUESTOS
 División Liquidación Industrial y Comercio

CREACION DE MENSAJES

RADICACION

Persona Identificación Número Jurisdicción	Apellido: Nombre Social:	Nombre:	C.C.
	DIGI - PAOI LTDA		PAOI 800134638-1
Denominación Establecimiento:	CRA. 13 NO. 47-05	Zona:	Alcabala
Descripción de Actividades:	PRODUCCION, COMERCIALIZACION Y VENTA DE PASTILLOS DIGITALES		
Nombre Comercio:	DIGI - PAOI LTDA	Fecha de Inicialización de actividades:	04/08/17

FIRMADO: LUISA FERNANDA ROSARIO
 FIRMADO CONFECCIONADO Y REPRODUCCION LEGAL
 C.C. 34.792.341 USAQUE

Nota:
 Escrito en letra impresa e a máquina
 Presente el original de la Cédula o sus correspondientes
 Presente este formulario en original y copia.

81-027

Servicio de salud de bogotá de.

E-3

División de Saneamiento Ambiental

LICENCIA SANITARIA

12773

Se concede esta Licencia al inmueble de la CRA. 13 No. 45-07 No. _____
CIAU _____ AREA 200 Metros² de propiedad de DIEL-PAST LTDA
C.C. No. 800.134.638-1 por cumplir con las
disposiciones sanitarias vigentes y con destinación exclusiva para LA PRODUCCION Y
VENTA DE PASTILLOS DIGITALES

La autoridad sanitaria retirará esta Licencia cuando el inmueble cambie su destina-
ción o deje de cumplir con las normas sanitarias.

Fecha de expedición 21.08.04 Vence el día _____
Valor \$ 14.751.00..... En letras ATORCE MIL SETECIENTOS CINCUENTA Y UN PESOS 14/000.

Código Funcionario Responsable _____ Centro de Salud No. 11

Jefe Saneamiento Unidad Regional No. 5

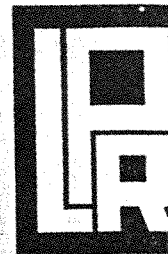
LONJA DE PROPIEDAD RAIZ S. A.

Una organización de las firmas más respetables,
al servicio del público

EDIFICIO LONJA DE PROPIEDAD RAIZ

Calle 16 No. 9-64 PISO 10 Tels. 42-94-24 y 42-37-55

APARTADO AEREO 15259 CABLES: LONJA



Su más segura inversión: la propiedad raíz.

Su mejor garantía de HONORABILIDAD Y EFICIENCIA:

un corredor de la LONJA DE PROPIEDAD RAIZ S. A.

Nuestros asociados son EXPERTOS CONSEJEROS para sus inversiones, consúltelos.

MANUEL J. ABONDANO ORTIZ & CIA. LTDA.

Carrera 10a. No. 16-92 Piso 9. Conmutador 412-070/76 y 415-227

JORGE ATUESTA E HIJOS LTDA.

Avenida Jiménez # 4-82 Piso 3o. Tels. 434-502 y 423-927

BERMUDEZ Y VALENZUELA & CIA. LTDA.

Calle 30 A No. 6-38 Piso 4o. Tels. 329-396 y 329-396 Conn. 346-580

ALONSO BOTERO MARULANDA & CIA. LTDA.

Calle 14 No. 8-79 Of. 605/8 Tels. 419-409 y 419-455

CARDENAS Y PEÑA LTDA

Carrera 10a. # 28-49 Piso 5o. Com. # 435-010 y 346-202/3

CARLOS F. CARDONA & CIA. LTDA.

Calle 17 No. 10-16. Piso 10o. Tels. 810-864 y 810-884

CARO & DIAZ PLAZA LTDA.

Carrera 8a. No. 15-49 Piso 8o. Conmutador 435-195

CARREÑO SALDARRIAGA Y CIA. LTDA.

Calle 12 No. 7-34 Of. 801 Tels. 438-847 y 438-849

ROBERTO COLLINS & CIA. LTDA.

