



Escuela de
Diseño



Plan de Negocios Detallitos de papel

Alumna	Facilitadores
Meyling González Martínez	Luis Carvajal Howard Rojas



Universidad
Politécnica
de Nicaragua

Sirviendo a la Comunidad

CONTENIDO

- 04** **CAPÍTULO IX**
Resumen Ejecutivo
- 9.1 Contenido del resumen ejecutivo
 - 9.2 Información de la naturaleza del proyecto
 - 9.3 Información de mercados
 - 9.4 Información del sistema de producción
 - 9.5 Información de la organización
 - 9.6 Información de contabilidad y finanzas
 - 9.7 Plan de trabajo
- 15** **CAPÍTULO I**
Auditoría Personal
- 1.1 Quiénes somos
 - 1.2 Con quién contamos
 - 1.3 Qué podemos ofrecer
 - 1.4 A quiénes se lo podemos ofrecer
- 22** **CAPÍTULO II**
Técnicas para elegir ideas de negocio
- 2.1 Segmento de clientes atractivos
 - 2.2 Problemas de su segmento de clientes
 - 2.3 Beneficios y selecciones
 - 2.4 Matriz de identificación de idea
- 26** **CAPÍTULO III**
Propósitos u Objetivos del Plan de Negocios
- 3.1 ¿Qué necesidades satisface?
 - 3.2 Tipo de empresa
 - 3.3 Tamaño de la empresa
 - 3.4 Ubicación de la empresa
 - 3.5 Justificación
 - 3.6 Misión
 - 3.7 Visión
 - 3.8 Ventajas Competitivas
- 30** **CAPÍTULO IV**
El Mercado
- 4.1 Objetivos de la mercadotecnia
 - 4.2 Investigación de mercado
 - 4.3 Estudio de mercado
 - 4.4 Distribución y puntos de venta
 - 4.5 Promoción del producto o servicio
 - 4.6 Fijación y política de precio
 - 4.7 Plan de introducción al mercado
 - 4.8 Riesgos y oportunidades del mercado
 - 4.9 Sistema de plan de ventas
- 53** **CAPÍTULO V**
Plan de Producción
- 5.1 Objetivos del área de producción
 - 5.2 Especificaciones del producto
 - 5.3 Descripción del proceso de producción
 - 5.4 Diagrama de flujo de proceso
 - 5.5 Características de la tecnología
 - 5.6 Equipos e instalaciones
 - 5.7 Materia prima
 - 5.8 Capacidad instalada
 - 5.9 Manejo de inventario
 - 5.10 Ubicación de la empresa
 - 5.11 Mano de obra requerida
 - 5.12 Procedimientos de mejora continua
 - 5.13 Programa de producción
- 68** **CAPÍTULO VI**
Organización
- 6.1 Objetivos del área de organización
 - 6.2 Estructura organizacional
 - 6.3 Funciones específicas por puesto
 - 6.4 Capacitación del personal
 - 6.5 Desarrollo del personal
 - 6.6 Administración de sueldos y salarios
 - 6.7 Evaluación del desempeño
 - 6.8 Relaciones de trabajo
 - 6.9 Marco legal de la organización
- 76** **CAPÍTULO VII**
Análisis Financiero
- 7.1 Objetivos del área contable
 - 7.2 Sistema contable de la empresa
 - 7.3 Flujo de efectivo
 - 7.4 Estados financieros proyectados
 - 7.5 Indicadores financieros
 - 7.6 Supuestos utilizados en las proyecciones financieras
 - 7.7 Sistemas de financiamiento
- 96** **CAPÍTULO VIII**
Estrategia de Comunicación Visual
Manual de Identidad Corporativa



Dedicatoria:

Quiero agradecer a Dios por permitirme la vida, por darme fortaleza y sabiduría para llegar hasta este punto y poder concluir mi carrera profesional.

Gracias a mi madre quien a sido mi más valioso apoyo en todos los momentos de mi vida, por creer en mí y ser mi mejor ejemplo de lucha y perseverancia.

A mi padre por todos sus consejos e inculcarme siempre los buenos valores del estudio.

A mi esposo por apoyarme día a día con su tiempo, con su amor, con paciencia y dándome ánimos para cumplir este sueño.

A mis hermanos que son parte de tantas bendiciones, que son mi apoyo en los momentos difíciles y con quienes comparto todos estos logros.

A mis maestros que hicieron parte de mi formación con sus conocimientos.

Y amistades que Dios puso en mi camino en este tiempo y me brindaron su apoyo incondicional.

Capítulo IX

RESUMEN EJECUTIVO



9.1 Contenido del Resumen Ejecutivo

El presente trabajo consiste en un plan de negocios realizado para la empresa Detallitos de Papel, el documento cuenta con una estructura de 8 capítulos que están distribuidos de la siguiente manera.

CAPÍTULO	SUB TEMA
NATURALEZA DEL PROYECTO	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de la empresa • Justificación Misión y Visión • Ubicación • Ventajas Competitivas • Descripción de los productos
INFORMACIÓN DE MERCADO	<ul style="list-style-type: none"> • Descripción y segmento de mercado • Demanda potencial • Conclusiones del estudio de mercado • Sistema y plan de ventas
INFORMACIÓN ACERCA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Descripción del producto • Descripción del proceso de producción • Características de la tecnología • Materia prima • Capacidad instalada • Programa de producción y mano de obra
INFORMACIÓN ACERCA DE LA ORGANIZACION	<ul style="list-style-type: none"> • Organigrama de la empresa • Marco legal de la empresa
INFORMACIÓN DE CONTABILIDAD Y FINANZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema contable de la empresa • Capital inicial requerido • Resumen de los estados financieros proyectados. • Resultado de los estados financieros proyectados. • Plan de financiamiento
PLAN DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none"> • Plan pre-operativo • Proceso del plan de trabajo • Aseguramiento de los recursos

7.1 Información de la naturaleza del proyecto

Nombre comercial: Detallitos de papel

Somos una empresa joven y creativa, nos encargamos del diseño y manufactura artesanal de invitaciones para toda ocasión, recuerdos, detalles, arreglos, suvenires y regalos Personalizados.

Nuestra empresa está enfocada en el sector productivo, las invitaciones son tarjetas elaboradas con materiales variados que hacen de tus invitaciones un detalle especial para compartir con tus invitados. Usamos todo tipo de materiales que hagan parte de una composición fina, elegante y delicada por ejemplo papelería fina, papeles reciclados y elementos decorativos como flores, cintas, botones, broches, encajes y más.

Además de invitaciones les brindamos a nuestros clientes un abanico de opciones ideales para compartir en sus eventos con recordatorios elaborados en madera y aluminio repujado, elementos decorativos para bodas como marcos de fotografías, letras de PVC, rótulos, impresos acorde a temáticas, colores, texturas y otros elementos que se utilizan en fiestas creativas como gorritos tematizados, banderines, globos, centros de mesa, toppers personalizados y mucho más.

Justificación:

Este proyecto se realiza con el fin de satisfacer la demanda de invitaciones y detalles elaborados con acabados profesionales a precios accesibles.

Lo que se requiere con los conocimientos previos obtenidos es innovar en el mercado elaborando productos que sean llamativos al público objetivo y general con diseños creativos y originales con los detalles y acabados complementarios para un diseño original de los cuales nos preocuparemos por estar en mejora y actualización constante para destacar con lo último en tendencias y sobre todo brindar una mejor y más completa atención al cliente y mostrar una gran variedad de opciones, estilos y alternativas de costos que se adapten al presupuesto de cada cliente.

MISION

Ofrecer a nuestros exigentes clientes una gama de opciones de invitaciones detalles personalizados para cada ocasión, encontrando el producto de calidad que usted desea, con los mejores precios del mercado y en el tiempo que usted lo requiera obsequiando a nuestros clientes soluciones originales.



VISION

Ser una empresa líder en ofrecer invitaciones exclusivas obsequios y regalos para esas fechas especiales, ofreciendo el mejor servicio y cubriendo las necesidades y requerimientos del cliente, siendo reconocida en el ámbito Nacional e Internacional, por la calidad y creatividad de nuestros productos.

Nuestros Valores

- Ética
- Optimismo
- Puntualidad
- Eficacia
- Reflexión
- Gratitud
- Humanitario
- Autodisciplina
- Honradez

Nuestras ventajas competitivas como empresa:

La empresa tiene como ventaja ofrecer sus productos mediante las redes sociales, sitios webs y catálogos virtuales, lo que facilita la interacción con los clientes para que estos puedan buscar, elegir y comprar los productos que necesita desde la comodidad de sus hogares.

Una gran ventaja que considero como empresa es la variedad de opciones y alternativas que ofrecer a nuestros clientes, de modo que en un solo lugar le podamos ofrecer y dar respuestas a sus requerimientos y exigencias, facilitando el tiempo que las personas se tomen para buscar los artículos que necesitan para su ocasión.

Ubicarnos en un punto céntrico y poder comercializar nuestros productos en departamentos y más allá de nuestro país buscando métodos de envío seguros para poder expandir nuestro negocio a un mercado más grande.

7.2 Información de mercados

EL segmento de clientes al que estamos dirigido son principalmente Mujeres entre 19 y 40 años

Jóvenes con planes de matrimonio, mujeres adultas con planes de fiestas infantiles, madres con planes baby shower y otras actividades.

El segmento de social es clase media baja y clase media alta.



Tomando en cuenta el área que se desea cubrir y el segmento al cual se piensa incursionar, Detallitos de papel pretende alcanzar una venta anual aproximadamente de: C\$ 240,000 (C\$20,000 mensual aproximadamente)

Con una cantidad de clientes de: 20 personas mensualmente, 250 personas anualmente y la cantidad de productos vendidos de: 2,580 anualmente.

Incorporando en el portafolio de clientes un % de nuestro universo potencial que es de 3,400 clientes. A su vez la empresa pretende mantenerse en el mercado y alcanzar un incremento en sus ingresos mensuales.

La forma de distribución será por medio de trato directo que la empresa tendrá con sus clientes en un local específico donde los clientes también podrán interactuar, visualizar muestras y artículos de exhibidos en el local, esta forma de distribución está dirigida por motivaciones como: la adquisición de clientes, la retención de clientes y el aumento en las ventas.

El tipo de relación que la empresa tiene con sus clientes es asistencia personal, esta relación está basada en interacción humana.

La empresa se comunica completamente de forma directa al cliente, la comunicación durante y después del proceso de venta y en este caso durante el proceso de diseño es de manera personal o por medio de internet correos electrónicos y llamadas telefónicas.

Para prevenir los posibles riesgos que nuestra empresa puede presentar tomaremos los siguientes aspectos:

- Ampliar nuestra cartera de clientes que nos permita crecer y abastecernos para adquirir nuevos equipos
- Diferenciarnos de la competencia con servicios únicos e innovadores donde nuestros clientes estén completamente satisfechos y tengan la mejor atención
- Innovar constantemente con nuevas tendencias y nuevos productos a ofrecer
- Ofrecer precios accesibles
- Muestras de trabajos realizados para que el cliente pueda verificar nuestra calidad
- Estar en constante búsqueda y ejecución de nuevas ideas de trabajos a realizar



7.3 Información acerca del proceso de producción

El proceso de producción de nuestros productos se hará de la siguiente manera:

1. El cliente visita el negocio o nos contacta por vía telefónica o por medio de Facebook para conocer más detalladamente nuestros productos y servicios.
2. Se le brinda al cliente la información necesaria acerca del precio y a su vez se le proporciona una muestra del producto por el cual está interesado.
3. El cliente nos brinda sus ideas acerca de lo que está buscando y tomamos en cuenta cada detalle para así brindar un servicio personalizado y satisfactorio.
4. Tomando en cuenta la opinión del cliente y a su vez la experiencia de la empresa, se llega a un acuerdo en donde se establece el tiempo de producción, la fecha de entrega y el precio a pagar.
5. En el caso de que el cliente contrate un servicio de diseño gráfico, se le muestran un boceto con el diseño digital para llegar a un acuerdo satisfactorio y una previa autorización.
6. Una vez se llega a un acuerdo, el cliente debe dar un anticipo (50%) del precio total a pagar y se le informa el tiempo de entrega tomando en cuenta el tipo de trabajo y el nivel o complejidad de los acabados, en el caso de las invitaciones de bodas se les sugiere un tiempo de 15 días de anticipación para la elaboración.
7. Se inicia el proceso de elaboración del producto y si el servicio contratado fue de diseño gráfico se inicia con el proceso de diseño, tomando en cuenta el boceto que el cliente escogió anticipadamente.
8. Una vez terminado el producto o diseño, se contacta al cliente para que este retire su pedido o bien se le lleva a su domicilio en el caso que el cliente haya solicitado este servicio.
9. Con la entrega del trabajo realizado se debe cancelar el otro 50% de cancelación.

Proceso de elaboración de un producto "Invitaciones"

Una vez elegido el tema que se va utilizar se eligen los materiales adecuados siempre que vayan acorde a los gustos y preferencias del cliente, luego se realiza un diseño digital que se imprime en un formato tabloide lo que permite aprovechar el tamaño de impresión.

Luego del diseño impreso que incluye los datos se complementa la tarjeta con acabados ya sean texturizados, ploteados, cortes precisos y limpios, adornado con materiales varios.



Una vez terminado la colocación de todos los elementos decorativos se procede con el empaque, dependiendo del volumen se entrega en cajitas o bolsitas personalizadas para finalmente ser entregados al cliente.

Materia prima que se utiliza:

Papel Bong
Papel Astrobrigts de colores
Papel Lino 90gramos
Papel Ultra wit
Papel Pergamino
Papel Parlado texturizado
Papel CocoaSmooth
Cartulina Opalina
Cartulina Sulfito
Cartulina Lino Parlado
Cartulina Perlada Smooth
Cartulina Canvas
Cartulina reciclada
Cartulina Reciclada Almond
Marcadores
Cintas mantequilla varios colores
Cintas gross varios colores
Pliego d Foamy
Lamina pvc 1mm
Lamina pvc 2mm
Lamina pvc 3mm
Lamina pvc 4mm
Lamina pvc 12mm
Pagamento Blanco
Barras de silicón
Broches Plásticos
Cartulina Réflex
Palillos de madera
Madera de pino
Broches variados

Tecnologías a utilizar

Para el proceso de producción de nuestros productos hacemos uso de muchas tecnologías como programas de diseño gráfico como Illustrator, Indesign, Photoshop, para impresión corte y texturizado utilizamos máquina de corte y embosado Bigshot, Impresoras matriciales, impresoras de vinyl y plotter de corte.

7.4 Información acerca de la organización



La constitución de la empresa Detallitos de papel será como Compañía Limitada.

El Régimen al inicial que vamos a utilizar será cuota fija debido a que iniciaremos funciones las ventas iniciales son pocas, no tenemos gran cantidad de personal.

7.5 Información de la contabilidad y finanzas

Por ser una pequeña empresa, para el control de las operaciones contables y facilidades financieras, hemos llegado a la conclusión que el programa más acertado por su uso fácil y amigable es el Mónica.

Mónica es un software que permite controlar facturas, inventarios y permite realizar lista de precios, tener archivos de clientes, proveedores, manejar cuentas por cobrar y llevar una contabilidad básica del negocio.

Por la integridad del programa y acceso al mismo se elige por permitirnos tener multialmacén, bi monetario, productos del inventario que aceptan números de lotes etc.

Pensando en el crecimiento del negocio, nos permitirá realizar cálculo de comisiones por vendedores, integrar cada uno de sus módulos, para hacerlo cada vez más automatizado, etiquetar los artículos y crear copias de respaldos.

Concluyendo sobre sus bondades podemos destacar su fácil uso y manipulación del sistema. Cada módulo cuenta con opciones que permite llevar una contabilidad activa un control más claro y real de la empresa.

Como balance inicial que es conocido como balance cero se observa que en tu etapa inicial la propietaria aporta un capital en efectivo, para dar inicio al trabajo y desarrollo de su negocio siendo este aporte en dinero líquido por valor de C\$ 45,000.00 Córdobas netos según el reporte adjunto.

En el año inicial se proyecta crear activos circulantes hasta por el orden de C\$ 221,351.11, siendo el recurso de mayor relevancia en movimiento de caja y banco se logra relacionar de mediante el flujo de efectivo proyectado se requiere de un préstamo bancario hasta por el orden de C\$ 250,000.00, dándole vida y alcance a los objetivos de proyecto, para los años siguientes se espera un crecimiento en el año tres por el orden de 63% con relación al año inicial y para el quinto año se espera que el crecimiento supere hasta alcanzar un 74% con relación al tercer año.

Con relación a los activos fijos de la empresa presentan la cantidad de C\$ 38,930.92 proyecto a la inversión menos la depreciación de la inversión en el primer año de actividad, con relación a los siguientes años no se espera reinvertir en activos producto que se provee que los equipos con un buen mantenimiento y cuidado rinde más de su vida útil esperada.

Los resultados anhelados de todo emprendedor, el proyecto como evaluación financiera final me indica que mi tasa de ganancia requerida desde su punto inicial de 35%, se desarrolla con el cumplimiento a detalles de todos los planes para el manejo de las finanzas alcanzando una tasa de rendimiento hasta por 208.9%, siendo una proyecto viable y generando un valor actual neto por valor de C\$ 658,803.00 proyecto del valor residual de C\$ 1,400.504.00

Tasa de Ganancia Requerida **35%**

Flujo del Proyecto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ingresos por Ventas		381.195	580.981	648.790	765.918	884.118	
Egresos Operativos		353.378	363.519	373.660	383.801	393.942	
		27.817	217.462	275.130	382.117	490.176	
Inversión	-48.664						Valor Residual
Flujo del Proyecto	-48.664	27.817	217.462	275.130	382.117	490.176	1.400.504

Tasa Interna de Retorno **208,9%**Valor Actual Neto **C\$ 658.803**

□

Conclusión

De una manera general, podemos constatar al final de este informe que las políticas utilizada por la empresa deben ser orientadas hacia la búsqueda de soluciones comunes para que se cumpla cada uno de los planes mostrados.

Como herramientas financieras utilice el análisis vertical y horizontal lo que permitió, identificar los valores absolutos, comparados con los indicadores financieros obtenidos de los estados financieros de la empresa. Los resultados permitieron revelar los cambios estructurales en la composición de los activos, inversiones y el financiamiento de la empresa para el desarrollo de las actividades enfocándome en los aspectos de mayor relevancia.

El manejo de los recursos es un factor determinante en el manejo de las finanzas podemos concluir que la empresa Detallitos de papel, presenta los siguientes puntos de relevancia.

Baja estructura de costos, Margen neto de utilidad alto con relación a las ventas de la empresa, bajos gastos operacionales, podemos enfocarnos en los alquileres, grado de endeudamiento bajo, aplicación de justo a tiempo de inventarios, alta rotaciones de las cuentas por cobrar.

Los pasivos se generan producto a préstamo que antes mencionada y las prestaciones sociales que se provisionan y son canceladas con fechas posteriores.

El capital se determina por la aportación de su propietaria y los rendimientos de los resultados esperados a los largo del proyecto.

7.6 Plan de trabajo

Antes de iniciar funciones se harán los pagos correspondientes de trámites e inscripción legal de la empresa.

Luego aseguraremos los recursos básicos para iniciar labores, materia prima, materiales, equipos y acondicionamiento del local.

Una vez asegurados los recursos haremos la selección del personal para iniciar y coordinar con el quipo la campaña de apertura y reproducción de todos los medios impresos, digitales y radiales que vamos a implementar para darnos a conocer y capturar nuestros clientes potenciales.

Capítulo I

AUDITORÍA PERSONAL



1.1 ¿Quiénes somos?

Somos una pequeña empresa de diseño y elaboración de Invitaciones Exclusivas, recuerdos, detalles, arreglos y Regalos Personalizados, accesorios complementarios para eventos

1.2 ¿Con qué contamos?

Cuento con habilidades de manualidades, técnicas de repujado, manejo de materiales y formatos de impresión digital y offset, además herramientas de trabajo para detalles estilo Scrapbooking, cuento con una maquina Big Shot para textura y troquelado de papelería con moldes, cortadores, embosadores o moldes para hacer texturas en cartulinas, guillotinas.

1.3 ¿Qué podemos ofrecer?

Diseño e impresión de tarjetas y accesorios para eventos, con finos y creativos acabados cada ocasiones.

Divisiones:

* Eventos Sociales:

Tarjetas para Bodas, Bautizos, Invitaciones de Primera comunión, Quince Años, Graduación, , Fiestas Navideñas, Cumpleaños infantiles y de adultos, BabyShowers, Despedidas de soltera(o), Menús, Recuerdos, cajitas dulceras, Misales, Números de mesa, cuadros de ubicación, rótulos personalizados etc.

* Recuerdos: Detalles en madera con repujado, Detalles en PVC

* Arreglos Florales: Centros de mesa naturales, Bouquets

* Regalos Personalizados

* Accesorios complementarios para eventos: Marcos de Fotografías, Props, Gorritos para fiestas, Banderines, Letras de PVC, Dommies, Mascaras para piñatas, Centros de mesa, Sobres personalizados, bolsas para dulces, Etiquetas.

1.3 ¿A quiénes se lo podemos ofrecer?

Jóvenes Principalmente con planes de casarse y Adultos con planes de organizar eventos de todo tipo.

¿Quién te ayuda?

Mi principal apoyo es mi esposo en todo momento y en cualquier circunstancia, mi familia 100% mis amistades compañeras de trabajo.

¿Qué haces?

