



Escuela de
Diseño



PLAN DE NEGOCIOS A NIVEL DE PRE-FACTIBILIDAD

Nombre de los integrantes:

Luis Alemán

Alberto Amador

Mayesli López



Universidad
Politécnica
de Nicaragua

Sirviendo a la Comunidad

September 19, 2016

Facilitadores: Howard Rojas y Luis Carvajal

Dedicatorias

El presente proyecto de culminación de estudios se lo dedicamos a nuestra familia, abuelos, padres, hijos y amigos. Que de una u otra manera nos han llenado de sabiduría para realizarnos profesionalmente.

Para ellos es esta dedicatoria de tesis, pues es a ellos a quien se la debemos por su apoyo incondicional.

Agradecimientos

Agradecemos primeramente a Dios por la sabiduría e inteligencia que nos ha regalado para lograr culminar nuestros estudios superiores.

A nuestra familia por el apoyo, ánimo y comprensión brindada en el período de tiempo de trabajo establecido.

A la Universidad Politécnica de Nicaragua por la oportunidad que nos da de culminar nuestros estudios por medio de un plan de negocios.

A los facilitadores Howard Rojas y Luis Carvajal por su efectiva labor y enseñanza transmitida hacia nosotros.

Contenido

.....	3
.....	3
La Idea de Negocio	4
Resumen Ejecutivo.....	7
Capítulo I El Plan de Negocio	11
Surgimiento o Idea del Plan de Negocio	11
Justificación	11
Objetivos.....	12
Misión.....	13
Visión.....	13
Valores de la Empresa	13
Principios de la Empresa.....	15
Ventajas Competitivas	15
Distingos.....	16
Capítulo II El Mercado	16
Presentación del Producto y Servicio.....	16
Participación de la competencia en el mercado.....	20
Encuesta	23
Sistema o metodología a utilizar.....	23
Riesgos y oportunidades de Mercado.....	34
Plan de Ventas.....	35
Distribución y Puntos de venta.....	36
Fijación y Políticas de precio.....	38
Empaque y Etiqueta.....	40
Promoción del Producto o Servicio	40
Plan de Publicidad	41
Estrategia introducción al mercado.....	41
Medios de Publicidad.....	43
Garantía	44
Ventas Corto, Medio y Largo plazo	45
Capítulo III La Producción	46

Producto	46
Especificaciones del producto.....	51
Descripción del proceso de Producción.....	52
Diagrama de flujo del proceso.....	54
Características de la Tecnología o equipos.....	54
Equipos e Instalaciones	56
Manejo de inventarios	57
Proveedores	58
Capacidad de producción máxima.....	58
Control de calidad	59
Capítulo IV La Organización.....	60
Objetivos del área de Organización.....	60
Estructura Organizacional.....	61
.....	61
.....	61
.....	61
.....	61
Funciones Específicas del puesto.....	62
Administración de Sueldo y Salario.....	67
Costos administrativos.....	67
Recursos Humanos	68
Selección y Contratación de Personal	69
Capacitación de Personal	73
Evaluación de Personal.....	74
Políticas de comportamiento.....	76
Capítulo VI Las Finanzas.....	78
Flujo de efectivo.....	79
Balance General.....	79
Estado de resultado.....	80
Punto de equilibrio.....	81
Anexos	83

Auditoria Grupa1

Somos un grupo de jóvenes profesionales emprendedores, responsables, íntegros, trabajadores, confiables y seguros de sí mismos, comprometidos al desarrollo y funcionamiento de nuestra sociedad. Nos encanta la solución de problemas. Encontrar una solución que transmita energía como ninguna otra cosa.

Contamos con un equipo de profesionales en la carrera de Diseño gráfico egresados de la Universidad Politécnica de Nicaragua, Alberto Amador, Luis Alemán y Mayesli López, jóvenes amantes del arte, del trabajo publicitario, la fotografía, etc; Nuestro objetivo es colaborar con la sociedad o pymes para resolver sus problemas de negocio visualmente, ya sean las más pequeñas puedan darse a conocer al público ofreciendo sus servicios o las más grandes que necesitan mantenerse dentro del mercado. Contamos con el apoyo tanto de nuestra familia como de amistades, estos son un pilar importante que da el motor para seguir adelante en nuestro proyecto.