Carrera 10a. No. 24-49 Piso 6o. Conmutador 349-600/05

CORPORACION INMOBILIARIA LTDA

Carrera 15 # 85-29 Of. 202 Tel. # 563827

JULIO CORREDOR O. Y CIA. LTDA.

Carrera 10a. No. 28-49 Piso 4o. Tel: 431-943 Conmt: 346-660

CURREA, AYA Y URIBE HOLGUIN S.A.

Carrera 10a. No. 28-49 Piso 25o. Conmutador 810-560

EDIFICADORA COLOMBIA S.A.

Carrera 13 No. 26-45 Piso 11o. Conmutador: 345-540

BERNARDO GAONA PARGA & CIA. LTDA.

Calle 17 No. 8-35 Of. 304 Tels. 348-848 y 423-406

JUAN GAVIRIA RESTREPO & CIA. LTDA.

Calle 16 No. 9-64 Piso 11o. Tels. 341-443 419-428 y 432-632

GRANCOLOMBIANA DE VIVIENDA LTDA.

Calle 31 No. 6-41 Piso 17.

Conmutador: 326 520

JORGE A. HERNANDEZ P.

Calle 62 No. 13-73 Of. 302/03 Tel. 480-949

INMOBILIARIA COLOMBIANA S. A.

Carrera 13 # 28-01 Piso 2o. Tel. # 325004 al 325010

INMOBILIARIAS ASOCIADAS LTDA.

Calle 85 No. 18-32 Piso 2o. Tels: 561-250 y 365-108

LUQUE OSPINA Y CIA. LTDA.

Calle 18 No. 6-56 Piso 9. Tels. 410-067 347-894 y 412-810

ANTONIO MALLARINO PARDO Y CIA. LTDA.

Calle 52 A No. 9-86 Piso 3o. Tel: 551-613 y 551-653

CARLOS B. MELO SUCS. LTDA.

Carrera 5a. A No. 14-80 Piso 100. Tels. 426-448 y 438-1

MONTOYA SAENZ Y CIA. LTDA.

Calle 17 No. 7-60 Of. 826 Tels. 424-893 y 347-150

OTTO NASSAR PINZON & ASOCIADOS. SOCIEDAD LT

Carrera 7a. No. 29-34 Piso 7o. Tels. 321-308 y 322-634

RICARDO Y RAFAEL NUÑEZ & CIA. LTDA.

Carrera 13 No. 48-47 Piso 7o. Conmutador 322 600/05

OSPINAS & CO. S.A.

Carrera 13 No. 26-45 Piso 2o. Tel. 341-080

SERGIO POMBO & CIA. LTDA.

Carrera 9 No. 79A-10, Tel: 49 01 30

QUINTANA E HIJOS LTDA.

Carrera 8a. No. 15-49 Of. 606 Tels. 413-805 y 419-413

GUSTAVO Y MARIO RODRIGUEZ MANTILLA

Calle 17 No. 9-21 Of. 503/7 Tels. 432-001 y 429-914

IGNACIO SAMPER Y CIA. LTDA.

Avenida 82 No. 11-40- Piso 2o. Tels. 363-537 y 591-328

NICOLAS S. DE SANTAMARIA

Calle 15 No. 10-39 Of. 203 Tel. 413-789

GUILLERMO SANZ MAZUERA E HIJOS

Calle 13 No. 7-80 Of. 635/6 Tel. 415-800

HERNANDO SANZ & CIA. LTDA.

Calle 13 No. 7-80 Of. 429 Tels. 415-769 y 340-928

SANZ Y SANZ LTDA

Carrera 8 # 19-34 Piso 2o. Tels. # 421992 410157 43401 y 434696

LUIS SOTO & CIA. LTDA.

Carrera 10a. No. 14-33 Piso 20o. Tels. 410-140/1/2 y 3

SOTO POMBO LTDA.

Calle 17 No. 8-90 Piso 8o. Tels. 413-336 410-994 y 439-7

TITULOS LTDA.