En mi trabajo laboro como diseñadora pero además me a cargo de atender cuentas o clientes específicos como Grupo Q, LG, Sony center, Samsung, Unicomer que incluye la Curacao, Radioshack, ópticas la Curacao, almacenes Tropigas y más las cuales me permiten interactuar con el cliente desde el inicio del proyecto, diseño, superviso la impresión, en la parte operativa me encargo de que el trabajo se realice de la mejor manera cuidando los más mínimos detalles de calidad hasta la entrega final directamente con el cliente en el caso de tratarse de un producto si es un servicio más completo me encargo de supervisar montaje y desmontaje hasta verificar que el cliente quede a su entera satisfacción.

A parte de tener un trabajo de lunes a viernes en horario de oficina, mi segundo trabajo detallito de papel donde me encargo del proceso completo de diseño, elaboración y compras de materiales y citas con mis clientes.

¿A quién ayudas?

En mi trabajo como diseñadora ayudo a clientes que pretenden Informar un mensaje por promocionar marcas, mejorar las relaciones con los distribuidores, introducir productos nuevos al mercado.

¿Cómo te relacionas?

Mi relación con el cliente inicialmente es por teléfono y correo electrónico, posterior cara a cara ya sea en reuniones para acordar el trabajo y diseño o en el seguimiento de un proyecto.

¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?

Conocen mis productos y servicios por medio de Facebook, hago publicaciones de temas de interés, trabajos realizados, tips e ideas.

¿Cómo saben nuestros clientes o nuestros futuros clientes la ayuda que prestamos?

Bueno en mi caso y mi trabajo por recomendaciones que hacen clientes anteriores, le ayudo a resolver necesidades a personas que están interesadas en realizar los servicios que yo ofrezco.

¿Cómo comunicamos nuestra Propuesta de Valor?

Como persona y profesional un valor que no me permito descuidar es la calidad, puntualidad y la actualización constante de tendencias.

¿Qué obtienes?

Obtengo un ingreso económico extra que viene a ser de gran importancia, además que me formo y mejoro día a día con mis trabajos que son de gran importancia y más allá de eso el valor de la satisfacción personal que obtengo de hacerlo con mi mayor esfuerzo esmero y disfrutar de mi trabajo.

¿Qué das? ¿Tiempo? ...Horas que dejamos de pasar con nuestra familia?

El fin de semana ya sea la tarde del sábado o domingo y al final del día de trabajo, una a dos horas compartimos anécdotas el día a día y problemas también que son parte del día a día.

Si somos emprendedores,

¿Dinero?

En la parte económica soy independiente y por contar con mi nueva familia mis ingresos principales son para solventar gastos pero jamás dejo apoyo en la parte monetaria a mi mamá por principios que me inculcaron y voluntariamente tomo como una normativa, también apoyo económicamente a mi hermano menor en lo que pueda para solventar gastos de su escuela u otros.

¿Energía?

La energía es infaltable soy de las personas que generalmente siempre encuentran ese empujoncito de energía y voluntad para sacarlo en los momentos más cruciales, cuento con un itinerario bien cargado, en mi trabajo laboro bajo presión atendiendo vendedores y siempre tengo que mantenerme activa y dispuesta trasladándome de un lugar a otro. Culminando mi horario laboral el tiempo es más que oro porque debo agilizarme para comprar materiales o realizar entregas de pedidos de mis manualidades y al llegar a mi casa empiezo la labor manual sin dejar de un lado los quehaceres rutinarios que requiere un hogar como esposa.

En fin si Dios no me diera esta energía y pasión por lo que hago, extrañaría mucho los días agitados y estresantes porque ya son parte de mi vida y estoy acostumbrada a esto.

¿Estrés?

El estrés para mí es algo rutinario y puede parecer loco pero el estrés es para mí combustible porque saca el máximo esfuerzo en mí y aprovecho al máximo mi potencial como personal.

Diga técnicamente porque eligieron la idea que eligieron de Negocio.

Bueno antes de llegar a pensar en realizar este proyecto como forma de culminación de estudios muchísimo antes...

Cuando era pequeña me gustaba mucho el dibujo y las artes manuales era mi verdadera pasión y le dedicaba horas enteras a recortar pegar dibujar. Siempre mi familia considero que tenía un don especial en mis manos ya que mis maquetas de la escuela, trabajos de educación práctica y otros manuales y otros tenían un toque especial que se me facilitaba mucho la parte técnica y siempre estaban hechos con mucha dedicación y creatividad.

A temprana edad en alguna fecha especial, un cumpleaños quizás, se me ocurría hacerle un dibujo o detalle con cartulinas de colores, figuritas y pegamento. A partir de ahí se hizo una tradición en mí, dar este tipo de regalos y era muy particular de mi parte hacer cosas especiales para los demás que tuvieran que ver con manualidades.

Con el pasar del tiempo y sin pensar en una fuente de ingreso mis amistades y familiares empezaron a hacerme pedidos especiales y personalizados de ellos y para terceras personas, los cuales yo complacidamente realizaba y hasta regalaba.

Cuando me llego el tiempo de realizar mis propias invitaciones de boda decidí buscar una tarjeta especial para mi día especial, sobre todo destacar mis aptitudes como diseñadora me gusta innovar, así que compre por internet una máquina pequeña de texturizado de papel, y diseñe unas tarjetas con una nueva técnica de embossing texturing la cual tuvo muy buena aceptación y admiración por parte de amigos y familiares que les compartí mis tarjetas.

Mis primeros clientes, fueron familiares amigos que iban recomendándome con otras personas, y así comenzaron a llegar más trabajos para bodas luego para otro tipo de eventos. Poco a poco fui conservando muestras de trabajos las cuales decidí compartir en una fanpage de Facebook, busque un nombre para la página y le puse un logo.

Con la publicidad boca a boca, que fue la única publicidad que yo pude darme el lujo de tener y la que requiere de mucho tiempo pero poca inversión monetaria; El internet. Desde Marzo 2015 he atendido clientes de Managua, Nueva Guinea, Matagalpa, Ocotol, Jinotega e incluso de España para Nicaragua y más que han visto mis trabajos solo por Facebook se han puesto en

contacto para realizarle sus invitaciones, recuerdos detalles los cuales trabajo desde mi casa y en el tiempo libre que queda después de mi trabajo.

Todos los días, navego por internet en búsqueda de nuevas ideas y diseños que yo misma adapto a las necesidades de nuestros clientes. Me informo sobre las mejores herramientas que me permitan brindar un producto competitivo, estético y de buen acabado no podemos quedarnos atrás, porque he notado que el diseño no es estático. Todo el tiempo se están introduciendo nuevas tendencias y tecnologías que desarrollan cada vez más la creatividad.

Al presentarse el momento de trabajar en esta idea de negocio como forma de culminación de estudios me pareció la mejor oportunidad de poder trabajar y realizar esta idea de negocio de manera formal y legal ya que me parece una idea factible que me ha generado un ingreso extra a pesar del poco tiempo dedicado y con poca inversión he logrado hacer cosas que con más tiempo dedicado y mayor inversión, siento y creo que será mi fuente de trabajo oficial a futuro para poder dedicarme a algo que me gusta hacer, donde tenga que trabajar e invertir en mis propios intereses y sueños.

Las exigencias de la modernidad y de tendencias actualizadas en los productos han pasado sobre casi todo lo que una vez fueron las típicas tarjetas estandarizadas que uno compraba en el mercado o en tiendas para los eventos las cuales se llenaban los datos a puño y letra o artículos que uno podría comprar para salir del aprieto. Hoy en día todo es tan exclusivo y propio que podemos crear con distintas texturas, colores, papeles, cintas, flores, materias primas algo completamente exclusivo y creado con las exigencias.

Sé que algunos creen que de todas formas la tarjeta es algo que la gente "va a botar a la basura". Pues es mi reto, conseguir que mis tarjetas y detalles se queden en su memoria, y absorban el espíritu y el amor de esa fecha especial que usted ha estado preparando durante meses, que impregnemos en ellos la pasión con las que fueron confeccionadas una a una. Y que quien la reciba se sonría, se complazca, se sorprenda, y piense que este detalle sí valdrá la pena conservar.

Capítulo II

TÉCNICAS PARA ELEGIR IDEAS DE NEGOCIO



2.1 Identifique un segmento de clientes atractivo, relacionado con su idea de negocios.

Para mí el segmento de clientes es atractivos son principalmente Mujeres entre 19 y 40 años

Jóvenes con planes de matrimonio, mujeres adultas con planes de fiestas infantiles, madres con planes baby shower y otras actividades.

El segmento de social es clase media baja y clase media alta

2.2 Identifique los problemas que tiene su segmento de clientes.

- El mercado que abarco puede resultar muy pequeño, por ejemplo; si se trata de mis clientes en Managua el mercado potencial puede resultar tan pequeño que no haga rentable este emprendimiento.
- Otro problema que enfrento es si el mercado abarcado pueda ser factible o rentable.
- Demanda de mismos productos y servicios en muchos sectores de Nicaragua.
-

2.3 Proponga soluciones a los problemas encontrados

- A pesar de abarcar un segmento pequeño de clientes, por el tipo de servicios existe una gran variable cambia radicalmente debido a que las tarjetas artesanales, arreglos o detalles se pueden utilizar en muchísimas ocasiones, como por ejemplo los eventos típicos como bodas, nacimientos, fiestas de 15 años, graduaciones, bautismo, comunión, personales, etc., y eventos corporativos e institucionales en general.
- Una vez superado el tema de mercado, y definir el mercado objetivo que pueda ser factible y rentable el emprendimiento en tarjetas artesanales es muy importante saber la estrategia de comercialización y ventas que se desarrollará.

Se pueden tener las mejores tarjetas y demás productos, pero si no se sabe cómo llegar a dicho mercado y su público correspondiente el negocio puede resultar en un fracaso.

La solución a este problema es la buena utilización de las tecnologías, como la publicidad gratuita redes sociales y métodos de envíos de productos fuera de Managua por ejemplo correos de Nicaragua donde puedo realizar envíos dentro del país.

Para hacer frente a las nuevas exigencias del mercado y para facilitar el comercio se pretende usar canales de comunicación, preferiblemente internet, para tener potenciales clientes en todo el país, crear un sitio web propio, redes sociales, etc.

Participación en ferias relacionadas a Bodas, Artesanías, Manuales también realizar actividades de convocatorias como talleres prácticos para interactuar con clientes y además se expongan muestras de materiales e ideas.

2.4 Identifique beneficios y seleccione la solución más apropiada

Mucha gente busca invitaciones y detalles con un toque personal para sus eventos y cada vez más clientes recurren a las imprentas para que les realicen sus invitaciones ya sea para eventos sociales o empresariales pero no con la misma calidad y detalles adicionales que una simple y sencilla impresión digital. Tener un local exclusivo les da la facilidad a los clientes de encontrar productos exclusivos donde no solamente se puedan encontrar con las invitaciones adecuadas sino además todos los accesorios complementarios para la ocasión, totalmente adaptados según los gustos, preferencias, colores, temáticas y tendencias.

Genere varias ideas de negocios:

- Empresa de Invitaciones y Regalos Personalizados
- Empresa de Realización de Eventos
- Empresa de tarjetas y eventos sociales
- Empresa de Manualidades
- Empresa Artículos para fiestas
- Detalles impresos
- Invitaciones y detalles exclusivos

2.5 Matriz de identificación de Ideas de Negocios Innovadoras

Productos Innovadores	Necesidades satisfechas	Características Innovadoras	Producto o solución seleccionada
Invitaciones personalizadas	Diseños exclusivos	Exclusividad	Actualización constante
Kit impresos personalizados	Productos completos	Calidad en los detalles	Productos competitivos
Marcos para selfis	Calidad y detalles delicados en los trabajos	Innovación	Control de calidad
Props	Innovación	Productos según las tendencias de actualidad	Tiempos de entrega
Regalos personalizados	Exclusivo según los requerimientos de cada persona	Texturas	
	Precios competentes	Detalles hechos a mano	
	Cumplimiento de tiempos de entrega		

Capítulo III

PROPÓSITOS U OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIOS



En este capítulo abarcamos cada uno de los puntos específicos de la empresa como el tipo de empresa, la ubicación, que tipo de necesidades suple para nuestros clientes. Además logramos identificar nuestras metas y valores, las mejores ideas innovadoras y las mejores soluciones en el caso de las dificultades presentadas.

3.1 ¿Qué necesidades satisface?

- Facilidad de compra e interacción con el cliente por medio de muestras de catálogos trabajos realizados y opciones alternativas para clientes que cuentan con poco tiempo para buscar en tiendas tarjetas y regalos u otros accesorios para sus eventos.
- La empresa no ofrece un solo producto si no el paquete completo de artículos que pueden ser utilizados en una actividad por ejemplo una boda; Realizamos la invitación que es el punto de partida para ofrecerle tags, recordatorios, marcos para fotografías, elementos para decoración como árbol de los deseos, figuras de PVC, letras de iniciales de los novios, fotografías, props para las fotos, rótulos indicadores, menús personalizados, números de mesas, centros de mesa, etiquetas de agradecimientos y muchísimo más.

3.2 Tipo de Empresa: Micro y pequeña industria artesanal

3.3 Tamaño: Micro

3.4 Ubicación: Del consejo supremo electoral 1/2 cuadra arriba sobre la marginal.

3.5 Justificación: Este proyecto se realiza con el fin de satisfacer la demanda de invitaciones y detalles elaborados con acabados profesionales a un precio razonable.

Lo que se requiere con los conocimientos previos obtenidos es innovar en el mercado elaborando productos que sean llamativos al público objetivo y general con diseños creativos y originales con los detalles y acabados complementarios para un diseño original de los cuales nos preocuparemos por estar en mejora y actualización constante para destacar con lo último en tendencias y sobre todo brindar una mejor y más completa atención al cliente y mostrar un abanico de opciones de estilos y alternativas de que se adapten al presupuesto de cada cliente.

3.6 MISION

Ofrecer a nuestros exigentes clientes una gama de opciones de invitaciones detalles personalizados para cada ocasión, encontrando el producto de calidad que usted desea, con los mejores precios del mercado y en el tiempo que usted lo requiera obsequiando a nuestros clientes soluciones originales.

3.7 VISIÓN

Ser una empresa líder en ofrecer invitaciones exclusivas obsequios y regalos para esas fechas especiales, ofreciendo el mejor servicio y cubriendo las necesidades y requerimientos del cliente, siendo reconocida en el ámbito Nacional e Internacional, por la calidad y creatividad de nuestros productos.

Valores empresario:	de	Principios Empresariales:
•Ética		•Orientación al cliente
•Optimismo		•Innovación
•Puntualidad		•Mejora continua
•Eficacia		•Calidad total
•Reflexión		•Satisfacción del cliente
•Gratitud		•Cumplimiento
•Humanitario		•Sostenibilidad
•Autodisciplina		
•Honestidad		

3.8 Ventajas competitivas

De la empresa:

La empresa tiene como ventaja ofrecer sus productos mediante las redes sociales, sitios webs y catálogos virtuales, lo que facilita la interacción con los clientes para que estos puedan buscar, elegir y comprar los productos que necesita desde la comodidad de sus hogares.

Una gran ventaja que considero como empresa es la variedad de opciones y alternativas que ofrecer a nuestros clientes, de modo que en un solo lugar le podamos ofrecer y dar respuestas a sus requerimientos y exigencias, facilitando el tiempo que las personas se tomen para buscar los artículos que necesitan para su ocasión.

Ubicarnos en un punto céntrico y poder comercializar nuestros productos en departamentos y más allá de nuestro país buscando métodos de envío seguros para poder expandir nuestro negocio a un mercado más grande.

Del producto o servicio

De nuestro producto creo que mi mayor ventaja ha sido hasta hoy los precios y calidad competitiva, los productos elaborados gracias a mis conocimientos de diseño imprenta e impresión digital, el manejo de tamaños o formatos de impresión he logrado realizar invitaciones y otros productos con la misma calidad de detalles, papelería fina y el complemento de diseño gráfico que empresas de diseño ya bien establecidas y reconocidas del país pero con precios más accesibles.

Que lo hace diferente

Lo que me diferencia de los demás es que mis diseños no siguen estándares de modelos existentes son realizadas en forma artesanal en casi todo su proceso, los materiales que seleccionamos con esmero los escogemos con dedicación encada una de sus piezas, cuidamos los detalles porque son los que hacen la diferencia y brindan finas terminaciones y realzan el diseño. Las propuestas que te ofrecemos son sugerencias de nuestra labor ya que al ser piezas únicas se elaborados exclusivamente según los requerimientos del nuestros clientes y se pueden realizar combinaciones infinitas de estilos, colores, texturas y formas.

Distingos:

Precio
Creatividad
Calidad
Materiales
Técnicas de scrapbook
Venta online

Capítulo IV

EL MERCADO



En este capítulo abarcamos los objetivos del mercado, lo que queremos alcanzar de tal manera que se presenta el proceso y planeación de las distintas actividades de la empresa, definimos nuestro producto o servicio y se realiza una investigación más puntual para conocer nuestros posibles clientes potenciales.

4.1 Objetivos de la Mercadotecnia

Los objetivos de la mercadotecnia ganar mercado y generar ingresos. Dentro de los objetivos de la mercadotecnia es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

Corto Plazo: Tomado en cuenta que en el primer año nos proponemos atender a 250 clientes dentro de los cuales 200 son clientes individuales (238 son mujeres y 12 son varones) y 50 son clientes de micro, mediana y pequeña empresa:

	Plazo (CORTO PLAZO)	Número de clientes	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Clientes Individuales
1	Primer Año	250	15	30	5	200
2	Ventas C\$	50,400	3,024	6,048	1,008	40,320
3	Bienes o servicios estimados	350	21	42	7	280
4	Porcentaje del universo	100%	6%	12%	2%	80%

Mediano Plazo: En el tercer año pretendemos atender 950 clientes dentro de los cuales 650 son clientes individuales y 50 son clientes de micro, 150 mediana y 100 pequeña empresa.

	Plazo (MEDIANO PLAZO)	Número de clientes	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Clientes Individuales
1	Tercer Año	950	50	150	100	650
2	Ventas C\$	84,000	4,368	13,250	8,820	57,456
3	Bienes o servicios estimados	1380	71.76	216.66	144.9	943.92
4	Porcentaje del universo	100%	5.2%	15.7%	10.5%	68.4%

Largo Plazo: En el 5to año estimamos atender a 2,400 Clientes de los cuales 1600 son clientes individuales y 200 son clientes de micro empresas, 300 clientes de pequeña empresa, 300 clientes de mediana empresa.

	Plazo (LARGO PLAZO)	Número de clientes	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Clientes Individuales
1	Quinto Año	2,400	200	300	300	1,600
2	Ventas	292,000	24,236	36,500	36,500	194,47
3	Bienes o servicios estimados	2,580	214.14	322.5	322.5	1,718.28
4	Porcentaje del universo	100%	8.3%	12.5%	12.5%	66.6%

4.2 Investigación de Mercado

Las decisiones que se tomen en el área de mercadotecnia y en otra áreas de la empresa deben buscar la satisfacción del cliente para esto es necesario conocer las necesidades del mismo y como pueden satisfacerse. La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

Tomando en cuenta el área que se desea cubrir y el segmento al cual se piensa incursionar, Detallitos de papel pretende alcanzar una venta anual aproximadamente de: C\$240,000 (C\$20,000 mensual aproximadamente)

Con una cantidad de clientes de: 20 personas mensualmente, 250 personas anualmente y la cantidad de productos vendidos de: 2,580 anualmente.

Incorporando en el portafolio de clientes un % de nuestro universo potencial que es de 3,400 clientes. A su vez la empresa pretende mantenerse en el mercado y alcanzar un incremento en sus ingresos mensuales.

Lograr aumentar las ventas, la distribución y el posicionamiento de la empresa.

- Identificar el consumo probable.
 - Con base en lo que se ha definido el segmento de mercado, se debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa; esto se hace identificando el número de clientes potenciales, así como su consumo probable del producto o servicio que la microempresa ofrecerá, con base a sus hábitos de consumo probable.

Invitaciones:

El número de clientes potenciales es de 200

El consumo unitario aparente (por cliente) es de: 30 unidades (hábitos probables de consumo.)

Demanda Potencial Demanda Potencial


- 100 personas lo consumirían 1 vez por año
- 50 lo consumirían 2 veces por año
- 20 lo adquirirían una vez cada 6 meses.
- 30 lo consumirían ocasionalmente.
- **Demanda potencial**

Proyección del crecimiento promedio del mercado a corto, mediano y largo plazo.

- Proyección del crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazo.



- Participación de la competencia en el mercado.
- Principales competidores.

Empresa	Ubicación	Que hacen	Ventajas	Desventajas
Impresiones y Diseños Muy Creativa 	Solo venta en línea	Invitaciones estilo scrapbook	Productos novedosos además de poseer un dominio en internet y poseer gran parte del mercado.	Precios altos, mismos estilos
A mano 	Copyfast de donde fue el Cine Aguerri, 1 ½ c. al lago, 1c. arriba	Invitaciones y detalles	Venden invitaciones novedosas, y tarjetas troqueladas con lasser	Precios
Tarjetas Like 	Bosques de Altamira, 2c. al lago 1c. arriba	Invitaciones y decoraciones	Calidad y gran presencia publicitaria	Se enfocan en un segmento social alto del mercado
Acuarela Invitaciones 	Pali P del H 2c. al norte 2 ½ c. al este.	Invitaciones y decoraciones	-Variedad de productos para decoraciones	-Acabados de Poca calidad
Kraftmania 	El Dorado	Bolsas de papel craft, invitaciones y cajas.	-Precios bajos de artículos	Poca publicidad

- Existen ciertas actividades primarias que la empresa debe ofrecer al mercado.
- Desarrollar la entrada del nuevo producto al mercado.

Debido a las exigencias del mercado en otros países se están usando nuevos productos de sobres, cajas invitaciones y sobres calados los cuales se pretenden importar de México para captar nuevos clientes con una serie de productos actuales.