Avenida 19 No. 4-56 Piso 2o. Conmutador 430-550

UGI INMOBILIARIA

Unión General de Inversiones S.A.

Carrera 7a. No. 26-20 Piso 24o. Tels. 325-170/76

VALENZUELA GOMEZ Y CIA. LTDA.

Avenida Jiménez No. 7-25 Of. 708 Tel: 413-157

WIESNER & CIA. LTDA.

5

PLAN FINANCIERO

INTRODUCCIÓN

Día 31 de Diciembre de 2004 creación de el ente económico DIGI-PAST

DIGI-PAST	
BALANCE INICIAL A 31 DE DICIEMBRE 2004	
ACTIVO	
CORRIENTE	
Caja y Bancos	\$ 6.000.000
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 6.000.000
FIJO	
Equipos de Computo	\$ 6.000.000
Muebles y Enseres	\$ 4.000.000
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 10.000.000
TOTAL ACTIVO	\$ 16.000.000
PASIVO	
CORRIENTE	
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 0
TOTAL PASIVO	\$ 0
PATRIMONIO	
Capital Social	\$ 16.000.000
TOTAL PATRIMONIO	\$ 16.000.000
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 16.000.000

La siguiente información servirá de base para las proyecciones de la nueva empresa.

Ventas:

El primer año de ventas es totalmente de contado y según el mercado, así:

	Unidades	Precio
DIGI-PAST	15.055	\$ 60.000

Para el segundo y tercer año, se espera un aumento en unidades del 10% 15% respectivamente.

De igual forma, se prevé que los precios aumentarían al 8% anual y, además, se proyecta vender a través de los distribuidores, otorgando un plazo de 45 días. Por tal motivo se haría una provisión para deudas malas por el 2% de las ventas a crédito, y se considerarían descuentos del 2% sobre las ventas a los distribuidores.

Inventario de Producto Terminado:

Por motivos de cumplimiento, se consideraría el tener un inventario de producto terminado equivalente a 15 días para evitar la pérdida de posibles ventas.

Materias Primas:

Los estimativos hechos indican que las Materias Primas utilizadas para cada unidad de producto y su costo respectivo es de:

DIGI-PAST	Materias Primas	Costo Unitario
	CARCASA PLÁSTICA	\$ 2.700
	RELOJ	\$ 7.200
	LETS	\$ 400
	PANTALLA LCD	\$ 15.000
	ALARMA	\$ 800
	VIBRADOR	\$ 1.300
	MICROCONTROLADOR	\$ 10.000
	RESISTENCIA	\$ 1.300
	CONDENSADOR	\$ 500
	RESONADOR	\$ 200
	OTROS	\$ 1.000
	TOTAL	\$ 40.400

Los costos de las Materias Primas aumentarían en un 10% anual, y los proveedores otorgan 1 mes de plazo para la cancelación de sus obligaciones.

Inventario de Materias Primas:

Se estima conveniente el mantener el equivalente a 1 mes de producción.

Mano de Obra:

Según los estudios realizados, se concluyó que para lograr obtener el volumen de operación de la nueva empresa, se requeriría el siguiente personal.

Empleados	Cargo	Sueldo Mensual
------------------	--------------	-----------------------

1	Jefe de Planta	\$ 1.000.000
1	Auxiliar producción	\$ 600.000
6	Operarios	\$ 400.000
1	Mantenimiento	\$ 370.000

Los sueldos se incrementaran en un 8% anual, y se estima que las prestaciones representan un 50% del sueldo básico, y se tomará como cesantías el equivalente a un sueldo básico.

Gastos Indirectos de Fabricación:

Para el primer año se consideran los siguientes gastos, teniendo en cuenta que crecerían en un 8% anual todas las cuentas, a excepción de la depreciación, la cual se mantendrá constante.

Servicios Públicos	\$ 9.000.000
Depreciación Maq. y Equipo	\$ 1.000.000
Impuestos diferentes Renta	\$ 1.200.000
Gastos Varios	\$ 6.000.000
TOTAL	\$ 17.200.000

Inventario de Productos en Proceso:

Se mantendrá un inventario equivalente al tiempo que dura el proceso de producción que es de 15 días.