Innovaciones periódicas

Se tiene que estar en constante investigación ya que las temporadas en que se usan algunas tendencias varían constantemente, son periodos cortos de tiempo para el uso de ciertas modas.

Además se tienen que estar en constante interacción con nuestros clientes seguidores ofreciendo descuentos y dinámicas virtuales, o métodos que faciliten sus compras como plazos de crédito con tarjetas.

4.3 Estudio de Mercado

Con nuestro estudio de mercado pretendemos, registrar y analizar datos con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos por medio de encuestas con preguntas que nos ayude a solucionar los posibles riesgos y los puntos para mejorar.

Para nuestra empresa es de vital importancia que se reconozca que nuestro producto está elaborado con acabados profesionales y de calidad con materiales y acabados de calidad. Es por eso que con el reflejo de la preferencia y demanda del consumidor hacia nuestro producto sabremos, si se está realmente cumpliendo con la misión y si se ofrece lo esperado.

Tabla comparativa de la competencia					
	Muy Creativa	A mano	Tarjetas Like	Acuarela invitaciones	Craftmania
Precio	B	B	C	A	A
Calidad acabados	A	A	A	B	A
Imagen corporativa	C	B	A	C	C
Tiempos de entrega	A	A	B	B	A
Variedad de productos	C	B	B	A	A
Calidad en los materiales	A	A	A	C	A
A: Buena B: Regular C: Mala					

4.4 Distribución y Puntos de Venta

La forma de distribución será por medio de trato directo que la empresa tendrá con sus clientes en un local específico donde los clientes también podrán interactuar, visualizar muestras y artículos de exhibidos en el local, esta forma de distribución está dirigida por motivaciones como: la adquisición de clientes, la retención de clientes y el aumento en las ventas.

El tipo de relación que la empresa tiene con sus clientes es asistencia personal:

Esta relación está basada en interacción humana.

La empresa se comunica completamente de forma directa al cliente, la comunicación durante y después del proceso de venta y en este caso durante el proceso de diseño es de manera personal o por medio de internet correos electrónicos y llamadas telefónicas.

Como bien industrial y producto es la empresa ya formada (Detallitos de papel), quien a logrado contactar un agente vendedor independiente (Nelson González), logro suministrar nuestros productos al consumidor industrial (Supermercado)

Bienes de Consumo

Detallitos de papel (Productor) —————> Consumidor final la persona quien
contrato y pago el
Producto adquirido (Cliente satisfecho)

4.5 Promoción del Producto o Servicio

PROMOCIÓN:

-Participación en ferias relacionadas a artes, manualidades, eventos sociales y empresariales.

-Talleres presenciales para exhibición de productos, tutoriales de tips e ideas de artículos decorativos.

-Convenios o alianzas con empresas afines como empresas de catering, pastelerías, casas de vestidos de novias y hasta figuras públicas de Nicaragua de forma que podamos enlazar páginas en Facebook o recomendaciones públicas, planes de convenio que aparte que estemos aliados podamos combinar paquetes de ofertas de productos.

- Cupones de descuentos.

PUBLICIDAD:

-Mantas publicitarias, pautas radiales.

-Otra parte la utilización de medios impresos como volantes, afiches, tarjetas de presentación, afiches.

-Otra forma de promoción de nuestros productos es el empaque, caja y bolsas llamativas que los clientes puedan portar con los datos y servicios ofrecidos.

-Publicidad en la página virtual con pago de anuncios publicitarios en Facebook.

Medio publicitario	Costo	Cantidad	Total
Mantas cruza calle	\$ 20	6	\$ 120
Pautan radial	\$ 200	1	\$ 200
Volantes 1/32	\$0 .03	2000	\$ 72
Afiches 11"x17"	\$ 0.25	100	\$ 25
Empaque bolsas	\$ 0.60	500	\$ 303
Publicidad en Facebook (un anuncio por semana)	\$ 10	4	\$ 40

NOTA: Los diseños y contenidos de los instrumentos de apoyo a la comercialización estarán incluidos en el capítulo de estrategias de publicidad comercial.

4.6 Fijación y Políticas de Precio

Costos fijos mensuales		Costos Variables mensuales	
Alquiler	\$ 300	Materia prima	\$ 150
Teléfono/ Internet	\$ 40		
Publicidad	\$ 20		
Energía eléctrica	\$ 20		
Agua potable	-		

TOTAL: 14,200

Políticas de precios:

- Los precios varían según el tipo de producto o servicio contratado.
- Se pedirá un anticipo de 50% del valor del trabajo para los casos de productos que llevan determinado tiempo de elaboración. El otro 50% una vez finalizado el trabajo.
- Se harán descuentos o regalías es caso de compras con cantidades mayores a 100 unidades.

- Los precios serán competitivos.

4.7 Plan de Introducción al Mercado

Consiste en describir las acciones a realizar en una empresa para lograr entrar exitosamente en un mercado.

Para iniciar se hará un anuncio de apertura de tienda con una pauta de radio en emisoras juveniles indicando la fecha de inauguración, dirección y regalías de apertura, además de mantas publicitarias en puntos estratégicos de mayor tráfico vehicular.

Con la publicidad ofrecida pretendemos captar nuevos clientes, dar a conocer la opción ideal para obtener y atender sus solicitudes de la forma más personalizada.

Los productos a ofrecer son muy variados y van acorde a la necesidad de cada cliente, brindando una mejor calidad, mejor precio y a su vez un mejor servicio a sus clientes, esto con el fin de satisfacer al cliente con el trabajo realizado de manera que nuestro trabajo pueda ser satisfactorio y nuestros clientes recomienden con su experiencia.

Al tener un contacto directo con el cliente nos ayudará a mejorar la comunicación y a identificar de manera más clara los intereses del cliente, brindándole las mejores opciones u alternativas incluso la posibilidad de adaptar ideas según su presupuesto.

Gastos de introducción al Mercado

Cantidad	Medio	Valor	Total
6	Mantas cruza calle	\$ 20	\$ 120
1	Pauta radial	3,000	3,000
200	Regalías (Material	2	400
1	POP)LapicerosSerigrafados	\$25	702.5
100	Rifa marco para fotografías Libretas promocionales	30	3,000

NOTA: Los diseños y contenidos de las mantas, pautas radiales y regalías, estarán incorporados en el capítulo de estrategias de publicidad y comercialización.

4.8 Riesgos y oportunidades del mercado

RIESGOS POSIBLES	ACCION A REALIZAR
La competencia tiene mayor capacidad adquisitiva con equipos	Ampliar nuestra cartera de clientes que nos permita crecer y abastecernos para adquirir nuevos equipos
Que la competencia acapare la mayor parte del mercado	Diferenciarnos de la competencia con servicios únicos e innovadores donde

	nuestros clientes estén completamente satisfechos y tengan la mejor atención
Que la aceptación del producto sea breve	Innovar constantemente con nuevas tendencias y nuevos productos a ofrecer
OPORTUNIDADES	ACCION A EJECUTAR
Precios	Ofrecer precios accesibles
Calidad	Muestras de trabajos realizados para que el cliente pueda verificar nuestra calidad
Variedad	Estar en constante búsqueda y ejecución de nuevas ideas de trabajos a realizar

4.9 Sistema y Plan de Ventas

- **Proceso de planeación de las siguientes actividades:**

– **Precio:** El precio será establecido con un porcentaje de los gastos fijos de la empresa más la materia prima y mano de obra siempre y cuando sea un precio que este al margen o más bajo que de la competencia analizando cuando se realice la venta sea el precio deseable.

– **Promoción:** Antes de la apertura del local se iniciara con una campaña publicitaria previa anunciando la inauguración por medios radiales, mantas cruza calle, volanteo y publicidad pagada en Facebook.

– **Distribución:** En cuanto a distribución, pensamos establecernos primeramente en un punto céntrico de Managua cerca de Metrocentro, ya que hay un gran número de personas que transitan y ven accesible además de ser un punto muy conocido para las personas que vienen de los departamentos. Aprovechando la ubicación se espera que al cabo de un año se haya aceptado el producto y se haya aumentado la producción. Se observaría la posibilidad que el producto se distribuya con envíos dentro del país para los departamentos con esto se aumentarían los clientes y su preferencia.

-**Venta de bienes y servicios:** Una vez ejecutada la publicidad y promociones se mostrara al cliente un catálogo de productos virtual y tangible además de muestras de trabajos realizados, para que el cliente pueda tener la opción de elegir variedad de estilos de productos y también pueda modificar con su toque personal, de esta manera además de vender estoy ofreciendo la satisfacción y confianza que los clientes buscan.

- **Define el producto y/o servicio:**

- **Preferencias del consumidor**

Los consumidores prefieren productos que destaquen, que sean modernos, actualizados, que marquen tendencias, que sean finos y a precios accesibles.

- **Busca la satisfacción Cliente-Empresa**

Es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes, que queden satisfechos por el precio pagado supere las expectativas en la calidad obtenida en el tiempo de entrega acordado y con una atención exclusiva donde estos sientan que se les escucho, se les atendió y soluciono en todos sus requerimientos.

- **En términos generales, es lo que se desea lograr con el producto o servicio:**

- **Ventas:** Alcanzar la meta de ventas, llegar a tener la cantidad de clientes suficientes para lograr la proyección de los primeros años.

- **Distribución:** Llegar a tener productos estandarizados que podamos distribuir en supermercados o librerías

- **Posicionamiento:** Que podamos llegar a dar a conocernos no solo a nivel de Managua sino a todos los departamentos, además de ser reconocidos por nuestros trabajos siendo constantes en las ferias de promoción.

- **Mercado a atacar:**

Localizado en Managua, Sector Nacional, Nicaragua.

Exportación regional (departamentos del país)

- **Segmento (mercado meta)**

La segmentación tiene como objetivo definir y describir los segmentos específicos de nuestra empresa y analizar cómo están conformados cada uno de ellos, consiste en definir los productos o servicios que se ofrecen a cada grupo o segmento específico, es la herramienta que nos ayuda a definir los gustos, necesidades y preferencias de los clientes.

El segmento de clientes son Mujeres entre 14 y 55 años

Adolescentes y jóvenes (Mujeres) entre 14 y 17 años con planes para fiestas de Quince años, cumpleaños.

Jóvenes (Varones y Mujeres) entre 18 a 28 años con planes de matrimonio.

Mujeres entre 29 a 55 años (mujeres adultas) con planes de fiestas infantiles, madres con planes baby shower y otras actividades.

El segmento de social es clase media baja clase media y clase media alta.

Tipo de mercado:

De nicho:

Nuestro segmento de clientes es muy específico, nuestra empresa se enfoca en características específicas de los clientes para satisfacer las necesidades y gustos de los mismos.

Creemos que al conocer las necesidades específicas de los clientes podremos brindar un mejor servicio.

Encuesta:

Esta encuesta tiene como objetivo conocer nuestro mercado potencial, donde están ubicados, cuáles son sus características, sus ingresos.

1. Edad:

*14-16

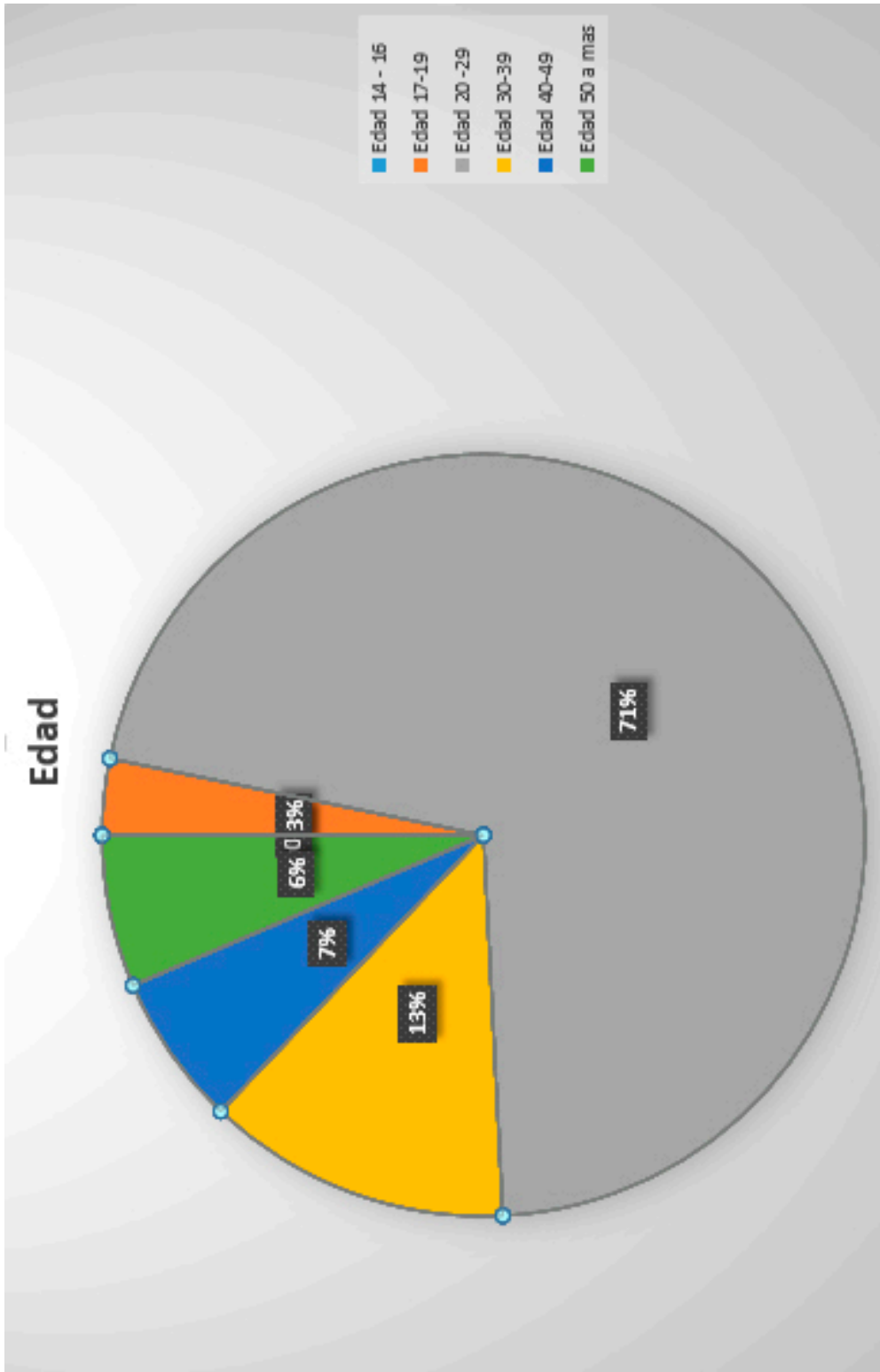
*17-19

*20-29

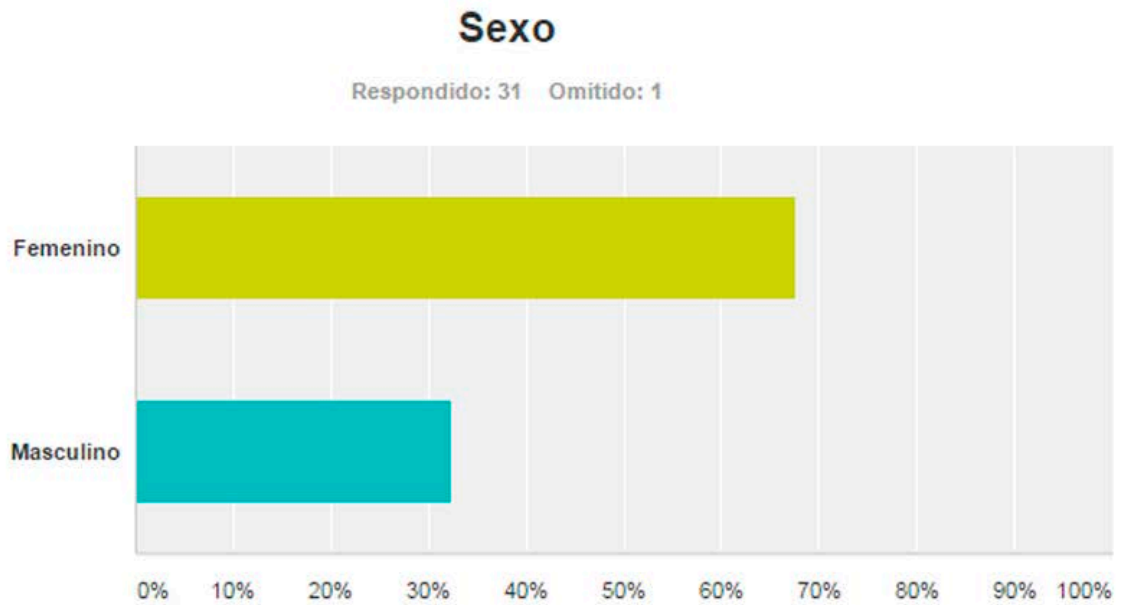
*30-39

*40-49

*50- a más



2. Sexo:

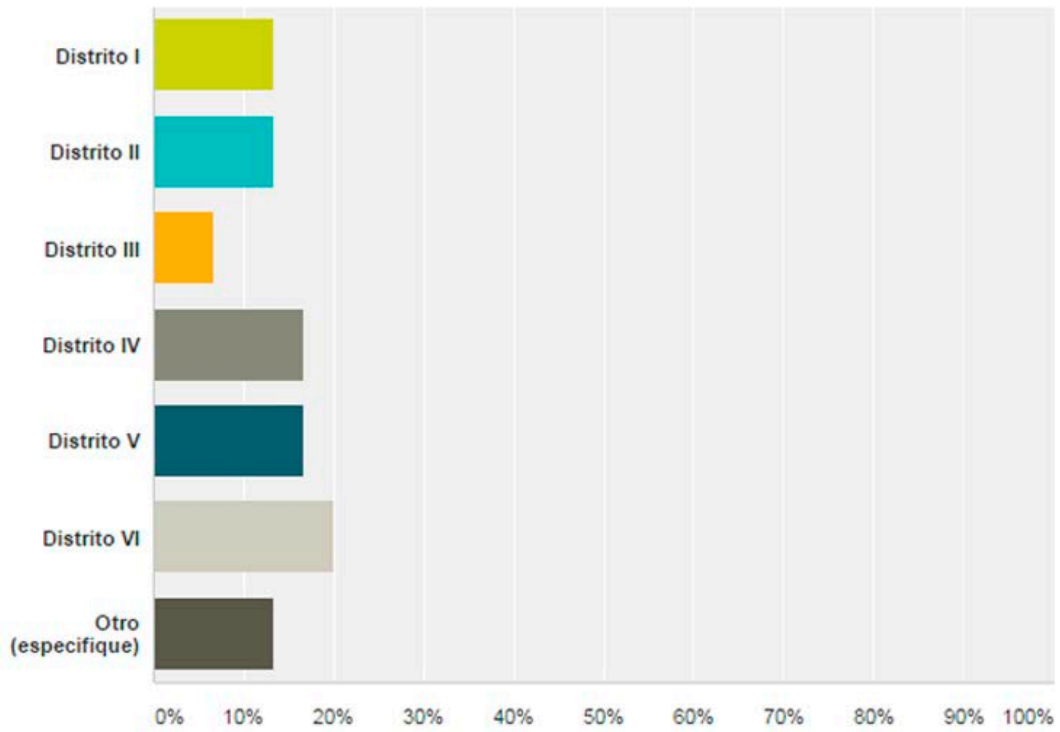


Opciones de respuesta	Respuestas	
▼ Femenino	67,74%	21
▼ Masculino	32,26%	10
Total		31

3. Ubicación:

Donde vive

Respondido: 30 Omitido: 2

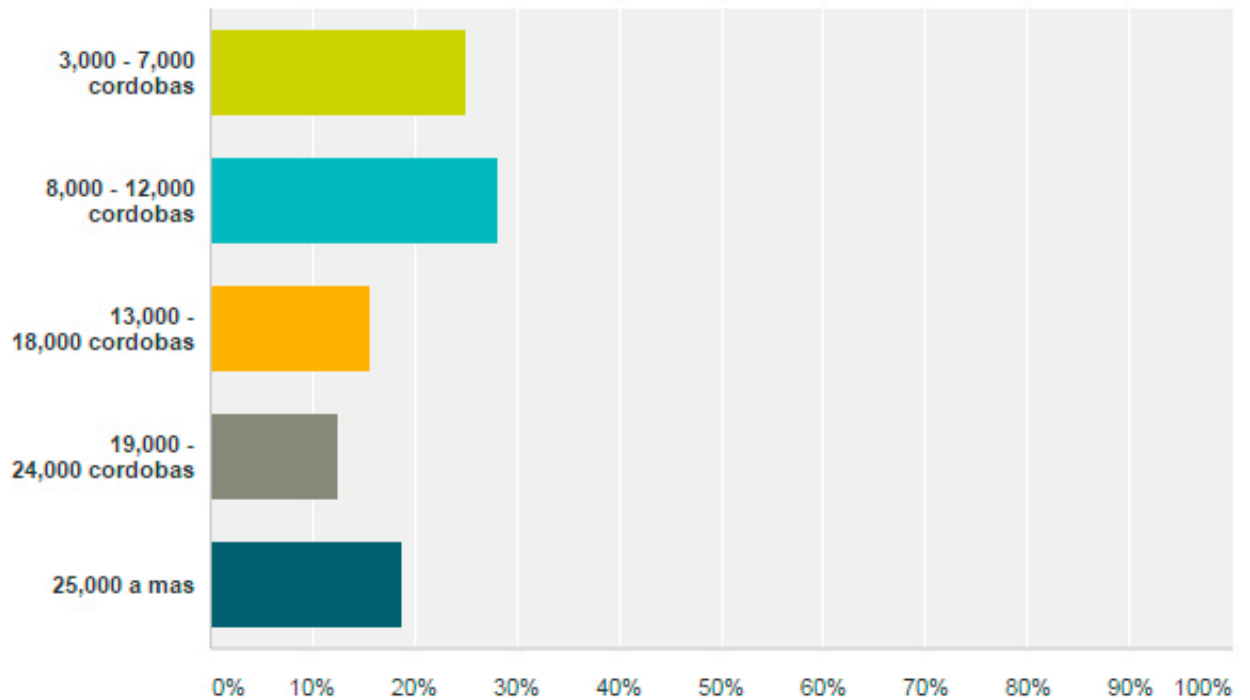


Opciones de respuesta	Respuestas	
▼ Distrito I	13,33%	4
▼ Distrito II	13,33%	4
▼ Distrito III	6,67%	2
▼ Distrito IV	16,67%	5
▼ Distrito V	16,67%	5
▼ Distrito VI	20,00%	6
▼ Otro (especifique)	Respuestas 13,33%	4
Total		30

4. Ingreso mensual: 4,500-7,000 / 7,000-10,000 / 10,000-12,000 / 12,000 a mas

Aproximadamente ¿cuál es el ingreso mensual de tu hogar?