Gastos de Administración y Ventas:

Los sueldos de estos departamentos se incrementaran en un 8% anual, y los demás gastos en un 10% al año. Se asume que el 5,6% de los sueldos de administración y ventas son del rubro de cesantías. Para la depreciación se utiliza el método de línea recta sin valor de salvamento.

Arrendamientos	\$12.000.000,00
Sueldos de Administración	\$56.000.000,00
Depreciación M y Enseres y Equipos de computo.	\$ 1.000.000,00
Gastos Generales de Administración.	\$1.500.000,00
Sueldos de Ventas	\$18.000.000,00
Propaganda y Otros Gastos	\$3.600.000,00
TOTAL	\$92.100.000,00

Gastos Financieros:

El crédito a largo plazo para capital de trabajo se tomará con un banco comercial, según las condiciones anotadas adelante.

Monto	\$ 80.000.000
Plazo	3 Años
Tasa de interés efectivo anual	23%
Modalidad	semestral
Periodo de Gracia	6 semestres

Distribución de Utilidades:

Después de una reunión extensiva con los socios, se concluyó, que no se repartirán utilidades hasta tanto no se haya cancelado en su totalidad el crédito a largo plazo contratado para el proyecto, es decir, que el primer reparto, se hará en el año cuarto.

Saldo Mínimo de Caja:

Se consideró que el saldo mínimo de caja para el primer año será de \$5.000.000 con un incremento de \$1.000.000 como mínimo por año.

Reservas:

Cada año se apropiara como reserva legal el 10% de las utilidades del ejercicio del año anterior. El 90% restante de las utilidades de cada ejercicio se sumara al rubro de las utilidades retenidas.

Inversión

El proyecto requiere una inversión fija de:

Compra Muebles y Enseres	\$ 1.000.000
Compra de Maquinaria (Incluido el Montaje)	\$ 4.000.000
TOTAL	\$ 5.000.000

de acuerdo a las disponibilidades de caja.

Capital de Trabajo:

Se considerara que los recursos para este rubro se solicitarían como crédito de corto plazo a un banco comercial si llegase a ser necesario.

Provisión para el Impuesto de Renta:

Se considerara que la provisión será del 38.5% sobre la Utilidad antes de Impuestos

	10%	10%	15%	
<u>PRESUPUESTO DE VENTAS</u>				
	Producto	Unidades	Precio	TOTAL
Año 1	DIGI-PAST	15,055	\$ 60,000	\$ 903,300,000
	TOTAL			\$ 903,300,000
Año 2	DIGI-PAST	16,561	\$ 66,000	\$ 1,092,993,000
	TOTAL			\$ 1,092,993,000
Año 3	DIGI-PAST	19,045	\$ 72,600	\$ 1,382,636,145
	TOTAL			\$ 1,382,636,145

<u>PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN</u>				
	Año 1	Año 2	Año 3	
	DIGI-PAST	DIGI-PAST	DIGI-PAST	
15				
360				
Unidades a Vender	15,055	16,561	19,045	
Inv. Final de Producto Ter.	627	690	794	
Inv. Inicial de Prod. Ter.	0	627	690	
Unidades a Producir	15,682	16,623	19,148	

PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS

10% 10 360	Año 1	Año 2	Año 3
	DIGI-PAST	DIGI-PAST	DIGI-PAST
Unidades a Producir	15,682	16,623	19,148
Inv. Final Prod. en Proceso	436	462	532
Inv. Inicial Prod. En Proceso	0	436	462
Requerimiento de Materia P.	16,118	16,649	19,218
Costo por Unidad de MP	\$ 40,400	\$ 44,440	\$ 48,884
Total	\$ 651,163,600	\$ 739,897,839	\$ 939,463,115
TOTAL POR AÑO	\$ 651,163,600	\$ 739,897,839	\$ 939,463,115

PRESUPUESTO DE COMPRA DE MATERIALES

15 360	Año 1	Año 2	Año 3
Total de Materias Primas	\$ 651,163,600	\$ 739,897,839	\$ 939,463,115
Inv. Final de MP (15días)	\$ 27,131,817	\$ 30,829,077	\$ 39,144,296
Inv. Inicial de Materia Prima	\$ 0	\$ 27,131,817	\$ 30,829,077
Necesidad de MP a Comprar	\$ 678,295,416	\$ 743,595,099	\$ 947,778,335

12

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA

Año 1	Empleados	Cargo	Sueldo Básico	Prestaciones	Cesantías	TOTAL
	1	Jefe de Planta	\$ 12,000,000	\$ 6,000,000	\$ 1,000,000	\$ 19,000,000
	1	Auxiliar de Prodt	\$ 7,200,000	\$ 3,600,000	\$ 600,000	\$ 11,400,000
	6	Operarios	\$ 28,800,000	\$ 14,400,000	\$ 2,400,000	\$ 45,600,000
	1	Mantenimiento	\$ 4,440,000	\$ 2,220,000	\$ 370,000	\$ 7,030,000
	TOTAL		\$ 52,440,000	\$ 26,220,000	\$ 4,370,000	\$ 83,030,000
Año 2	TOTAL		\$ 56,635,200	\$ 28,317,600	\$ 4,719,600	\$ 89,672,400
Año 3	TOTAL		\$ 61,166,016	\$ 30,583,008	\$ 5,097,168	\$ 96,846,192

PRESUPUESTO DE GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

8%

	Año 1	Año 2	Año 3
Servicios Públicos	\$ 9,000,000	\$ 9,720,000	\$ 10,497,600
Depreciación Maq. y Equipo	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
Impuestos diferentes Renta	\$ 1,200,000	\$ 1,296,000	\$ 1,399,680
Gastos Varios	\$ 6,000,000	\$ 6,480,000	\$ 6,998,400
TOTAL	\$ 17,200,000	\$ 18,496,000	\$ 19,895,680

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS						
	10%	8%	5.60%	20%	2%	
			Año 1		Año 2	Año 3
Arrendamientos			\$ 12,000,000		\$ 13,200,000	\$ 14,520,000
Sueldos de Administración			\$ 56,000,000		\$ 60,480,000	\$ 65,318,400
Adquisición M y Enseres y Equipos de			\$ 1,000,000		\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
Gastos Generales de Admón..			\$ 1,500,000		\$ 1,650,000	\$ 1,815,000
Sueldos de Ventas			\$ 18,000,000		\$ 19,440,000	\$ 20,995,200
Provisión para Deudas Malas			\$ 0		\$ 4,371,972	\$ 5,530,545
Propaganda y Otros Gastos			\$ 3,600,000		\$ 3,960,000	\$ 4,356,000
TOTAL			\$ 92,100,000		\$ 104,101,972	\$ 113,535,145

PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACION				
Inversión	Crédito de Largo Plazo	Recursos Propios	Creditos Socios	TOTAL
Equipos de Computo	\$ 0	\$ 6,000,000	\$ 0	\$ 6,000,000
Muebles y Enseres	\$ 0	\$ 4,000,000	\$ 0	\$ 4,000,000
Capital de trabajo	\$ 80,000,000	\$ 0	\$ 0	\$ 80,000,000
TOTAL	\$ 80,000,000	\$ 10,000,000	\$ 0	\$ 90,000,000

CUOTA FIJA PARA CAPITAL CON PERIODO DE GRACIA

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO A LARGO PLAZO

Monto \$ 80,000,000
Plazo en Años 3
Tasa de Interés 23%
Modalidad de la Tasa semestral
Periodo de Gracia 2 semestres