Respondido: 32 Omitido: 0

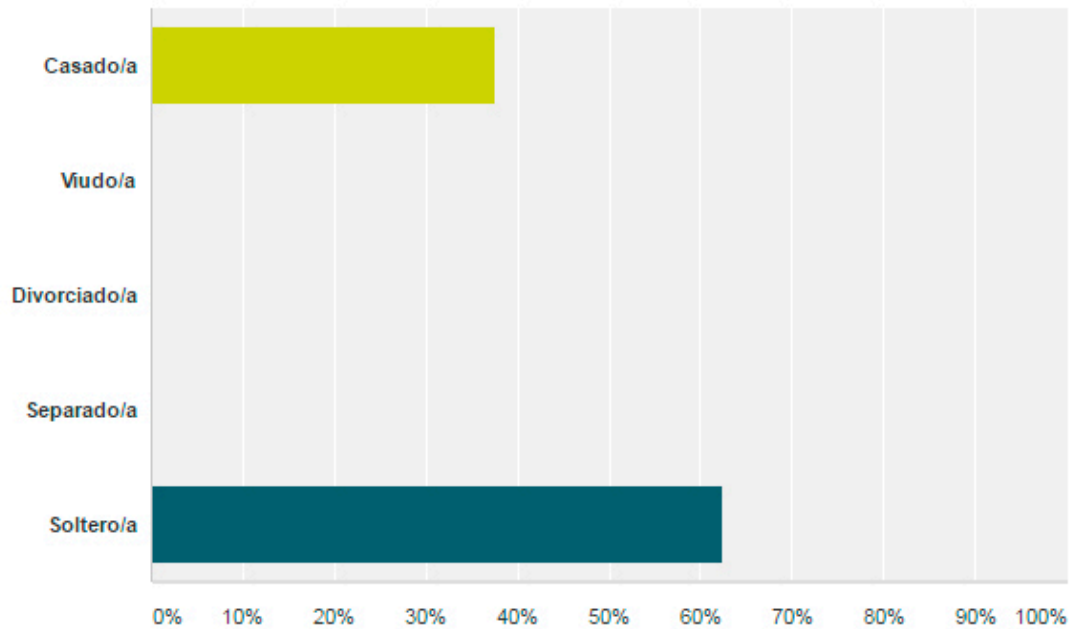


Opciones de respuesta	Respuestas
3,000 - 7,000 cordobas	25,00% 8
8,000 - 12,000 cordobas	28,13% 9
13,000 - 18,000 cordobas	15,63% 5
19,000 - 24,000 cordobas	12,50% 4
25,000 a mas	18,75% 6
Total	32

5. Estado Civil:

¿Cuál es tu estado civil actual?

Respondido: 32 Omitido: 0

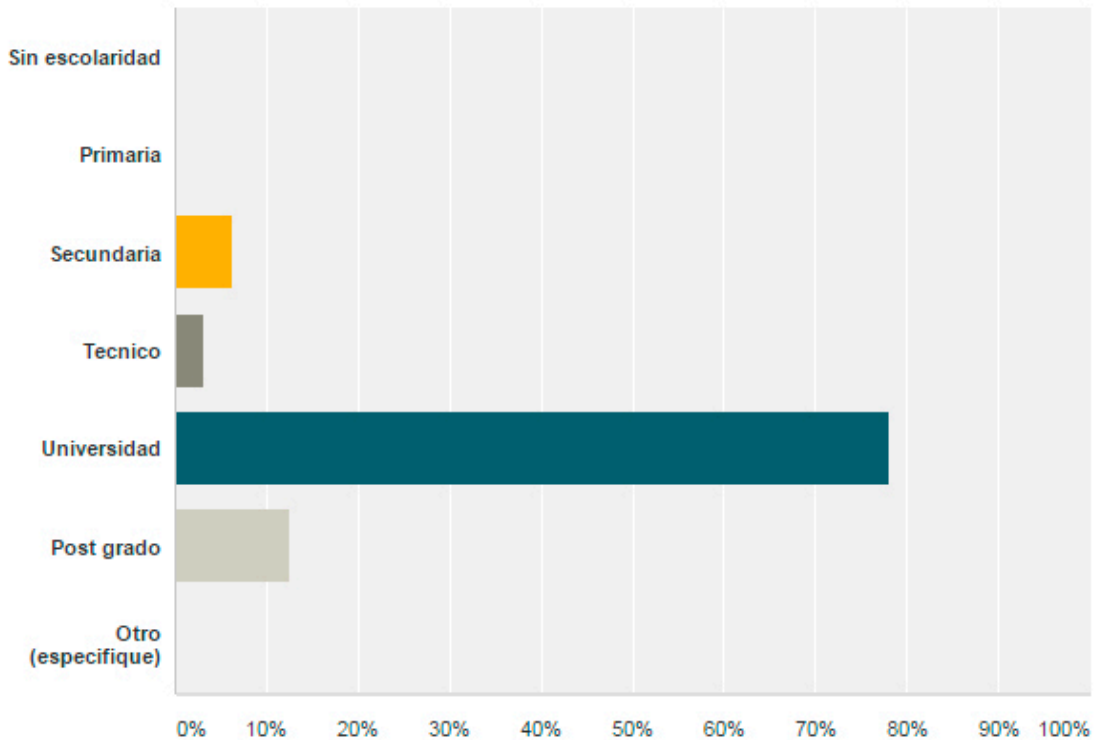


Opciones de respuesta	Respuestas
▼ Casado/a	37,50% 12
▼ Viudo/a	0,00% 0
▼ Divorciado/a	0,00% 0
▼ Separado/a	0,00% 0
▼ Soltero/a	62,50% 20
Total	32

6. Nivel de escolaridad:

Cual es tu nivel de escolaridad

Respondido: 32 Omitido: 0

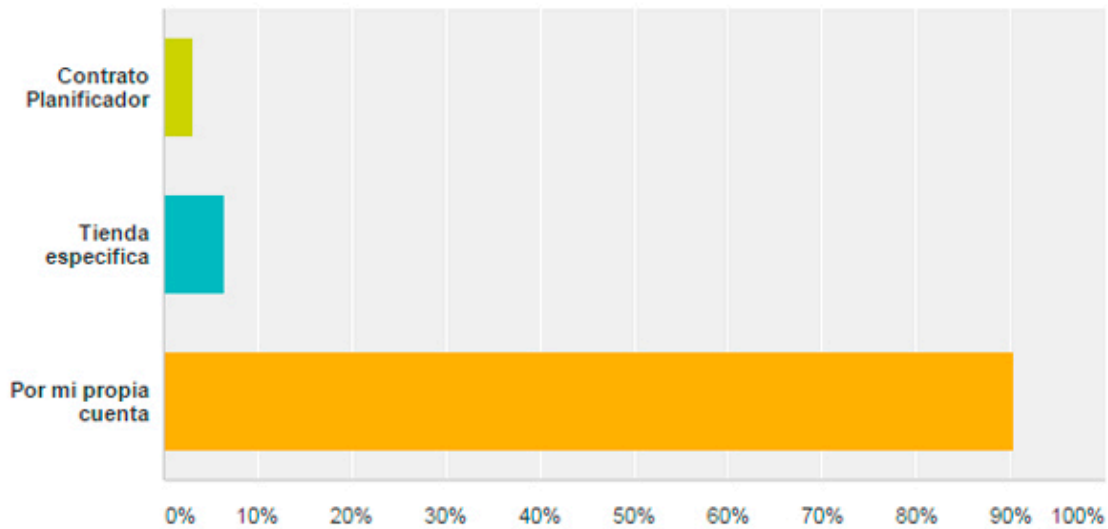


Opciones de respuesta	Respuestas
Sin escolaridad	0,00% 0
Primaria	0,00% 0
Secundaria	6,25% 2
Tecnico	3,13% 1
Universidad	78,13% 25
Post grado	12,50% 4
Otro (especifique)	0,00% 0
Total	32

7. Cuál es el medio que utiliza para planear sus eventos como bodas, cumpleaños y otros?

Cuál es el medio que utiliza para realizar y planear sus eventos como cumpleaños y otros?

Respondido: 31 Omitido: 1

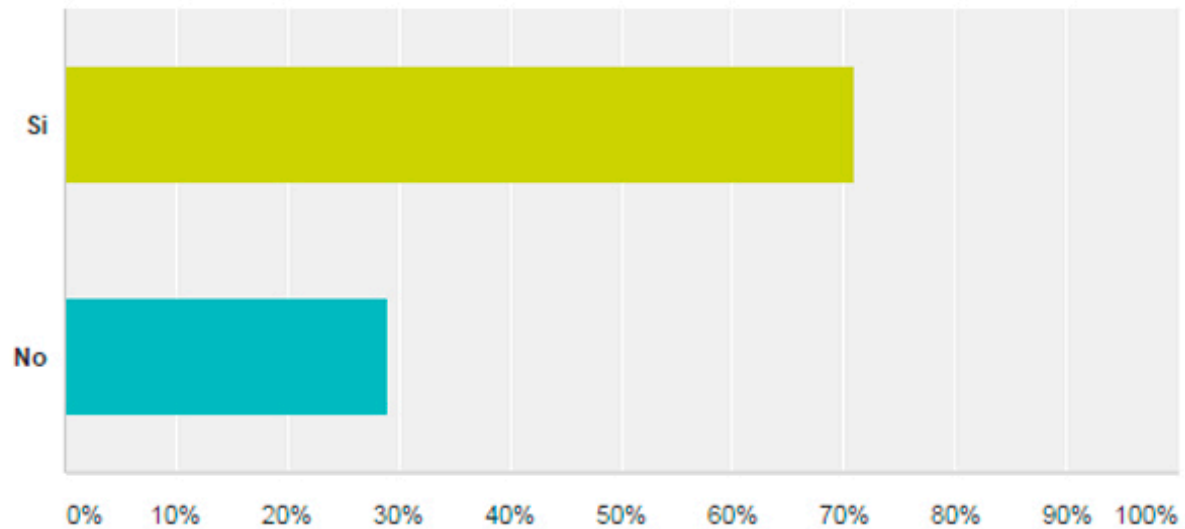


Opciones de respuesta	Respuestas
Si	70,97% 22
No	29,03% 9
Total	31

8. Conoce usted lugares donde comprar invitaciones y detalles personalizados?
Dónde?

Conoce usted lugares donde comprar invitaciones y detalles personalizados?

Respondido: 31 Omitido: 1

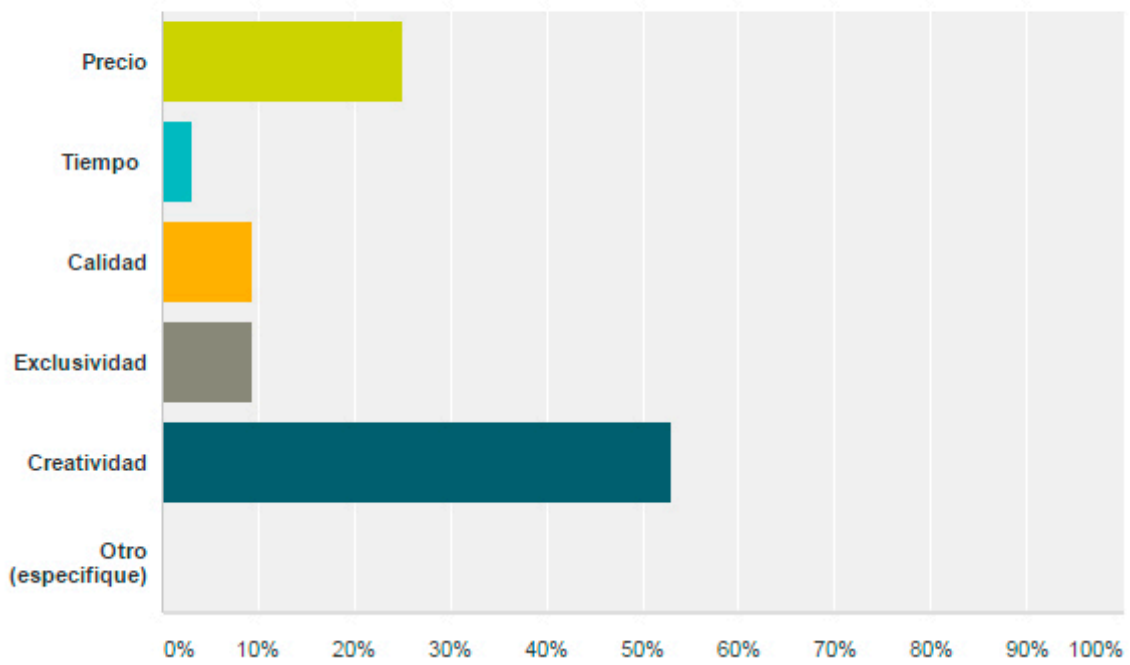


Opciones de respuesta	Respuestas	
Si	70,97%	22
No	29,03%	9
Total		31

9. Que factores tomas en cuenta a la hora de elegir como planear tus eventos?

Que factores tomas en cuenta a la hora de elegir sus invitaciones?

Respondido: 32 Omitido: 0

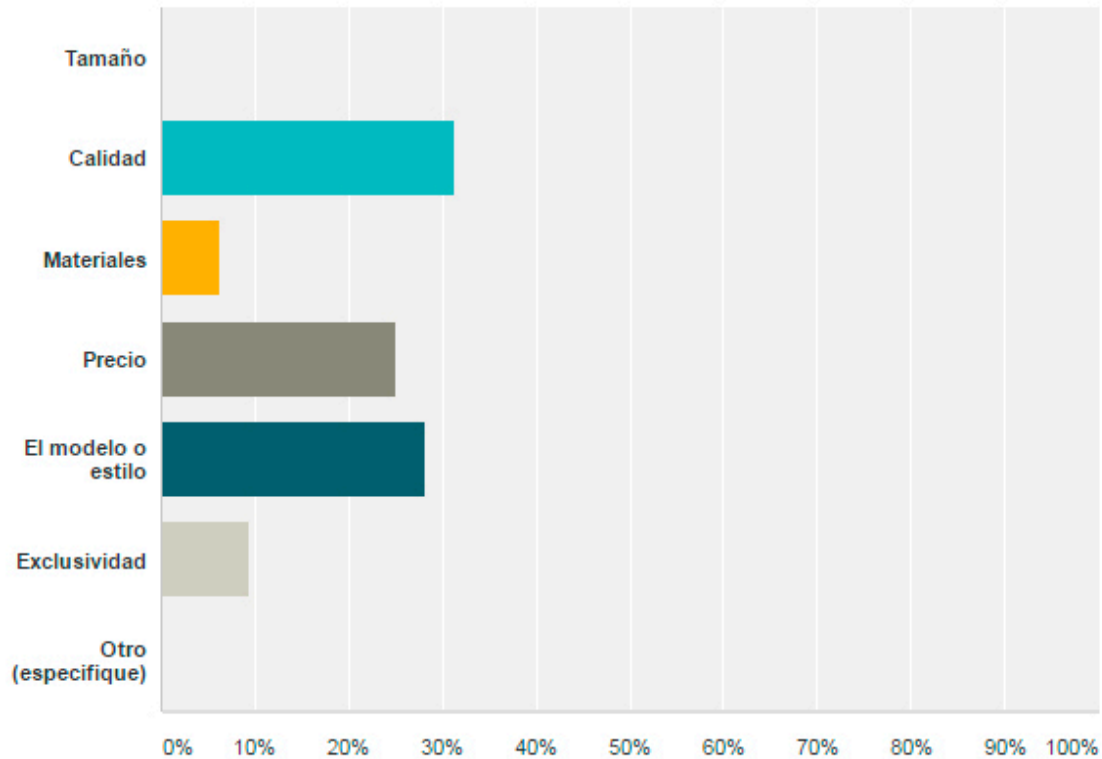


Opciones de respuesta	Respuestas	
▼ Precio	25,00%	8
▼ Tiempo	3,13%	1
▼ Calidad	9,38%	3
▼ Exclusividad	9,38%	3
▼ Creatividad	53,13%	17
▼ Otro (especifique)	Respuestas 0,00%	0
Total		32

10. Qué priorizas a la hora de elegir las invitaciones artículos para sus eventos?

Qué prioriza a la hora de elegir las invitaciones y artículos para sus eventos?

Respondido: 32 Omitido: 0



Opciones de respuesta	Respuestas
▼ Tamaño	0,00% 0
▼ Calidad	31,25% 10
▼ Materiales	6,25% 2
▼ Precio	25,00% 8
▼ El modelo o estilo	28,13% 9
▼ Exclusividad	9,38% 3
▼ Otro (especifique)	0,00% 0
Total	32

La encuesta fue realizada por correo electrónico por medio de la página SurveyMonkey la cual se le envió a una lista de contactos posibles clientes. Con los resultados obtenidos podemos verificar que en su gran mayoría nuestros clientes poseen un rango de edades entre 20 y 30 años en su mayoría son mujeres solteras y casadas, con un nivel de educación universitario e ingresos entre 8,000 a 12,000 córdobas.

Otras características que pudimos observar con nuestra investigación es que un 65% de personas conocen de lugares donde pueden adquirir estos productos pero un 35% no conocen donde adquirir, además se pudo constatar que a la hora de elegir invitaciones los clientes toman en cuenta principalmente la creatividad con que son realizados estos productos pero ellos priorizan el precio a pagar, es decir que para nuestros productos es primordial que exista un balance equilibrado de productos con mucha creatividad y precios razonables.

Capítulo V

PLAN DE PRODUCCIÓN



Detallaremos el desarrollo logístico de nuestro negocio: este implica producción industrial, como que proceso implementaremos o la tecnología que utilizaremos, se muestra de manera explícita la descripción de los productos a ofrecer, materiales y especificaciones técnicas del proceso de creación de los bienes que realizaremos y la infraestructura necesaria.

5.1 Objetivos del área de producción

Este tiene como objetivo controlar detalladamente el material con el que se va a trabajar, además incrementar la productividad y disminuir los retrasos, elaborar productos de calidad, lograr una satisfacción completa en el cliente, tener eficacia en la producción y así lograr un buen resultado final.

Controlar los procesos de producción de manera que se cumplan los estándares de fabricación adecuada con los materiales requeridos para cada trabajo cumpla con las exigencias.

- Producir los bienes y servicios con las características y condiciones que demanda el mercado
- Contar con los equipos, los accesorios y los recursos humanos necesarios para poder cumplir con las exigencias
- Que la materia prima y los insumos sean exactamente los que ofrecemos.
- Que las condiciones ambientales, los equipos, accesorios y el espacio físico reúnan las características sugeridas.

5.2 Especificaciones del producto o servicio.

Los servicios y productos que ofrece Detallitos de Papel son específicamente trabajos profesionales de diseño gráfico y productos artesanales elaborados a mano, a continuación se describen detalladamente cada uno de ellos:

- Invitaciones:

Tarjetas personalizadas de acuerdo a cada ocasión y al gusto del cliente. Tarjetas para felicitación, agradecimiento, pésame, promoción, 15 años, bodas, cumpleaños, bautizos, baby shower, etc.

Las tarjetas son elaboradas con acabados de texturas y cortes que se realizan con maquina bigshot que moldea y corta con plantillas de figuritas

varias, los materiales varían según la ocasión. Para eventos especiales se utiliza papelería fina como lino, lino perlado, cartulina smooth perlada, papel pergamino, papel perlado cristal, cartulina canvas, cartulinas recicladas desertstorm, cartulina reciclada almond y Cottonwood, polyester mate y papel tracy. Para eventos sencillos cartulina opalina, sulfito, cartulina réflex, cartulinas satinadas y papel bond de colores.

- Servicios de Diseño Gráfico:

Diseño de tarjetas personalizadas, elaboración de impresos personalizados, todo tipo de material gráfico como brochures, banners, volantes, afiches publicitarios, diagramación, diseño de logotipos, manual de marca y refrescamiento de marca.

- Productos en madera:

Elaboración de cajitas, baúles, regalos especiales, retrateras, joyeros, letras, con acabados de repujado en aluminio, flores artificiales y piedras decorativas.

- Productos de PVC:

Suvenires elaborados con material de PVC de 1mm a 12mm de grosor como figuras troqueladas, dummies iniciales o nombres para decoración y ambientación de bodas, baby shower o comuniones y cumpleaños.

Marcos troquelados para fotografías con impresión digital en vinyl adhesivo los tamaños estándar manejados son de 1 metro de ancho x 87cm de alto.

- Manualidades:

Figuras elaboradas en foamy

Pintura en madera y vidrio.

Elaboración de Repujado.

- Impresos:

Adornos elaborados a mano e impresos y adaptados a la necesidad específica del cliente como mascararas para niños, gorrito de cumpleaños, letras y banderines de feliz cumpleaños, props, bolsas, artículos varios y promocionales con etiquetas personalizadas.