Periodo	Capital	Amortización	Interés	Cuota	Interés Pagado	Capital Pagado	TOTAL PAGADO
0	\$80,000,000		\$9,200,000	\$9,200,000	\$9,200,000		\$9,200,000
1	\$80,000,000		\$9,200,000	\$9,200,000	\$18,400,000		\$18,400,000
2	\$64,000,000	\$16,000,000	\$7,360,000	\$23,360,000	\$25,760,000	\$16,000,000	\$41,760,000
3	\$48,000,000	\$16,000,000	\$5,520,000	\$21,520,000	\$31,280,000	\$32,000,000	\$63,280,000
4	\$32,000,000	\$16,000,000	\$3,680,000	\$19,680,000	\$34,960,000	\$48,000,000	\$82,960,000
5	\$16,000,000	\$16,000,000	\$1,840,000	\$17,840,000	\$36,800,000	\$64,000,000	\$100,800,000
6		\$16,000,000		\$16,000,000	\$36,800,000	\$80,000,000	\$116,800,000

DIGI-PAST**ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN PROYECTADO**

	Año 1	Año 2	Año 3
Inv. Ini de Materias Primas	\$ 0	\$ 27,131,817	\$ 30,829,077
Compras de Materias Primas	\$ 678,295,416	\$ 743,595,099	\$ 947,778,335
Inv. Final de Materias Primas	\$ 27,131,817	\$ 30,829,077	\$ 39,144,296
COSTO DE LA MP UTILIZADA	\$ 651,163,600	\$ 739,897,839	\$ 939,463,115
Costo de la Mano de Obra	\$ 83,030,000	\$ 89,672,400	\$ 96,846,192
Gastos Indirectos de Fabric.	\$ 17,200,000	\$ 18,496,000	\$ 19,895,680
Servicios Públicos	\$ 9,000,000	\$ 9,720,000	\$ 10,497,600
Gastos Varios	\$ 6,000,000	\$ 6,480,000	\$ 6,998,400
Inv. Ini. Produc en Proceso	\$ 0	\$ 20,307,935	\$ 23,469,572
COSTO DE FABRICACIÓN	\$ 751,393,600	\$ 868,374,174	\$ 1,079,674,560
370 10			
Inv. Final Produc en Proceso	\$ 20,307,935	\$ 23,469,572	\$ 29,180,394
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 731,085,664	\$ 844,904,602	\$ 1,050,494,166

DIGI-PAST**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO**

	Año 1	Año 2 20%	Año 3 2%
Ventas Brutas	\$ 903,300,000	\$ 1,092,993,000	\$ 1,382,636,145
Descuentos por Ventas	\$ 0	\$ 4,371,972	\$ 5,530,545
VENTAS Netas	\$ 903,300,000	\$ 1,088,621,028	\$ 1,377,105,600
Costo de Ventas	\$ 649,853,924	\$ 823,232,305	\$ 1,025,242,848
Inventario Inicial	\$ 0	\$ 81,231,740	\$ 102,904,038
Mas Costo de Producción	\$ 731,085,664	\$ 844,904,602	\$ 1,050,494,166
Menos Inventario Final	\$ 81,231,740	\$ 102,904,038	\$ 128,155,356
405 45			
Utilidad Bruta	\$ 253,446,076	\$ 265,388,723	\$ 351,862,752
Gastos de Admón. Y Ventas	\$ 92,100,000	\$ 104,101,972	\$ 113,535,145
Arrendamientos	\$ 12,000,000	\$ 13,200,000	\$ 14,520,000
Sueldos de Administración	\$ 56,000,000	\$ 60,480,000	\$ 65,318,400
Enseres y Equipos de computo.	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
Gastos Generales de Admón..	\$ 1,500,000	\$ 1,650,000	\$ 1,815,000
Sueldos de Ventas	\$ 18,000,000	\$ 19,440,000	\$ 20,995,200
Provisión para Deudas Malas	\$ 0	\$ 4,371,972	\$ 5,530,545
Propaganda y Otros Gastos	\$ 3,600,000	\$ 3,960,000	\$ 4,356,000
Utilidad Operacional	\$ 161,346,076	\$ 161,286,751	\$ 238,327,608
30%			
Menos Gastos Financieros	\$ 18,400,000	\$ 12,880,000	\$ 5,520,000
Utilidad antes de Impuestos	\$ 142,946,076	\$ 148,406,751	\$ 232,807,608
38.50%			
Provisión Impuesto de Renta	\$ 55,034,239	\$ 57,136,599	\$ 89,630,929

DIGI-PAST**PRESUPUESTO DE CAJA**

		45	360	
	Año 1	Año 2		Año 3
INGRESOS		\$ 1,088,621,028	\$ 1,377,105,600	\$ 172,138,20
		0%	100%	
Ventas del Periodo	\$ 903,300,000	\$952,543,400		\$1,204,967,400
Recuperación de Cartera	\$ 0	\$ 0		\$ 136,077,629
Prestamos de Largo Plazo	\$ 80,000,000	\$ 0		\$ 0
TOTAL INGRESOS	\$ 983,300,000	\$ 952,543,401		\$ 1,341,045,029
EGRESOS				
5.60%	12	11	30	360
Compra de Materias Primas	\$ 621,770,798	\$ 681,628,841		\$ 868,796,807
Pagos a Proveedores	\$ 0	\$ 56,524,618		\$ 61,966,258
Mano de Obra (- Cesantías)	\$ 78,660,000	\$ 84,952,800		\$ 91,749,024
GIF menos Depreciación	\$ 16,200,000	\$ 17,496,000		\$ 18,895,680
Arrendamientos	\$ 12,000,000	\$ 13,200,000		\$ 14,520,000
Sueldos Admón.(-Cesantías)	\$ 52,864,000	\$ 57,093,120		\$ 61,660,570
Gastos Generales de Admón..	\$ 1,500,000	\$ 1,650,000		\$ 1,815,000
Sueldo Ventas (- Cesantías)	\$ 16,992,000	\$ 18,351,360		\$ 19,819,469
Propagandas y Otros Gastos	\$ 3,600,000	\$ 3,960,000		\$ 4,356,000
Gastos Financieros	\$ 18,400,000	\$ 12,880,000		\$ 5,520,000
Pago de Oblig. Bancarias	\$ 0	\$ 32,000,000		\$ 32,000,000
Pago de Impuesto de Renta	\$ 0	\$ 55,034,239		\$ 57,136,599
TOTAL EGRESOS	\$ 821,986,798	\$ 1,034,770,978		\$ 1,238,235,407
Flujo Neto del Periodo	\$ 161,313,202	-\$ 82,227,578		\$ 102,809,622
Saldo Inicial de Caja	\$ 6,000,000	\$ 167,313,202		\$ 85,085,624
SALDO FINAL DE CAJA	\$ 167,313,202	\$ 85,085,624		\$ 187,895,246

	PERIODO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INFLACION	8.00%			
TIO	25.00%			
INVERSION	-\$ 16,000,000			20,155,392
FLUJO NETO	-\$ 16,000,000	\$ 167,313,202	\$ 85,085,624	\$ 208,050,638
VPN	223,061,830			
TIR	10.05			

RAZONES FINANCIERAS

LIQUIDEZ

ENDEUDAMIENTO

RENTABILIDAD

RAZON CORRIENTE	ACTIVO CORRIENTE	PASIVO CORRIENTE
RAZON CORRIENTE AÑO 1	295,984,694	143,558,857
RAZON CORRIENTE AÑO 1	2.06	
RAZON CORRIENTE AÑO 2	373,993,968	151,102,858
RAZON CORRIENTE AÑO 2	2.48	
RAZON CORRIENTE AÑO 3	546,610,975	184,612,457
RAZON CORRIENTE AÑO 3	2.96	

NIVEL ENDEUDAMIENTO	PASIVO TOTAL	ACTIVO TOTAL	X 100
NIVEL ENDEUDAMIENTO AÑO 1	200,072,857	303,984,694	X 100
NIVEL ENDEUDAMIENTO AÑO 1	65.82		
NIVEL ENDEUDAMIENTO AÑO 2	184,811,978	379,993,968	X 100
NIVEL ENDEUDAMIENTO AÑO 2	48.64		
NIVEL ENDEUDAMIENTO AÑO 3	212,252,306	550,610,975	X 100
NIVEL ENDEUDAMIENTO AÑO 3	38.55		