- Decoración para eventos:
- Decoración con telas, ambientación, centros de mesa, elaborados a mano y arreglos de flores naturales.

5.3 Descripción del proceso de producción.

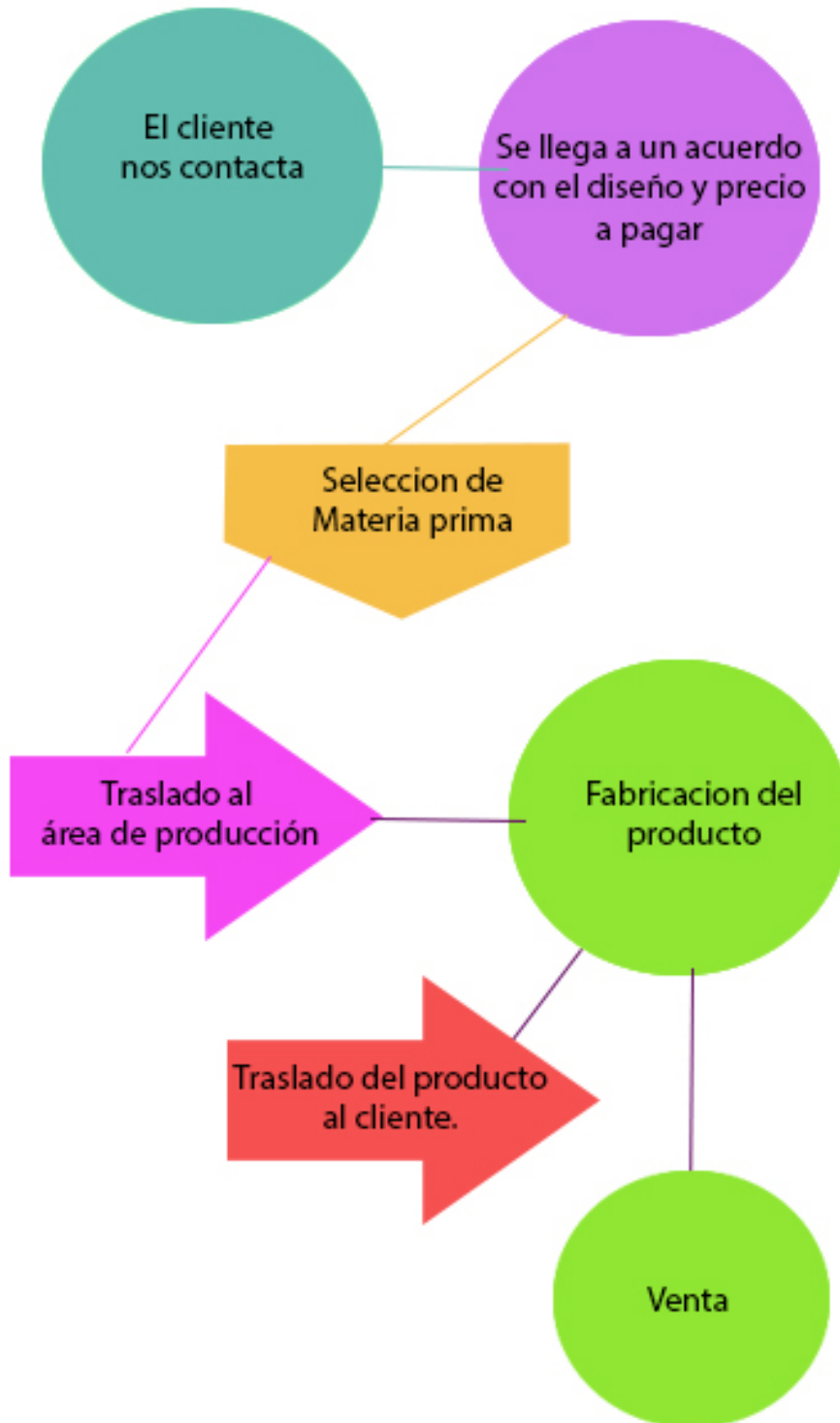
Esto define las actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o servicio en el que se toma en cuenta la materia prima y los recursos humanos que se necesitan para su realización.

Nuestro producto estrella son las invitaciones:

1. El cliente visita el negocio o nos contacta por vía telefónica o por medio de Facebook para conocer más detalladamente nuestros productos y servicios.
2. Se le brinda al cliente la información necesaria acerca del precio y a su vez se le proporciona una muestra del producto por el cual está interesado.
3. El cliente nos brinda sus ideas acerca de lo que está buscando y tomamos en cuenta cada detalle para así brindar un servicio personalizado y satisfactorio.
4. Tomando en cuenta la opinión del cliente y a su vez la experiencia de la empresa, se llega a un acuerdo en donde se establece el tiempo de producción, la fecha de entrega y el precio a pagar.
5. En el caso de que el cliente contrate un servicio de diseño gráfico, se le muestran un boceto con el diseño digital para llegar a un acuerdo satisfactorio y una previa autorización.
6. Una vez se llega a un acuerdo, el cliente debe dar un anticipo (50%) del precio total a pagar y se le informa el tiempo de entrega tomando en cuenta el tipo de trabajo y el nivel o complejidad de los acabados, en el caso de las invitaciones de bodas se les sugiere un tiempo de 15 días de anticipación para la elaboración.
7. Se inicia el proceso de elaboración del producto y si el servicio contratado fue de diseño gráfico se inicia con el proceso de diseño, tomando en cuenta el boceto que el cliente escogió anticipadamente.
8. Una vez terminado el producto o diseño, se contacta al cliente para que este retire su pedido o bien se le lleva a su domicilio en el caso que el cliente haya solicitado este servicio.
9. Con la entrega del trabajo realizado se debe cancelar el otro 50% de cancelación.

Actividad	Nivel de complejidad	Horas por día	Horas por semana	Tiempo de entrega
Invitaciones				
De 10 a 20 invitaciones	Medio	2	10	10 días
De 30 a 50 invitaciones	Medio	3	20	12 días
De 50 a 100 invitaciones	Medio	4	20	15 días
De 100 a 200 invitaciones	Avanzado	5	25	15 días
Servicios de Diseño Gráfico				
Logotipos	Avanzado	3	12	10 días
Brochures, afiches, volantes	Bajo	2	5	2 días
Manual de marcas	Avanzado	4	60	4 semanas
Productos de madera				
De 1 a 30 unidades	Medio	2	10	1 semana
De 40 a 80 unidades	Medio	3	15	10 días
De 50 a 150 unidades	Medio	4	25	15 días
De 100 a 200 unidades	Avanzado	4	45	3 semanas
Productos de PVC				
Letras y nombres	Medio	1	2	2 días
Figuras troqueladas	Medio	1	3	3 días
Marcos para fotos	Medio	1	2	2 días
Manualidades				
Figuras elaboradas en foamy De 10 a 50 unidades	Medio	2	10	10 días
Pintura en madera y vidrio. De 10 a 50 unidades	Medio	2	8	1 semana
Elaboración de Repujado. De 10 a 50 unidades	Medio	4	25	10 días

5.4 Diagrama del flujo de proceso



5.5 Características de la tecnología:

Descripción	Características tecnológicas	Cantidad	Precio unit	Precio total
Impresora Epson	2500	1	\$ 4,000	\$ 4,000
Computadora de escritorio	Procesador Corei4, memoria RAM 4GB	1	\$ 450	\$ 450
Computadora portátil	Procesador Corei4, memoria RAM 4GB	1	\$ 450	\$ 450
Maquina Bigshot	Hace texturas en papel y cartulina además corta con plantillas para facilitar mano de obra y perfeccionar trazos de corte	1	\$200	\$200
Maquina Sixzy	Solloembosa o texturiza papel y cartulina	1	\$ 70	\$70
Troqueles para foamy	Tamaño 30 x 25 cm , termo formar figuras en foamy	1	\$ 20	\$ 20
Cortador eléctrico	Styrocutter, para cortar materiales como poroplast y PVC	1	\$ 60	\$ 60
Guillotina	Sivigline para cortes delicados y precisos para papelería fina	1	\$ 30	\$ 30
Tabla Martha Steward	Para elaborar sobres y cajas	1	\$ 20	\$ 20
Lampara para repujar	Modelo Darice, para repujado	1	\$ 30	\$ 30
Mini Bowdabra	Creador de lazos y monos	1	\$ 20	\$ 20
Perforadoras	Martha steward, perforadoras con figuras variadas	10	\$ 15	\$ 155
Pirografo	Marca truper, electrónico para grabar en vidrio madera y foamy	1	\$ 250	\$ 250
Moldes de cajas	Perforadora de cajas para fácil armado	1	\$ 32	\$ 32

5.6 Equipos e instalaciones

Se necesitará un espacio para exhibición de productos y atención directa con el cliente, un taller con luz eléctrica, mesas para área de trabajo, computadora de escritorio con los softwars necesarios instalados (adobe Photoshop, Illustrator, Indesign), se necesitará una impresora matricial y la materia prima necesaria para la realización de los productos, así como los accesorios necesarios para la manufactura de los mismos (detallados en el gráfico de características de la tecnología.)

- **El mantenimiento del equipo será el siguiente:**

Después de usar el equipo se debe limpiar y guardar en su lugar.

Revisar continuamente el funcionamiento del equipo.

Mover y usar el equipo únicamente cuando sea necesario.

Usar el equipo única y exclusivamente de acuerdo a sus especificaciones.

Equipos y Herramientas			
Equipos	Cantidad	Estado	Precio aproximado unit
Equipos para local			
Abanicos de techo	2	Nuevo	4,000
Escritorio	1	Nuevo	4,500
Computadora	1	Usada	2,850
Mesas	2	Usadas	1,500
Guillotina	1	Nueva	1,200
Estantes de fibrán	4	Fabricados	800
Sillas	6	Usadas	500
Impresora matricial	1	Nueva	35,000
Herramientas para elaboración de productos			
Maquina BigShot	1	Nueva	5,050
1 Guillotina Fiskars	1	Nueva	850
Moldes o plantillas de embosado y corte	25	Nuevas	450
Cutter	2	Nuevo	40
Tijeras	4	Nuevas	55
Tabla Martha Stewart	1	Nueva	840

Tablas de goma para cortes	2	Nuevas	500
Pistolas de silicón	2	Nuevas	65

Diseño y Distribución de Plantas y Oficinas

La distribución de la empresa se representa en el plano mostrado a continuación. Consiste en 5 áreas.

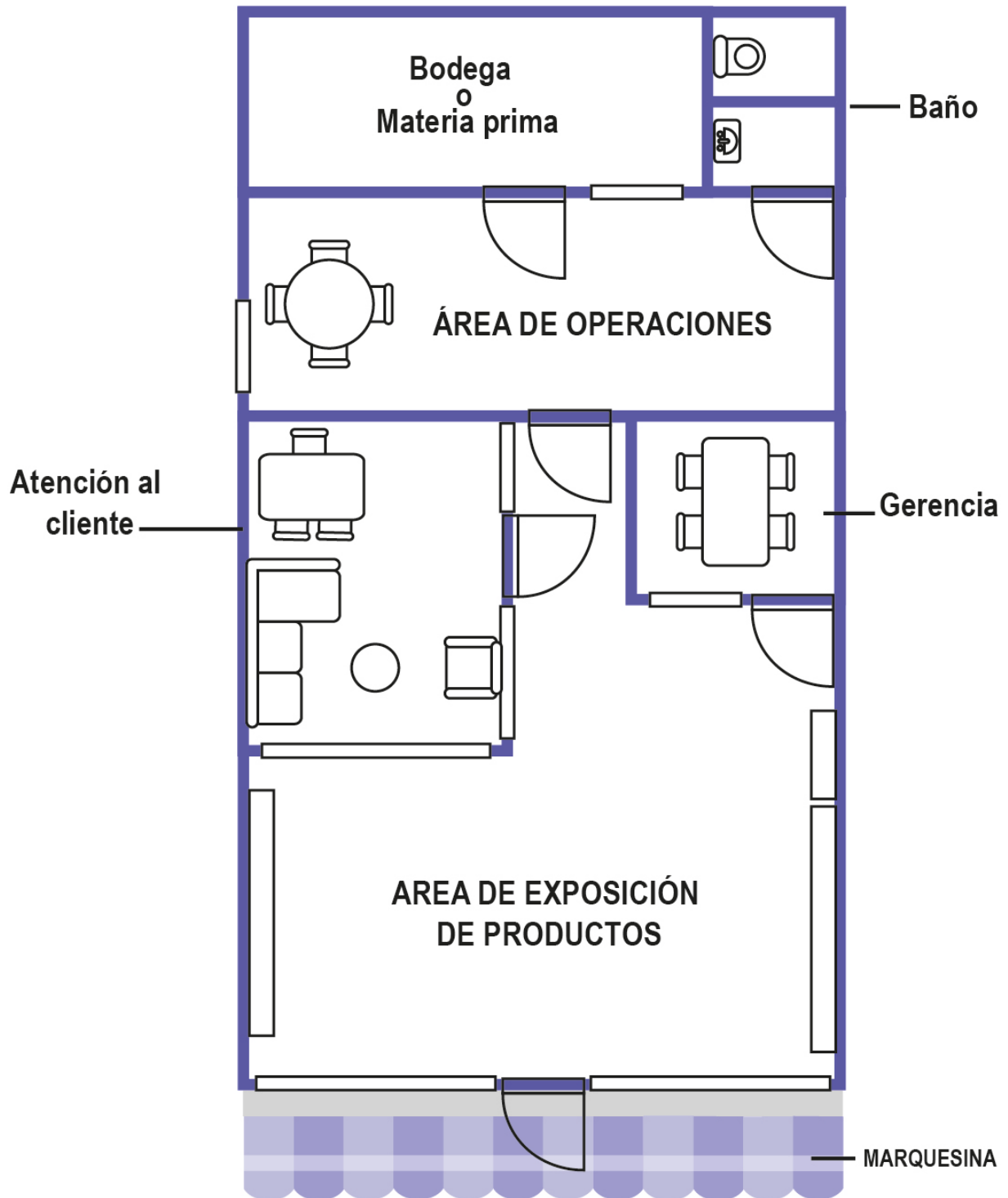
Área de servicio al cliente, área de producción, almacenamiento de materia prima, un baño y un área o patio para comedor.

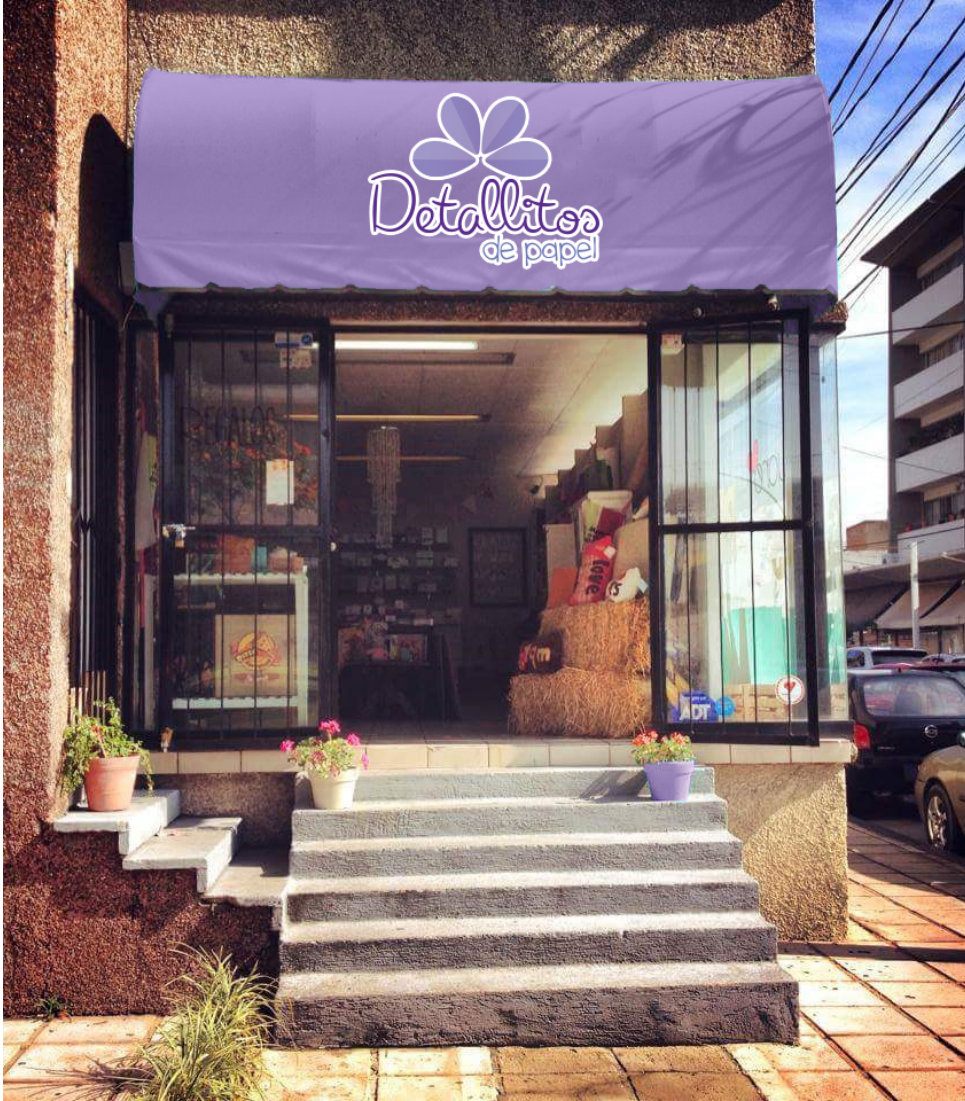
La parte de la acera en un área frente a la tienda en la cual los clientes que caminen frente a esta podrán observar por medio de vitrinas los productos que se ofrecen.

En el área de exposición de productos se encuentran productos varios ubicados en estantes ubicados en las paredes para muestra de calidad de los acabados, materiales y modelos e ideas para implementar, el área de servicio al cliente se encontrará 1 personas que maneja los clientes por internet, además se encargará de dar un servicio de calidad al o los clientes que entran a la tienda a buscar productos, tomando en cuenta sus consultas se le ofrecerán las mejores soluciones de sus necesidades .

El área de producción se encontrarán 2 personas las cuales son encargadas de fabricar los productos, en esta área se encuentran las herramientas y equipos necesarios para la producción de los productos requeridos por los clientes, en el área de almacenamiento se encuentra toda la materia prima necesaria, se encuentran estantes y espacios para guardar los materiales, en el patio se encuentra el área para los utensilios necesarios para la limpieza de la empresa, y por último en baño se encuentra un servicio sanitario y un lava manos.

PLANTA DISTRIBUCION
DE ÁREAS





5.7 Materia Prima

Materia prima		
Descripción	Unidad de medida	Costo unitario C\$
Papel Bong	Pliego tamaño A-0	5.00
Papel Astrobrigts de colores	Pliego tamaño A-0	12.00
Papel Lino 90gramos	Pliego tamaño A-0	14.00
Papel Ultra wit	Pliego tamaño A-0	14.00
Papel Pergamino	Pliego tamaño A-0	18.00
Papel Parlado texturizado	Pliego tamaño A-0	50.00
Papel CocoaSmooth	Pliego tamaño A-0	50.00
Cartulina Opalina	Pliego tamaño A-0	15.00
Cartulina Sulfito	Pliego tamaño A-0	10.00
Cartulina Lino Parlado	Pliego tamaño A-0	80.00
Cartulina PerladaSmooth	Pliego tamaño A-0	87.00
Cartulina Canvas	Pliego tamaño A-0	90.00
Cartulina reciclada	Pliego tamaño A-0	45.00
Cartulina Reciclada Almond	Pliego tamaño A-0	45.00
Marcadores	Unid	15.00
Cintas mantequilla varios colores	Yarda	4.00
Cintas gross varios colores	Yarda	8.00
Pliego d Foamy	Pliego tamaño A-0	80.00
Lamina pvc 1mm	1.22x2.44 mts	257.00
Lamina pvc 2mm	1.22x2.44 mts	288.00
Lamina pvc 3mm	1.22x2.44 mts	313.50
Lamina pvc 4mm	1.22x2.44 mts	684.00
Lamina pvc 12mm	1.22x2.44 mts	1368.00
Pagamento Blanco	Por de 250ml	30.00
Barras de silicón	Unid	2.50
BrochesPlásticos	Pliego tamaño A-0	6.00
Cartulina Réflex	Pliego tamaño A-0	14.00
Palillos de madera	Unid	2.00

5.8 Capacidad Instalada.

Los equipos y materiales a utilizar deben presentar las características de calidad necesaria para ofrecer un producto que represente la capacidad de cubrir la demanda y estar a nivel o superar las exigencias y mejora constante de la competencia.

A continuación se detalla la capacidad instalada de acuerdo a cada producto o servicio.

Tarjeta: 300 tarjetas al mes.

Productos de PVC: 50 por mes.

Figuras de foamy: 60 figuras al mes.

Trabajos de madera: 100 al mes.

Diseño Gráfico: 20 servicios atendidos aproximadamente al mes.

Identificación de Proveedores y Cotizaciones.

Para que la selección de proveedores sea más eficiente se toman en cuenta criterios como: Calidad, precios, servicios que se ofrecen y la facilidad y cercanía del proveedor.

Tomando en cuenta lo antes mencionado se detallan a continuación los proveedores seleccionados por la empresa.

Servicio	Proveedor	Calidad
Papelería fina para invitaciones	Serfosa/ PBS	Muy buena
Impresión digital sub contratada	Serfosa	Muy buena
Materiales para manualidades como pegamento, cartulinas, foamys, tijeras, silicón, etc	Gonper Librerías	Buena
Pinturas, materiales para repujado	Librería Santa Gema	Buena
Artículos y Herramientas de Scrapbook	El taller de Scrapbooking	Muy buena
Cintas y accesorios de telas, encajes y flores	Tienda El Botón	Buena
Bolsas de celofán y empaques	Plásticos de Nicaragua	Buena
Elaboración de ebanistería	Uzaga madera y repujados	Buena
Servicios de Teléfono e internet	Claro Nicaragua	Regular
Artículos para personalizar de fiestas infantiles	Mundo Party	Buena

Se realizará compra de materia prima mensualmente y la cantidad dependerá de cuantos productos se van a fabricar, se comprará materia prima extra para mantener siempre en el almacén.

5.9 Manejo de inventarios

Se realizará compra de materia prima mensualmente y la cantidad dependerá de cuantos productos se van a fabricar, se comprará materia prima extra para mantener siempre en el almacén.

5.10 Ubicación de la Empresa.

La empresa estará ubicada en: Ciudad de Managua en Plaza Libertad, Modulo 4 Del consejo supremo electoral (Metrocentro) 1/2 cuadra arriba sobre la marginal.

Se decidió esta ubicación porque es una zona Céntrica con fácil y rápido ubicación para los clientes, es una zona donde se encuentra mucho comercio.

El producto será vendido en el local, de forma directa al cliente y en algunos casos se entregará el producto final a domicilio o métodos de envío por correo nacional.

5.11 Mano de obra requerida.

El proceso de producción se llevará a cabo con el aporte de 3 personas, las 2 trabajarán en la manufactura del producto pero una de ellas se encargará de supervisar que la producción se haga de manera correcta para obtener el mejor resultado posible.

Persona 1: Se encarga de la parte comercial, ventas y atención al cliente.

Persona 2: Se encargará de mantener el orden y la limpieza durante el proceso, también se encargará de tener la materia prima necesaria para la producción, así mismo tendrá lugar a participar en el proceso de producción.

3: Se encargará únicamente de realizar el proceso de producción como apoyo de la otra persona.

5.12 Procedimientos de mejora continua.

La calidad del producto se mantendrá siempre ya que le cliente prefiere un producto que tenga calidad constante.

Se invertirá siempre en lo necesario, ya sea materia prima o equipos necesarios para la producción.

Si el cliente pide una mejora o un detalle especial en su producto o servicio, este le será brindado.

Se revisará constantemente la política de precios para así mantener siempre un precio accesible y de preferencia.

Se planea ampliar el local en un futuro e incursionar en los supermercados con cajas y tarjetas.

5.13 Programa de Producción.

1. Rentar un local.
2. Mejoras y adecuación del local.
3. Comprar maquinaria necesaria para la producción.
4. Seleccionar proveedores, tomando en cuenta la calidad de sus productos, el precio y el acceso al local.
5. Comprar materia prima necesaria.
6. Trabajar siguiendo el diagrama de flujo de proceso.

Capítulo VI

ORGANIZACIÓN



La organización de nuestra empresa implica administrar de manera impecable los recursos y bienes de la empresa y siempre estando pendiente del buen uso de los equipos, orientar de manera clara la labor de cada persona dentro de la empresa con la intención de que todos realicen bien su trabajo y alcanzar eficazmente los objetivos de la misma.

6.1 Objetivos del área de Organización

- Asegurar el espacio físico que requiere la empresa para operar
- La compra o adquisición de todos los accesorios e instrumentos que requiere la empresa para el buen funcionamiento
- Asegurar la contratación del personal requerido para cada área con las aptitudes, cualidades y características necesarias.
- Asegurar la compra de la materia prima e insumos en las cantidades necesarias.
- Cuidar los recursos económicos, materiales y equipos con que cuenta nuestra empresa.

6.2 Estructura Organizacional



Se decidió el organigrama circular en este caso, equipo permite representar la estructura organizacional de manera compacta, el puesto de mayor jerarquía se coloca en el centro del gráfico este señalan muy bien la importancia de los niveles jerárquicos ya que eliminan, o disminuyen al menos, la idea de estatus más alto o más bajo siendo así un sistema organizativo que promueve el trabajo en equipo, la meta de cada proyecto de la empresa representa un reto para todo los involucrados, independientemente del área donde se desempeñe y donde el líder, actúa en función de coordinar y dirigir las aspectos de políticas y estrategias gerenciales, dejando a las áreas funcionales la responsabilidad de ejecutar las acciones pertinentes.

6.3 Funciones específicas por puesto.

Gerencia o área administrativa

- Incluir dentro de la estructura de la empresa, el personal mínimo y necesario, con las cualidades necesarias para cada una de las áreas a cubrir.
- Organizar proyectos o estrategias necesarias, para entrar a competir de forma leal, pero ventajosa en el mercado.
- Administrar los recursos de la empresa
- Ser integro, poseer un profundo sentido de justicia para tratar a tu equipo y delegar oportunamente.
- Proyectar políticas de empoderamiento de proyectos, habilidades en establecimiento de metas, delegación, comunicación, control y motivación.
- Promover el crecimiento emocional y afectivo del grupo.

Área de mercadeo

- Infundir confianza en los empleados de la empresa como en el cliente.
- Compartir el esfuerzo con tu equipo de trabajo y brindarles seguridad y sentido de pertenencia.
- Generar una conexión con los miembros de tu equipo, ser empático y escuchar sus necesidades.
- Identificar oportunidades para la empresa y crear un ambiente que estimule la creatividad e impulse la productividad.

Área de Operaciones

- Asumir tu responsabilidad y ayudar a otros a asumir la propia.
- Ser innovadores y visionarios
- Priorizar la comunicación
- Tener la capacidad para armar un plan y seguirlo hasta alcanzar los objetivos

- Tener iniciativa creativa, saber gestionar conflictos o saber gestionar el tiempo
- de entrega de los trabajos

Área de Servicio al cliente

- Asegurar la correcta atención a los clientes internos y/o externos, la búsqueda de información sobre sus problemas, las alternativas para solucionarlos y su asesoramiento.
- Dar retroalimentación positiva a nuestros clientes y estar dispuesto a recibirla.
- Desarrollar valores de confianza y cualidades con una excelente atención personalizada.
- Actúa apasionadamente, se optimista, motiva y valora los clientes, demostrar valores en los pequeños actos, todo el tiempo (honestidad, coraje, perseverancia, lealtad, humildad).

6.4 Capacitación del personal

La empresa invertirá recursos con los colaboradores seleccionados para capacitarlo y desarrollarlo. Para proteger esta inversión la empresa debe conocer el potencial de sus trabajadores y así poder aprovechar sus aptitudes y abarcar tareas variadas que mejoren el desempeño de la empresa.

Capacitación en los siguientes puntos;

- Actualizar y perfeccionar los conocimientos y habilidades del trabajador en su actividad, así como proporcionarle información sobre la aplicación de nueva tecnología en ella.
- Preparar al trabajador para ocupar una vacante o puesto de nueva creación.
- Prevenir riesgos de trabajo.
- Incrementar la productividad.
- En general, mejorar las aptitudes del trabajador.

6.5 Desarrollo del personal

Este será ejecutado de manera que el equipo de trabajo pueda desarrollar sus conocimientos y habilidades periódicamente tomando los siguientes puntos:

- **Confianza en sí mismo**
- **Integridad** (congruencia entre lo que se dice y lo que se hace)

- **Proactividad** (hacer que las cosas sucedan)
- **Lealtad**
- **Orientación a resultados**
- **Capacidad para manejar y expresar sus emociones** (inteligencia emocional)
- **Capacidad** y gusto de aprender
- **Habilidad** para tomar decisiones
- **Habilidades** de comunicación y retroalimentación
- **Capacidad** para el manejo de conflictos
- **Capacidad** de reconocer los logros y méritos de los demás.
- **Inclinación** por lograr la excelencia en lo que se hace.

6.6 Administración de sueldos y salarios

La empresa cumplirá con todos los aspectos de leyes y derechos laborales.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Nombres y Apellidos	Cargo	salario mensual	Salario Anual	13vo Mes	Indemnizacion por año	Inss patronal anual (18.5%)	2% Inatec anual	Total
2	Meyling Gonzalez	Gerente	C\$ 4,500.00	C\$ 54,000.00	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00	C\$ 9,990.00	C\$ 1,080.00	C\$ 74,070.00
3	Nelson Gonzalez	Operaciones	C\$ 3,596.03	C\$ 43,152.36	C\$ 3,596.03	C\$ 3,596.03	C\$ 7,983.12	C\$ 863.04	C\$ 59,190.58
4	Karla Garcia	Atencion al cliente	C\$ 3,596.03	C\$ 43,152.36	C\$ 3,596.03	C\$ 3,596.03	C\$ 7,983.12	C\$ 863.04	C\$ 59,190.58

6.7 Evaluación del desempeño

Determinaremos el valor o importancia de una cosa o de las aptitudes, conducta, etc., de una persona de la siguiente forma:

- Vinculación de la persona al cargo.
- Entrenamiento.
- Promociones.
- Incentivos por el buen desempeño.
- Mejoramiento de las relaciones humanas entre el superior y los subordinados.
- Auto perfeccionamiento del empleado.
- Informaciones básicas para la investigación de Recursos Humanos.
- Estimación del potencial de desarrollo de los empleados.
- Estímulo a la mayor productividad.
- Oportunidad de conocimiento sobre los patrones de desempeño de la empresa.
- Retroalimentación con la información del propio individuo evaluado.

Sin embargo, de todas ellas, consideramos que una de las más importantes es la retroalimentación que obtiene el empleado en este proceso.

Si se le indica que ha realizado un buen trabajo, el trabajador se sentirá estimulado y creerá que ello puede ayudarlo en un futuro a obtener diversas compensaciones por parte de la organización.

El empleado cuyos méritos son calificados, se esforzará en sus tareas diarias, porque sabe que se le vigila y califica su esfuerzo

6.8 Relaciones de trabajo

- Promover el trabajo en equipo
- Garantizar el cumplimiento de las funciones de cada persona.
- Ofrecer oportunidades a los individuos (crecimiento y desarrollo personal)
- Estimular la productividad y mejorar las relaciones humanas en el trabajo.
- Desarrollar relaciones interpersonales de acuerdo con principios éticos y comunicación.

6.9 Marco legal de la Organización

La constitución de la empresa Detallitos de papel será como Compañía Limitada.

- Pasos para constituir una empresa en Nicaragua.

1. Constituirse legalmente ante el registro público mercantil y de la propiedad mediante escritura de constitución.
2. Obtener su número de Registro Único de Contribuyente (RUC) ante la Dirección General de Ingresos (DGI).
3. Otorgar Poder de Administración a su representante legal.
4. Registrarse como contribuyente ante la Administración de Rentas de su área (Consultar en la oficina de atención al contribuyente, en que administración de rentas le corresponde registrarse y además registrar los libros contables cotidianos, un libro diario, un libro mayor, uno de actas y uno de acuerdos.
5. Registrarse en la Alcaldía de Managua, para lo cual se debe presentar copia de escritura de constitución y los libros contables debidamente registrados en la Administración de Rentas.
6. Una vez realizado estos pasos optara por inscribirse en la Ley sectorial que le corresponda según la naturaleza de su empresa o compañía.
7. Registrarse en el Sistema de Registro Estadístico de Inversiones Extranjeras de la Republica de Nicaragua, si su inversión es mayor a los US\$30,000.00 (TREINTA MIL DOLARES NETOS), según mandato de Ley N° 344 Promoción de Inversiones

extranjeras y su Reglamento. El formulario lo obtiene en la Dirección de Políticas de Fomento de Inversiones y Exportaciones del MIFIC.

-Trámites fiscales

Dirección General de Ingresos.

Para legalizar la empresa en la DGI se debe de seguir las siguientes instrucciones considerando que es una pequeña empresa:

1. Requisitos del Representante Legal de la Sociedad Mercantil.
2. Original y fotocopia de cédula de identidad del Representante Legal y la Junta Directiva.
3. Fotocopia de recibos: Agua, Luz, Teléfono o fotocopia de contrato de arriendo. Nota. Si los recibos aparecen a nombre del que se va a inscribir, debe de elaborar una carta el dueño del servicio y anexar fotocopia de su cédula, expresando en que condición habita en su vivienda.
4. Si el trámite lo realiza una tercera persona deberá presentar, Poder Especial Notariado donde se autorice a que realice el trámite.

- Sociedades Mercantiles

1. Original y fotocopia certificada del Acta Constitutiva con sus Estatutos debidamente inscrita en el Registro Público Mercantil.
2. Fotocopia de la cédula de identidad de los Socios nicaragüenses y Fotocopia de Pasaporte de los socios extranjeros, Dirección Completa: Ciudad, Municipio, Barrio, Teléfono (máximo 20 socios).
3. Libros Contables: Diario y Mayor debidamente inscritos en el Registro Público Mercantil o minuta de depósito sellada por el Registro Público Mercantil, en caso los libros estén en proceso de registro.
4. Fotocopia de Recibos: Agua, Luz, Teléfono o fotocopia de contrato de arriendo del lugar donde está ubicado el negocio. SI ESTÁN UBICADAS LAS OFICINAS DE LA SOCIEDAD MERCANTIL EN LA CASA DE HABITACIÓN DEL PRESIDENTE ELABORAR CARTA ACLARATORIA.
5. Escritura de comerciante debidamente inscrita en el Registro Público Mercantil.

Capítulo VII

ANÁLISIS FINANCIERO



El plan de negocios denominado con su nombre comercial Detallitos de papel, propiedad de Meyling Gonzalez, está siendo evaluado financieramente, para periodos de mediano, corto y largo plazo, en los aspectos que abordaremos a continuación tiene como finalidad de valorar la rentabilidad financiera en su proceso inicial hasta llegar a una etapa de madurez.

En este capítulo describimos el proceso ordenado de cuentas d la empresa, además conocer nuestra situación financiera en un análisis detallado para demostrar la viabilidad económica y financiera hasta un plazo de 5 años.

9.2 Objetivos del área contable

- Asegurar y garantizar los recursos financieros que necesita la empresa para su funcionamiento.
- Determinar el sistema contable que llevara la empresa.
- Presentar propuestas para lograr alcanzar el mayor grado de rentabilidad en la empresa.

9.3 Sistema Contable de la empresa

El sistema contable de la empresa, Detallitos de papel (Nombre Comercial), por ser una pequeña empresa para el control de las operaciones contables y facilidades financieras, hemos llegado a la conclusión que el programa más acertado por su uso fácil y amigable es el Mónica.

Mónica es un software que permite controlar facturas, inventarios y permite realizar lista de precios, tener archivos de clientes, proveedores, manejar cuentas por cobrar y llevar una contabilidad básica del negocio. En Nicaragua se puede adquirir con su distribuidor autorizado que es Autotech ubicado en Bolonia el costo de programa es por valor de \$ 300.00.

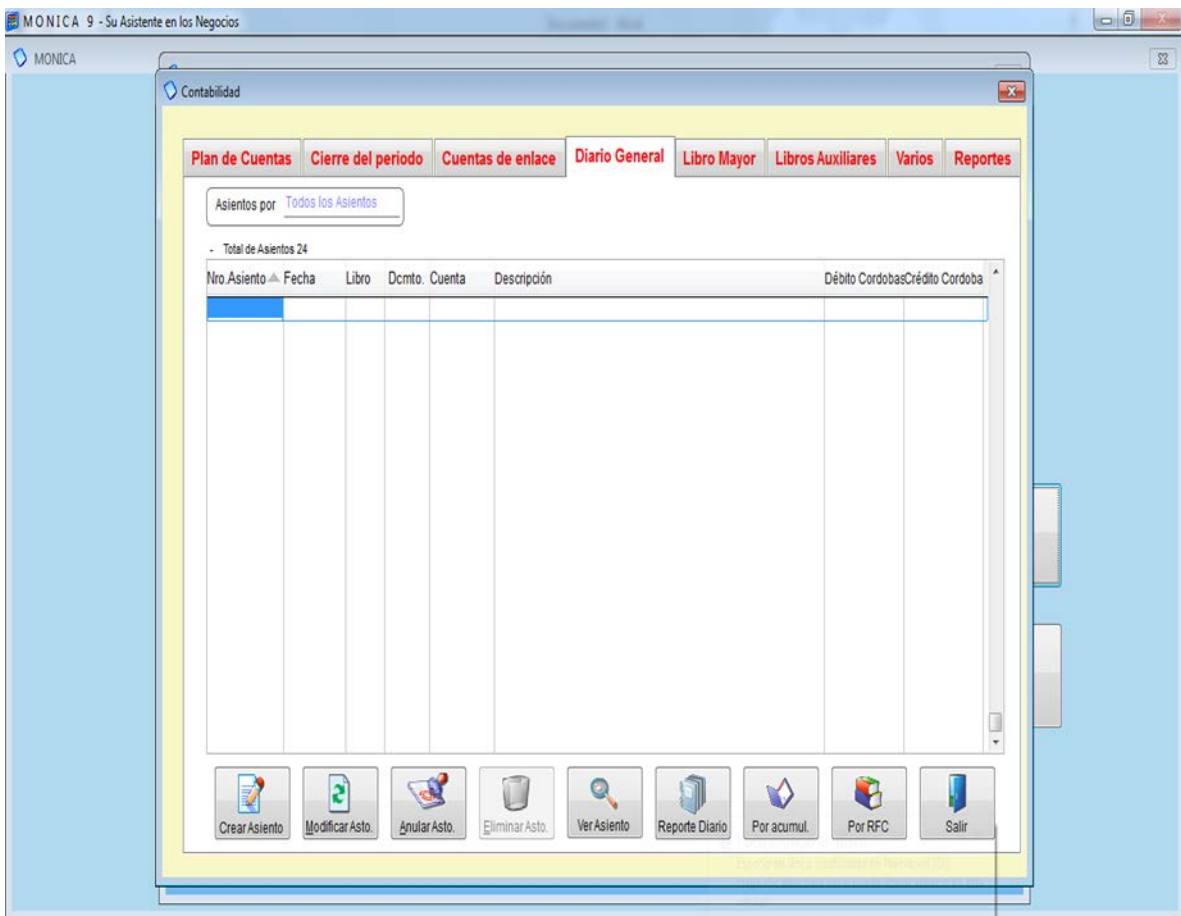
Por la integridad del programa y acceso al mismo se elige por permitirnos tener multialmacén, bi monetario, productos del inventario que acaptan números de lotes etc.

Pensando en el crecimiento del negocio, nos permitirá realizar cálculo de comisiones por vendedores, integrar cada uno de sus módulos, para hacerlo cada vez más automatizado, etiquetar los artículos y crear copias de respaldos.

Concluyendo sobre sus bondades podemos destacar su fácil uso y manipulación del sistema. Cada módulo cuenta con opciones que permite llevar una contabilidad activa un control más claro y real de la empresa. Con sus módulos podemos controlar los siguientes aspectos.

Módulos Principales

- Inventarios
- Compras - Cuentas por Pagar
- Ventas- Cuentas por Cobrar
- Proformas - Pedidos
- Caja - Flujo de caja
- Bancos - Conciliación Bancaria
- Contabilidad
- Activos Fijos
- Reportes en varios formatos
- Gráficos estadísticos
- Fuerza de venta



9.4 Flujo de efectivo

Para alcanzar la liquidez financiera de la empresa se proyecta alcanzar ventas de contados por valor de C\$ 381,195.00, para dar cobertura a las compras proyectadas en el reporte que suman una cantidad de C\$ 101,414.00, para dar cobertura a las compras, gastos operativos y otros desembolsos de efectivo, la propietaria brindara una partida de C\$ 45,000.00 como aporte al capital de trabajo, con el objetivo de cumplir con las obligaciones de efectivo se proyecta adquirir un préstamo por valor de C\$ 250,000.00, pagadero a cinco años proyección que se plantea en este reporte.

De cumplirse con todo lo planteado se logra observar que el proyecto desde su inicio no sufrirá de afectaciones financieras presentando un grado de crecimiento aceptable y dándonos pautas de maduración al finalizar el quinto año.

1. Flujo de caja proyectado


Como balance inicial que es conocido como balance cero se observa que en tu etapa inicial la propietaria aporta un capital en efectivo, para dar inicio al trabajo y desarrollo de su negocio siendo este aporte en dinero líquido por valor de C\$ 45,000.00 Córdobas netos según el reporte adjunto.