MARGEN NETO UTILIDAD	UTILIDAD NETA	VENTAS NETAS	X 100
MARGEN NETO UTILIDAD AÑO 1	87,911,837	903,300,000	X 100
MARGEN NETO UTILIDAD AÑO 1	9.73		
MARGEN NETO UTILIDAD AÑO 2	91,270,152	1,088,621,028	X 100
MARGEN NETO UTILIDAD AÑO 2	8.38		
MARGEN NETO UTILIDAD AÑO 3	143,176,679	1,377,105,600	X 100
MARGEN NETO UTILIDAD AÑO 3	10.40		

PUNTO DE EQUILIBRIO

P.E. =	C.F.	
	<hr/>	
	Mg. C.	
Mg. C. =	Precio Vta. Unitario	- Costo Variable Unitario
Mg. C. =	60,000.0	- 48,561.0
Mg. C. =	11,439.0	
	92,100,000	
P.E. =	<hr/>	
	11,439.0	
P.E. =	8,051	

DIGI-PAST

BALANCE GENERAL PROYECTADO

	ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2
CORRIENTE			
Caja y Bancos		\$ 167,313,202	\$ 85,085,624
Cuentas por Cobrar		\$ 0	\$ 136,077,629
Provisión Deudas Malas		\$ 0	\$ 4,371,972
Inventario Materias Primas		\$ 27,131,817	\$ 30,829,077
Inv. Productos en Proceso		\$ 20,307,935	\$ 23,469,572
Inv. Productos Terminados		\$ 81,231,740	\$ 102,904,038
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		\$ 295,984,694	\$ 373,993,968
FIJO			
Equipos de Computo		\$ 6,000,000	\$ 6,000,000
Muebles y Enseres		\$ 4,000,000	\$ 4,000,000
Menos Depreciación Acumulada		\$ 2,000,000	\$ 4,000,000
TOTAL ACTIVO FIJO		\$ 8,000,000	\$ 6,000,000
TOTAL ACTIVO		\$ 303,984,694	\$ 379,993,968

	PASIVO		
CORRIENTE			
Porción Corriente Oblig. Ban LP		\$ 32,000,000	\$ 32,000,000
Proveedores		\$ 56,524,618	\$ 61,966,258
Impuesto de Renta por Pagar		\$ 55,034,239	\$ 57,136,599
TOTAL PASIVO CORRIENTE		\$ 143,558,857	\$ 151,102,858
LARGO PLAZO			
Obligaciones Bancarias		\$ 48,000,000	\$ 16,000,000
Cesantías Consolidadas		\$ 8,514,000	\$ 17,709,120
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO		\$ 56,514,000	\$ 33,709,120
TOTAL PASIVO		\$ 200,072,857	\$ 184,811,978

	PATRIMONIO		
Capital Social		\$ 16,000,000	\$ 16,000,000
Reserva Legal		\$ 0	\$ 8,791,184
Utilidades Retenidas		\$ 0	\$ 79,120,653
Utilidades del Ejercicio		\$ 87,911,837	\$ 91,270,152
TOTAL PATRIMONIO		\$ 103,911,837	\$ 195,181,989
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 303,984,694	\$ 379,993,967

AÑO 3

\$ 187,895,246

\$ 172,138,200

\$ 9,902,517

\$ 39,144,296

\$ 29,180,394

\$ 128,155,356

\$ 546,610,975

\$ 6,000,000

\$ 4,000,000

\$ 6,000,000

\$ 4,000,000

\$ 550,610,975

\$ 16,000,000

\$ 78,981,528

\$ 89,630,929

\$ 184,612,457

\$ 0

\$ 27,639,850

\$ 27,639,850

\$ 212,252,306

\$ 16,000,000

\$ 17,918,199

\$ 161,263,790

\$ 143,176,679

\$ 338,358,668

\$ 550,610,974