MEYLING GONZALEZ MARTINEZ (Propietaria)

Detallitos de papel

5,3 Flujo de fondos proyectados año 1

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Flujo de Fondos													
Ingresos por Ventas	31,914	31,914	31,914	31,914	31,914	31,914	31,914	31,914	31,914	31,914	30,141	31,914	381,195
Egresos por Compras M.P.	8,451	8,451	8,451	8,451	8,451	8,451	8,451	8,451	8,451	8,451	8,451	8,451	101,414
Sueldos y Cargas													
Producción	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800	57,600
Administración	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	60,000
Cargas Soc. Producción	972	972	972	972	972	972	972	972	972	972	972	972	11,664
Cargas Soc. Adm. Y Ventas	1,125	1,125	1,125	1,125	1,125	1,125	1,125	1,125	1,125	1,125	1,125	1,125	13,500
Subtotal Sueldos y Cargas	11,897	11,897	11,897	11,897	11,897	11,897	11,897	11,897	11,897	11,897	11,897	11,897	142,764
Otros Gastos de Producción	4,300	4,300	4,300	4,300	4,300	4,300	4,300	4,300	4,300	4,300	4,300	4,300	55,200
Otros Gastos de Adm. Y Ventas	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	54,000
Total Egresos Operativos	29,148	29,148	29,148	30,348	29,148	29,148	29,148	30,348	29,148	29,148	29,148	30,348	353,378
Diferencia Operativa	2,766	2,766	2,766	1,566	2,766	2,766	2,766	1,566	2,766	2,766	993	1,566	27,817
Inversiones	48,664												48,664
Flujo Financiero													
Prestamo	250,000												250,000
Devolución del Prestamo		-5,499	-5,499	-5,499	-5,499	-5,499	-5,499	-5,499	-5,499	-5,499	-5,499	-5,499	-60,485
Total Flujo Financiero	250,000	-5,499	-5,499	-5,499	-5,499	-5,499	-5,499	-5,499	-5,499	-5,499	-5,499	-5,499	189,515
Diferencia Ingresos - Egresos	204,102	-2,733	-2,733	-3,933	-2,733	-2,733	-2,733	-3,933	-2,733	-2,733	-4,506	-3,933	168,669
Aporte del Emprendedor	45,000												
Flujo de Fondos	249,102	246,369	243,637	239,704	236,971	234,239	231,506	227,573	224,840	222,108	217,602	213,669	



MEYLING GONZALEZ MARTINEZ (Propietaria)

Detallitos de papel

Flujo de Fondos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas	381,195	580,981	648,790	765,918	884,118
Egresos por Compras M.P.	101,414	111,555	121,696	131,837	141,978
Sueldos y Cargas Social	142,764	142,764	142,764	142,764	142,764
Otros Gastos de Producción	55,200	55,200	55,200	55,200	55,200
Otros Gastos de Adm. Y Ventas	54,000	54,000	54,000	54,000	54,000
Impuesto a las Ganancias		0	0	0	0
Total Egresos Operativos	353,378	363,519	373,660	383,801	393,942
Diferencia Operativa	27,817	217,462	275,130	382,117	490,176
Inversiones	48,664				
Flujo Financiero					
Prestamo	250,000				
Devolución del Prestamo	-60,485	-65,983	-65,983	-65,983	-65,983
Total Flujo Financiero	189,515	-65,983	-65,983	-65,983	-65,983
Diferencia Ingresos - Egresos	168,669	151,479	209,147	316,134	424,193
Aporte del Emprendedor	45,000				
Flujo de Fondos	C\$ 213,669	C\$ 365,148	C\$ 574,295	C\$ 681,282	C\$ 998,488


Balance General 0

En el año inicial se proyecta crear activos circulantes hasta por el orden de C\$ 221,351.11, siendo el recurso de mayor relevancia en movimiento de caja y banco se logra relacionar de mediante el flujo de efectivo proyectado se requiere de un préstamo bancario hasta por el orden de C\$ 250,000.00, dándole vida y alcance a los objetivos de proyecto, para los años siguientes se espera un crecimiento en al año tres por el orden de 63% con relación al año inicial y para el quinto año se espera que el crecimientos supere hasta alcanzar un 74% con relación al tercer año.


Con relación a los activos fijos de la empresa presentan la cantidad de C\$ 38,930.92 proyecto a la inversión menos la depreciación de la inversión en el primer año de actividad, con relación a los siguientes años no se espera reinvertir en activos producto que se prevee que los equipos con un buen mantenimiento y cuidado rinde mas de su vida útil esperada.

Los pasivos se generan producto a préstamo que antes mencionada y las prestaciones sociales que se provisionan y son canceladas con fechas posteriores.

El capital se determina por la aportación de su propietaria y los rendimientos de los resultados esperados a los largo del proyecto.


		MEYLING GONZALEZ MARTINEZ (PROPIETARIA)	
		DETALLITOS DE PAPEL	
		BALANCE GENERAL INICIAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016	
ACTIVO		PASIVO	
Activo Circulante		Pasivo Circulante	
Caja y Banco	C\$ 45,000.00	Proveedores	
Inversiones a corto plazo		Intereses por pagar	
Cuentas por cobrar		IVA por pagar	
Inventario		Anticipo de clientes	
Total Activo Circulante	C\$ 45,000.00	Total Pasivo Circulante	C\$ -
Activo Fijo		Pasivo a Largo Plazo	
Edificios			
Terrenos		Documentos por pagar a largo plazo	
Depreciación acumulada Mobiliario y equipo.		Total Pasivo Circulante	C\$ -
Depreciación acumulada Equipo de transporte			
Depreciación acumulada Equipo de cómputo		SUMA DEL PASIVO	C\$ -
Depreciación acumulada			
Total Activo Fijo	C\$ -	CAPITAL CONTABLE	
Activo diferido		Capital social	C\$ 45,000.00
Rentas pagadas por anticipado		Reservas	
Otros activos diferidos		Resultados de ejercicios anteriores	
Total Activo Diferido	C\$ -	Resultados del ejercicio	
		Total Capital contable	C\$ 45,000.00
SUMA DEL ACTIVO	C\$ 45,000.00	SUMA DEL CAPITAL CONTABLE	C\$ 45,000.00
		SUMA DEL PASIVO + CAPITAL CONTABLE	C\$ 45,000.00

Balance General Proyectado

 MAYLING GONZALEZ (PROPIETARIA) DETALLITOS DE PAPEL RUC: BALANCE GENERAL PROYECTADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017, 2019 Y 2021 Cifras expresadas en cordobas				
ACTIVO	AÑOS			
	2017	2019	2021	
Activo Circulante				
Caja y bancos	C\$ 213,669.11	C\$ 574,295.12	998,488.18	
Inversiones a corto plazo				
Cuentas por cobrar	7,682	C\$ 5,781.06	22,908.67	
Inventario				
Total Activo Circulante	C\$ 221,351.11	C\$ 580,076.18	C\$ 1021,396.85	
Activo Fijo				
Depreciación acumulada	-9,733	C\$ -29,198.19	0	
Mobiliario y equipo.	48,664			
Total Activo Fijo	C\$ 38,930.92	C\$ -29,198.19	C\$ -	
SUMA DEL ACTIVO	C\$ 260,282.03	C\$ 550,877.99	C\$ 1021,396.85	
PASIVO				
Pasivo Circulante				
Nominas por pagar	11,897.00	C\$ 69,264.00		
Prestamo	214,194.34	C\$ 117,386.30		
Anticipo de clientes				
Total Pasivo Circulante	C\$ 226,091.34	C\$ 186,650.30	C\$ -	
SUMA DEL PASIVO	C\$ 226,091.34	C\$ 186,650.30	C\$ -	
CAPITAL CONTABLE				
Capital social	45,000.00	45,000.00	45,000.00	
Reservas				
Resultados de ejercicios anteriores		128,067.29	601,764.47	
Resultados del ejercicio	- 10,809.31	191,160.40	374,632.39	
Total Capital contable	C\$ 34,190.69	C\$ 364,227.69	C\$ 1021,396.86	
DEL PASIVO + CAPITAL CONTABLE	C\$ 260,282.03	C\$ 550,877.99	C\$ 1021,396.86	
ELABORADO: _____	AUTORIZADO: _____			

9.6 Proyección de Ingresos Egresos y Utilidad

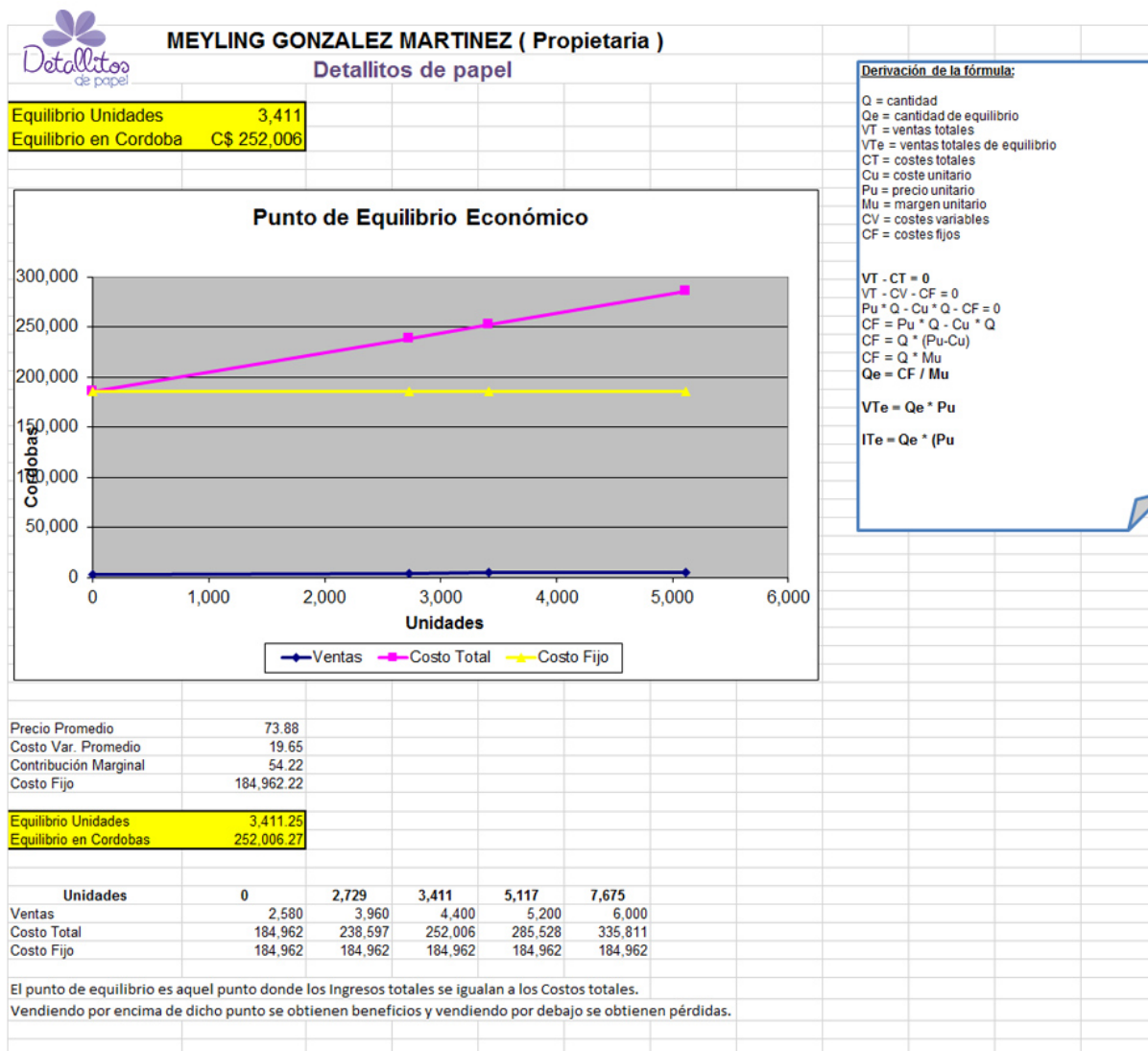
Los resultados anhelados de todo emprendedor, el proyecto como evaluación financiera final me indica que mi tasa de ganancia requerida desde su punto inicial de 35%, se desarrolla con el cumplimiento a detalles de todos los planes para el manejo de las finanzas alcanzando una tasa de rendimiento hasta por 208.9%, siendo una proyecto viable y generando un valor actual neto por valor de C\$ 658,803.00 proyecto del valor residual de C\$ 1,400.504.00

		MEYLING GONZALEZ MARTINEZ (Propietaria)					
		Detallitos de papel					
Tasa de Ganancia Requerida	35%						
Flujo del Proyecto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ingresos por Ventas		381,195	580,981	648,790	765,918	884,118	
Egresos Operativos		353,378	363,519	373,660	383,801	393,942	
		27,817	217,462	275,130	382,117	490,176	
Inversión	-48,664						Valor Residual
Flujo del Proyecto	-48,664	27,817	217,462	275,130	382,117	490,176	1400,504
Tasa Interna de Retorno	208.9%						
Valor Actual Neto	C\$ 658,803						


9.7 Supuestos utilizados en las proyecciones financieras

Punto de Equilibrio

En el reporte se logra observar que el proyecto para alcanzar su punto de equilibrio máximo para no ganar ni perder debe de producir y vender la cantidad de 3411 unidades reflejadas en ventas de C\$ 252,006.00 con estas cifras a partir de los años dos el proyecto muestra resultados positivos, lo que me muestra ganancias.



9.8 Sistema de financiamiento

 MEYLING GONZALEZ MARTINEZ (Propietaria) Reporte de prestamo						
Monto:	250,000.00	Cordobas		Interés anual:	12.13% TEA	
Cuotas:	60	mensuales		Interés Men:	0.96% TEM	
Sistema:				Gracia de capital:		meses
Cuotas	Capital	Interés	Importe de Cuota	Saldo		Importe total a pagar
Saldo Inicial				250,000.00		
1	3,102.02	2,396.60	5,498.61	246,897.98	-	5,498.61
2	3,131.75	2,366.86	5,498.61	243,766.23	-	5,498.61
3	3,161.77	2,336.84	5,498.61	240,604.46	-	5,498.61
4	3,192.08	2,306.53	5,498.61	237,412.37	-	5,498.61
5	3,222.69	2,275.93	5,498.61	234,189.69	-	5,498.61
6	3,253.58	2,245.03	5,498.61	230,936.11	-	5,498.61
7	3,284.77	2,213.84	5,498.61	227,651.34	-	5,498.61
8	3,316.26	2,182.35	5,498.61	224,335.08	-	5,498.61
9	3,348.05	2,150.56	5,498.61	220,987.03	-	5,498.61
10	3,380.14	2,118.47	5,498.61	217,606.89	-	5,498.61
11	3,412.55	2,086.06	5,498.61	214,194.34	-	5,498.61
12	3,445.26	2,053.35	5,498.61	210,749.08	-	5,498.61
13	3,478.29	2,020.32	5,498.61	207,270.79	-	5,498.61
14	3,511.63	1,986.98	5,498.61	203,759.16	-	5,498.61
15	3,545.30	1,953.31	5,498.61	200,213.86	-	5,498.61
16	3,579.28	1,919.33	5,498.61	196,634.57	-	5,498.61
17	3,613.60	1,885.01	5,498.61	193,020.98	-	5,498.61
18	3,648.24	1,850.37	5,498.61	189,372.74	-	5,498.61
19	3,683.21	1,815.40	5,498.61	185,689.53	-	5,498.61
20	3,718.52	1,780.09	5,498.61	181,971.01	-	5,498.61
21	3,754.17	1,744.44	5,498.61	178,216.84	-	5,498.61
22	3,790.16	1,708.46	5,498.61	174,426.68	-	5,498.61
23	3,826.49	1,672.12	5,498.61	170,600.19	-	5,498.61
24	3,863.17	1,635.44	5,498.61	166,737.02	-	5,498.61
25	3,900.21	1,598.41	5,498.61	162,836.81	-	5,498.61
26	3,937.60	1,561.02	5,498.61	158,899.22	-	5,498.61
27	3,975.34	1,523.27	5,498.61	154,923.88	-	5,498.61
28	4,013.45	1,485.16	5,498.61	150,910.43	-	5,498.61
29	4,051.93	1,446.69	5,498.61	146,858.50	-	5,498.61
30	4,090.77	1,407.84	5,498.61	142,767.73	-	5,498.61
31	4,129.99	1,368.63	5,498.61	138,637.75	-	5,498.61
32	4,169.58	1,329.03	5,498.61	134,468.17	-	5,498.61
33	4,209.55	1,289.06	5,498.61	130,258.62	-	5,498.61
34	4,249.90	1,248.71	5,498.61	126,008.72	-	5,498.61
35	4,290.64	1,207.97	5,498.61	121,718.08	-	5,498.61
36	4,331.78	1,166.84	5,498.61	117,386.30	-	5,498.61
37	4,373.30	1,125.31	5,498.61	113,013.00	-	5,498.61
38	4,415.23	1,083.39	5,498.61	108,597.77	-	5,498.61
39	4,457.55	1,041.06	5,498.61	104,140.22	-	5,498.61
40	4,500.28	998.33	5,498.61	99,639.94	-	5,498.61
41	4,543.42	955.19	5,498.61	95,096.51	-	5,498.61
42	4,586.98	911.63	5,498.61	90,509.53	-	5,498.61
43	4,630.95	867.66	5,498.61	85,878.58	-	5,498.61
44	4,675.35	823.27	5,498.61	81,203.24	-	5,498.61
45	4,720.17	778.45	5,498.61	76,483.07	-	5,498.61
46	4,765.42	733.20	5,498.61	71,717.65	-	5,498.61
47	4,811.10	687.51	5,498.61	66,906.56	-	5,498.61
48	4,857.22	641.39	5,498.61	62,049.34	-	5,498.61
49	4,903.78	594.83	5,498.61	57,145.55	-	5,498.61
50	4,950.79	547.82	5,498.61	52,194.76	-	5,498.61
51	4,998.25	500.36	5,498.61	47,196.51	-	5,498.61
52	5,046.17	452.44	5,498.61	42,150.34	-	5,498.61
53	5,094.54	404.07	5,498.61	37,055.80	-	5,498.61
54	5,143.38	355.23	5,498.61	31,912.42	-	5,498.61
55	5,192.69	305.92	5,498.61	26,719.73	-	5,498.61
56	5,242.47	256.15	5,498.61	21,477.27	-	5,498.61
57	5,292.72	205.89	5,498.61	16,184.55	-	5,498.61
58	5,343.46	155.15	5,498.61	10,841.08	-	5,498.61
59	5,394.68	103.93	5,498.61	5,446.40	-	5,498.61
60	5,446.40	52.21	5,498.61	-0.00	-	5,498.61
61	0.00	-0.00	-	-0.00	-	-
62	0.00	-0.00	-	-0.00	-	-

MEYLING GONZALEZ MARTINEZ (Propietaria)

Detallitos de papel
Reporte de cobranza



%	Ventas en \$ Año 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
	Ventas en Pesos	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	30,141.00	31,914.00	381,195.00
	Cobranza al contado	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	30,141.00	31,914.00	381,195.00
	Cobranza a 30 días	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Cobranza a 60 días	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Cobranza a 90 días	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Cobranza a 120 días	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	-7,682.00	0.00	0.00	-7,682.00
	Cobranza a 150 días	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Cobranza a 180 días	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
0%	Total	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	31,914.00	24,232.00	30,141.00	31,914.00	373,513.00
													Pendiente de Cobro	7,682.00
														2.02%

MEYLING GONZALEZ MARTINEZ (Propietaria)															
Detallitos de papel															
Reporte de compras															
#	Plan de Compras en Unidades	Unidad Medida	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
1	Material para artículos de fiesta	645.00	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	21.840
2	Material para invitaciones	645.00	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	24.240
3	Material Recordatorios de madera	645.00	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	15.552
4	Material para Souvenir	645.00	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3.600

#	PRE SUPUESTO DE Compras (en pesos)	Unidad Medida	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
1	Material para artículos de fiesta		C\$ 459.94	C\$ 459.94	C\$ 459.94	C\$ 459.94	C\$ 459.94	C\$ 459.94	C\$ 459.94	C\$ 459.94	C\$ 459.94	C\$ 459.94	C\$ 459.94	C\$ 459.94	C\$ 5.519.28
2	Material para invitaciones		C\$ 1.500.12	C\$ 1.500.12	C\$ 1.500.12	C\$ 1.500.12	C\$ 1.500.12	C\$ 1.500.12	C\$ 1.500.12	C\$ 1.500.12	C\$ 1.500.12	C\$ 1.500.12	C\$ 1.500.12	C\$ 1.500.12	C\$ 18.001.44
3	Material Recordatorios de madera		C\$ 5.967.68	C\$ 5.967.68	C\$ 5.967.68	C\$ 5.967.68	C\$ 5.967.68	C\$ 5.967.68	C\$ 5.967.68	C\$ 5.967.68	C\$ 5.967.68	C\$ 5.967.68	C\$ 5.967.68	C\$ 5.967.68	C\$ 71.498.98
4	Material para Souvenir		C\$ 533.49	C\$ 533.49	C\$ 533.49	C\$ 533.49	C\$ 533.49	C\$ 533.49	C\$ 533.49	C\$ 533.49	C\$ 533.49	C\$ 533.49	C\$ 533.49	C\$ 533.49	C\$ 6.401.86
5			C\$ 8.451.13	C\$ 8.451.13	C\$ 8.451.13	C\$ 8.451.13	C\$ 8.451.13	C\$ 8.451.13	C\$ 8.451.13	C\$ 8.451.13	C\$ 8.451.13	C\$ 8.451.13	C\$ 8.451.13	C\$ 8.451.13	C\$ 101.413.58

Plan de Compras de Material para artículos de fiesta	Unidad Medida	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Stock Inicial	Unidades	0											
Compras de Material para artículos de fiesta	Unidades	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820
Consumo	Unidades	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820
Stock Final Proyectado	Unidades	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Plan de Compras de Material para invitaciones	Unidad Medida	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Stock Inicial	Unidades	0											
Compras de Material para invitaciones	Unidades	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020
Consumo	Unidades	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020
Stock Final Proyectado	Unidades	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Plan de Compras de Material Recordatorios de madera	Unidad Medida	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Stock Inicial	Unidades	0											
Compras de Material Recordatorios de madera	Unidades	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296
Consumo	Unidades	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296
Stock Final Proyectado	Unidades	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Plan de Compras de Material para Souvenir	Unidad Medida	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Stock Inicial	Unidades	0											
Compras de Material para Souvenir	Unidades	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Consumo	Unidades	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Stock Final Proyectado	Unidades	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Plan de Compras de	Unidad Medida	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Stock Inicial	Unidades	0.00	0										
Compras de	Unidades	0.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Consumo	Unidades	0.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Stock Final Proyectado	Unidades	0.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Unidades	Costo Unitario	Stock en Pesos
C\$ 0.00	C\$ 5.00	C\$ 0.00
C\$ 0.00	C\$ 12.00	C\$ 0.00
C\$ 0.00	C\$ 14.00	C\$ 0.00
C\$ 0.00	C\$ 14.00	C\$ 0.00
C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00
		C\$ 0.00

MEYLING GONZALEZ MARTINEZ (Propietaria)

Detallitos de papel

Reporte de consumo




Necesidades de Materias Primas

Productos disponibles para la Venta

#	Descripción	Unidad Medida	Cantidad Unidades												Total		
			Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12			
1	Articulos para fiestas	Unidades	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	5,460
2	Invitaciones fotos	Unidades	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	5,460
3	Recordatorios en madera	Unidades	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	5,460
4	Souvenir para fiestas	Unidades	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	5,460
10	TOTALES Articulos para fiestas		1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	21,840
#	Necesidades de Unidades		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total		
1	Articulos para fiestas	Unidades	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	5,460	
2	Invitaciones fotos	Unidades	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	5,460	
3	Recordatorios en madera	Unidades	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	5,460	
4	Souvenir para fiestas	Unidades	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	5,460	
10	TOTALES Unidades		1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	1,820	21,840	
#	Necesidades de Unidades		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total		
1	Articulos para fiestas	Unidades	505	505	505	505	505	505	505	505	505	505	505	505	6,060		
2	Invitaciones fotos	Unidades	505	505	505	505	505	505	505	505	505	505	505	505	6,060		
3	Recordatorios en madera	Unidades	505	505	505	505	505	505	505	505	505	505	505	505	6,060		
4	Souvenir para fiestas	Unidades	505	505	505	505	505	505	505	505	505	505	505	505	6,060		
10	TOTALES Unidades		2,020	2,020	2,020	2,020	2,020	2,020	2,020	2,020	2,020	2,020	2,020	2,020	24,240		
#	Necesidades de Unidades		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total		
1	Articulos para fiestas	Unidades	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	3,888		
2	Invitaciones fotos	Unidades	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	3,888		
3	Recordatorios en madera	Unidades	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	3,888		
4	Souvenir para fiestas	Unidades	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	3,888		
10	TOTALES Unidades		1,296	1,296	1,296	1,296	1,296	1,296	1,296	1,296	1,296	1,296	1,296	1,296	15,552		
#	Necesidades de Unidades		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total		
1	Articulos para fiestas	Unidades	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	900		
2	Invitaciones fotos	Unidades	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	900		
3	Recordatorios en madera	Unidades	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	900		
4	Souvenir para fiestas	Unidades	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	900		
10	TOTALES Unidades		300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3,600		

Requerimientos (consumos) de Materias Primas															
#	Descripción	Unidad Medida	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
1	Material para artículos de fiesta	Unidades	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	21.840
2	Material para invitaciones	Unidades	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	2.020	24.240
3	Material Recordatorios de madera	Unidades	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	15.552
4	Material para Souvenir	Unidades	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3.600
Consumo de Materias Prima en cordobas															
#	Descripción		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
1	Material para artículos de fiesta		CS 460	CS 460	CS 460	CS 460	CS 460	CS 460	CS 460	CS 460	CS 460	CS 460	CS 460	CS 460	CS 5.519
2	Material para invitaciones		CS 1.500	CS 1.500	CS 1.500	CS 1.500	CS 1.500	CS 1.500	CS 1.500	CS 1.500	CS 1.500	CS 1.500	CS 1.500	CS 1.500	CS 18.001
3	Material Recordatorios de madera		CS 5.958	CS 5.958	CS 5.958	CS 5.958	CS 5.958	CS 5.958	CS 5.958	CS 5.958	CS 5.958	CS 5.958	CS 5.958	CS 5.958	CS 71.491
4	Material para Souvenir		CS 533	CS 533	CS 533	CS 533	CS 533	CS 533	CS 533	CS 533	CS 533	CS 533	CS 533	CS 533	CS 6.402
5															
TOTAL CONSUMO MP en cordobas			CS 8.451	CS 8.451	CS 8.451	CS 8.451	CS 8.451	CS 8.451	CS 8.451	CS 8.451	CS 8.451	CS 8.451	CS 8.451	CS 8.451	CS 101.414

 MEYLING GONZALEZ MARTINEZ (Propietaria) Detallitos de papel Reporte de inversiones			
	Detalle de Inversiones en Bienes de Uso	Monto	Vida Util en Años
1			
2	Abanicos de techo	4,500	5
3	Escritorio	2,850	5
4	Computadora	19,500	5
5	Mesas	1,200	5
6	Guillotina	800	5
7	Estantes de fibrán	2200	5
8	Sillas	3,500	5
9	Impresora matricial	5,050	5
10	Maquina Big Shot	3850	5
11	1 Guillotina Fiskars	1450	5
12	Moldes o plantillas de embosado y corte	1120	5
13	Cutter	1300	5
14	Tijeras	840	5
15	Tabla Martha Stewart	500	5
16	Tablas de goma para cortes	3.65	5
	Total Inversión en Bienes de Uso	48,664	

MEYLING GONZALEZ MARTINEZ (Propietaria)

Detallitos de papel

Reporte de gastos



Gastos de Producción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Materiales Primas e Insumos	8.451.13	8.451.13	8.451.13	8.451.13	8.451.13	8.451.13	8.451.13	8.451.13	8.451.13	8.451.13	8.451.13	8.451.13	101.413.58
Mano de Obra	4.800.00	4.800.00	4.800.00	4.800.00	4.800.00	4.800.00	4.800.00	4.800.00	4.800.00	4.800.00	4.800.00	4.800.00	57.600.00
Cargas Sociales	972.00	972.00	972.00	972.00	972.00	972.00	972.00	972.00	972.00	972.00	972.00	972.00	11.664.00
Servicios basicos	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	18.000.00
Mantenimiento equipos				1.200.00									1.200.00
Alquiler de local	2.800.00	2.800.00	2.800.00	2.800.00	2.800.00	2.800.00	2.800.00	2.800.00	2.800.00	2.800.00	2.800.00	2.800.00	33.600.00
Amortización Bienes de Uso	811.06	811.06	811.06	811.06	811.06	811.06	811.06	811.06	811.06	811.06	811.06	811.06	9.732.73
Total Gastos de Producción	19.334.19	19.334.19	19.334.19	20.534.19	19.334.19	19.334.19	19.334.19	20.534.19	19.334.19	19.334.19	19.334.19	20.534.19	235.610.31

Gastos de Producción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de Obra	57.600.00	57.600.00	57.600.00	57.600.00	57.600.00
Cargas Sociales	11.664.00	11.664.00	11.664.00	11.664.00	11.664.00
Servicios basicos	18.000.00	18.000.00	18.000.00	18.000.00	18.000.00
Mantenimiento equipos	3.600.00	3.600.00	3.600.00	3.600.00	3.600.00
Alquiler de local	33.600.00	33.600.00	33.600.00	33.600.00	33.600.00
Amortización Bienes de Uso	9.732.73	9.732.73	9.732.73	9.732.73	9.732.73
Total Gastos de Producción	134.196.73	134.196.73	134.196.73	134.196.73	134.196.73

Otros Gastos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Sueldos de Administración	5.000.00	5.000.00	5.000.00	5.000.00	5.000.00	5.000.00	5.000.00	5.000.00	5.000.00	5.000.00	5.000.00	5.000.00	60.000.00
Cargas Sociales	1.125.00	1.125.00	1.125.00	1.125.00	1.125.00	1.125.00	1.125.00	1.125.00	1.125.00	1.125.00	1.125.00	1.125.00	13.500.00
Publicidad	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	24.000.00
Transportes	1.000.00	1.000.00	1.000.00	1.000.00	1.000.00	1.000.00	1.000.00	1.000.00	1.000.00	1.000.00	1.000.00	1.000.00	12.000.00
Cuota fija Alcaldía y DGI	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	1.500.00	18.000.00
Total Otros Gastos	10.625.00	10.625.00	10.625.00	10.625.00	10.625.00	10.625.00	10.625.00	10.625.00	10.625.00	10.625.00	10.625.00	10.625.00	127.500.00

Otros Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos de Administración	60.000.00	60.000.00	60.000.00	60.000.00	60.000.00
Cargas Sociales	13.500.00	13.500.00	13.500.00	13.500.00	13.500.00
Publicidad	24.000.00	24.000.00	24.000.00	24.000.00	24.000.00
Transportes	12.000.00	12.000.00	12.000.00	12.000.00	12.000.00
Cuota fija Alcaldía y DGI	18.000.00	18.000.00	18.000.00	18.000.00	18.000.00
Total Gastos de Producción	127.500.00	127.500.00	127.500.00	127.500.00	127.500.00

Conclusión

De una manera general, podemos constatar al final de este informe que las políticas utilizada por la empresa deben ser orientadas hacia la búsqueda de soluciones comunes para que se cumpla cada uno de los planes mostrados.

Como herramientas financieras utilice el análisis vertical y horizontal lo que permitió, identificar los valores absolutos, comparados con los indicadores financieros obtenidos de los estados financieros de la empresa. Los resultados permitieron revelar los cambios estructurales en la composición de los activos, inversiones y el financiamiento de la empresa para el desarrollo de las actividades enfocándome en los aspectos de mayor relevancia.

El manejo de los recursos es un factor determinante en el manejo de las finanzas podemos concluir que la empresa Detallitos de papel, presenta los siguientes puntos de relevancia.

Baja estructura de costos, Margen neto de utilidad alto con relación a las ventas de la empresa, bajos gastos operacionales, podemos enfocarnos en los alquileres, grado de endeudamiento bajo, aplicación de justo a tiempo de inventarios, alta rotaciones de las cuentas por cobrar.

Capítulo VIII

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL





Manual de
Identidad Corporativa



INDICE

A.

INTRODUCCIÓN

B.

SIMBOLOGIA BÁSICA

- B.01 Logotipo
- B.02 Composición
- B.03 Área de Seguridad y reductibilidad
- B.04 Color corporativo
- B.05 Tipografía

C.

USO DE LA MARCA

- C.01 Versiones correctas
- C.02 Aplicaciones correctas
- C.03 Aplicaciones Incorrectas

D.

APLICACIONES DE LA MARCA

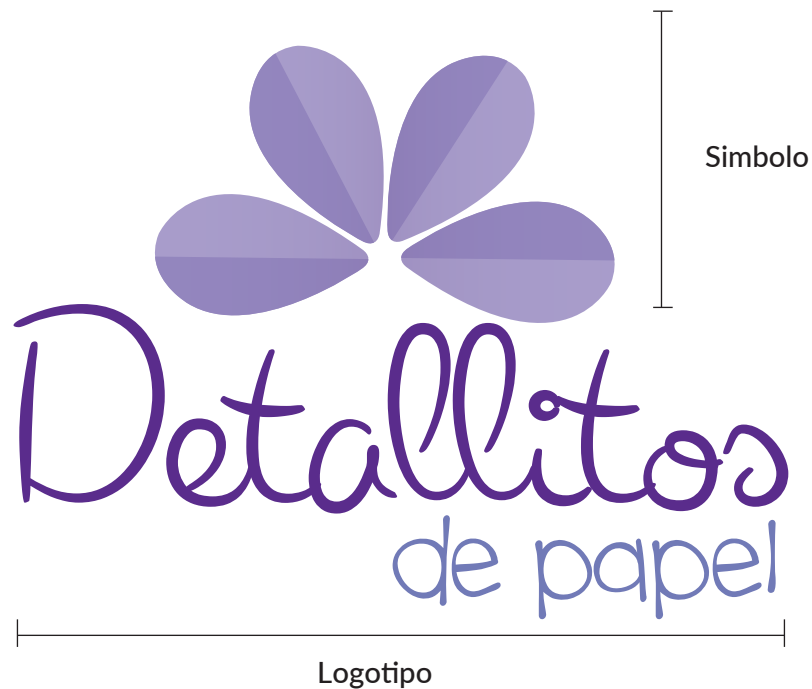
- D.01 Papelería
- D.02 Misceláneos y material POP
- D.03 Redes sociales

A.

INTRODUCCIÓN

Este manual asegurará la correcta aplicación de los elementos de la identidad visual corporativa, se logrará preservar la identidad visual y aumentar el grado de recordación simbólica de cada uno de sus elementos. Los casos especiales o que ofrezcan dudas, deberán ser consultados directamente con el autor del manual. El uso adecuado del logotipo en todas las piezas de comunicación es fundamental para crear una imagen fuerte y duradera.

B.01

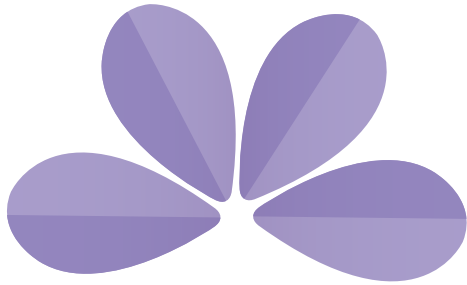


01 Logotipo

El logotipo o logo es un importante elemento que forma parte de la marca porque ayuda a que ésta sea fácilmente identificada, rápidamente reconocida y dependiendo el caso, mentalmente relacionada con algo con lo que existe cierta analogía.

El logotipo Detallitos de papel está construido a base de un símbolo, un logotipo y colores corporativos que se deberán respetar por su uso correcto.

B.02



Símbolo

Detallitos
de papel

Nombre

Composición

La decisión de incluir un imagotipo que acompañe al logotipo fue tomada teniendo en cuenta la carga conceptual que aportaba.

-Nuestro imagotipo es una flor, cuya primera atribución es delicadeza, este símbolo se presenta como un elemento sencillo de formas suaves y estilizadas.

-El logotipo es la representación tipográfica del nombre de la marca, la palabra a su vez, funciona como imagen.

Juntos forman la imagen corporativa, ambos tienen coherencia entre sí, sus líneas son curvas y suaves que además se ve compensada con una tipografía moderna de formas curvas que nos ayudan a transmitir nuestros valores.

B.03



Se ha de preservar un área vacía entre los límites de la Marca y cualquier otro elemento, con el fin de preservar y realzar la Imagen de Marca



Área de seguridad y redutibilidad

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logo símbolo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente al símbolo del propio logotipo.

El tamaño mínimo al que el logotipo puede ser reproducido es a 30 mm de ancho.

B.04

PANTONE 271 C

C 36 M 42 Y 0 K 0

R 163 G 148 B 199

HTML #A394C7

Color corporativo

Las referencias de color de la empresa son los Pantones aquí especificados. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro. Este es el color principal de la marca y el que debe predominar.

B.04

PANTONE 272 C

C 59 M 58 Y 0 K 0

R 117 G 115 B 192

HTML #7573C0

Color corporativo

El color lila se encuentra entre uno de las tantas tonalidades del color morado, es un tono más bajito, por lo que carece de fuerza y poder en los aspectos que transmite, por lo contrario es dulce y cálido

B.04

PANTONE 267 C

C 76 M 97 Y 0 K 0

R 98 G 37 B 192

HTML #62259D

Color corporativo

Este color forma parte de la identidad corporativa pero, es el color secundario

B.05

Secret Recipe

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/(){}?|!|=+<>

Cinnamon cake

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/(){}?|!|=+<>

Tipografía

La tipografía es un componente imprescindible en la construcción de la imagen de la marca. Es por esto que en la presente guía se establece la familia tipográfica Secret Recipe y Cinnamon cake será la tipografía de uso genérico y obligada en todos los soportes.

B.05

Lato Hairline

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0130456789\$%&/(){};?!;=+<>

Lato Hairline Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0130456789\$%&/(){};?!;=+<>

Lato Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0130456789\$%&/(){};?!;=+<>

Lato Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0130456789\$%&/(){};?!;=+<>

Lato Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0130456789\$%&/(){};?!;=+<>

Lato Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0130456789\$%&/(){};?!;=+<>

Lato Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0130456789\$%&/(){};?!;=+<>

Lato Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0130456789\$%&/(){};?!;=+<>

Tipografía secundaria

La tipografía corporativa es la familia Lato, es una familia muy completa y de uso extendido. Se utilizará fundamentalmente para componer todos aquellos textos necesarios en impresos y folletos será la tipografía de uso genérico y obligada en todos los soportes y documentos, ya sean internos o externos.

C.01

Versión principal

Versión escala de grises



Versión positivo

Versión en negativo



Versiones correctas

Siempre que sea posible se aplicara la marca en su versión principal. En caso de poder utilizarse se aplican la version en positivo o negativo dependiendo del fondo en el que se utilice.

C.02



Aplicaciones correctas

Se debe asegurar la máxima legibilidad, claridad y contraste en todas las aplicaciones.

En el caso de fondos no corporativos o fotografías se debe encontrar la fusion adecuada.

C.03

No deformar

No usar transparencias

No usar fondos que sean competentes con el logo



No cambiar los colores ni el tipo de fuente

No alterar la proporción

No rotar



Aplicaciones Incorrectas

El imago tipo tiene sus medidas y proporciones, jamás se debe alterar, cambiar tipografía o combinar con otros colores que no sean los establecidos en este manual.



FACTURA PROFORMA
005

Atención: Santys Gabriela Irias
Cel: 8569-0491
Meyling González Martínez
Managua, Nicaragua

Fecha
Sábado 16 de Mayo 2015

Fecha de entrega
Domingo 31 de Mayo 2015

Condiciones de pago
50% Autorizando el trabajo
50% Contra entrega

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
45	<p><u>INVITACIONES DE BODA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Tamaño 14 x 14 cm ☞ Impresion a full en cartulina perlada ☞ Material Cartulina Reflex Roja ☞ Con textura en solapa ☞ Cinta organza blanca 	C\$ 29.00	C\$ 1,305
<p>Observaciones: Cortesía intransmisibles, etiqueta con nombre de los invitados.</p>		Total:	C\$1,305



Detallitos de Papel / Cel: 8468-2563 mov - 8540-6555 clar Email: gonzalez306@gmail.com



RECIBO PROVISIONAL

Invitaciones personalizadas, detalles, recordatorios, arreglos y mas
Dir: Del consejo supremo electoral 1/2 cuadra arriba sobre la marginal.
Cel: 8468-2563 • / Email: gonzalez306@gmail.com

Monto: Fecha: / / 201

Recibí de: _____ Cédula: _____

La Cantidad de: _____

En Concepto de: _____

Observaciones:

Entregué conforme

Recibí conforme



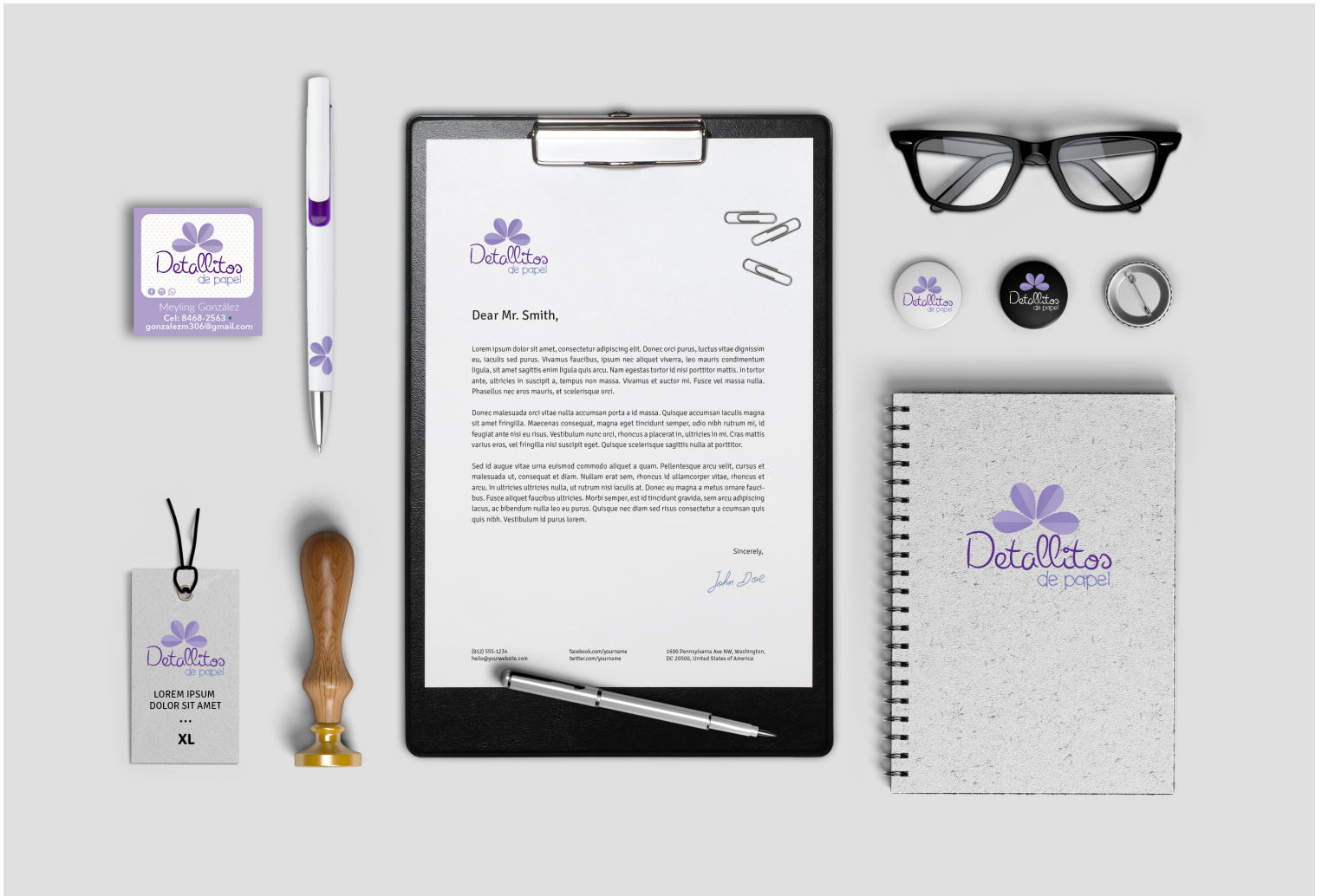
D.01



D.02



D.02



D.02



D.03

Página de facebook



Página de Instagram