Dentro de nuestra rutina diaria por el momento es trabajar y como forma de culminación de estudios poner un negocio propio que sea útil, eficiente y capaz de mostrar los conocimientos adquiridos en nuestra carrera y contribuir al desarrollo y funcionamiento de nuestro país.

Como jóvenes emprendedores queremos ofrecer un servicio o producto que pueda contribuir a la sociedad, primeramente analizando cual es el problema, el producto que queremos ofrecer, el o los clientes potenciales, como lo podemos ofrecer y distribuir; Realizar un plan que a cierto tiempo que sea útil para la creación de la empresa y producto, que le pueda dar credibilidad a nuestras propuestas para que el jefe, cliente e inversor pueda adquirir confianza a lo que se le ofrece y vende. Una vez bien planteado el plan seguimos con los clientes, una de las primeras formas de ofrecer un

producto es llegar donde se encuentren, informarles detalladamente de nuestra labor y ofrecerles de manera simple y eficaz de modo que el cliente potencial quede con todo el entusiasmo de querer obtenerlo; ya hecho esto se recopila información ya sea teléfonos y dirección de correos electrónicos para mantener el contacto, estar en comunicación de manera continua y visitar cuantas veces sea necesario para mejor confianza.

Como toda empresa que suele comenzar, debemos saber que no siempre obtendremos lo que necesitamos en ese momento, todo inicio es duro, pero nuestra satisfacción no es tanto la ambición de obtener la mayor cantidad de dinero, si no la satisfacción que podemos tener al servir a los demás con nuestro trabajo, dedicación, tiempo invertido y ellos puedan estar seguros que es la mejor opción para adoptar.

También para lograr nuestros objetivos como emprendedores sabemos que necesitamos invertir la mayor cantidad de tiempo posible para lograr nuestras metas, luego del trabajo secular ofrecer tiempo, el dinero, el ánimo, las ganas aún más allá de lo que pensamos. Si es posible cortar horas de diversión por trabajo o simplemente tiempo con la familia y amigos.

Ser un equipo y una empresa líder, confiable y de excelencia, cuyos servicios sean los mejores, basándose siempre en un trabajo de calidad y responsabilidad, tanto para nuestros inversores como para los clientes. El equipo de trabajo se encuentra muy comprometido para preservar, difundir y laborar con los valores que nos rigen , tales como la responsabilidad, lealtad, ética, compañerismo, profesionalismo, trabajo en equipo, comunicación, confianza, sinceridad y compromiso; elementos que sin duda, permiten el desarrollo y crecimiento de la institución y de la sociedad en su conjunto.



Planificación y la clave de seguridad para lograr objetivos



Mujer joven, juventud, creatividad y entusiasmo.



Seguridad, estabilidad y experiencia



Todos unidos formamos un engranaje

La Idea de Negocio

Dentro del plan de negocio que realizaremos, surge la idea de crear una editorial que sea capaz de mantenerse dentro del mercado por medio de la creación de un producto capaz de difundir investigaciones y divulgar socialmente textos académicos, universitarios, el conocimiento producido dentro y fuera de las universidades, ofreciendo a la comunidad obras escritas por profesionales de prestigio, caracterizadas por su aproximación innovadora, especialmente del pensamiento crítico, la producción artística, intelectual, científica y de entretenimiento tales como:

La historia, ciencias de la salud, Tecnología de la información y comunicación, arte y diseño, turismo, metodologías del comportamiento y de la salud, ingeniería, ciencias químicas y físicas, Economía, textos originales que se adapten a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, como al nuevo espacio educativo universitario (licenciaturas de nueva creación, titulaciones de grado y posgrado, másteres y especializaciones, etc.).

Una editorial surge como la unión de ideas; la necesidad de crear un negocio propio dentro de un mercado poco abastecido, de nueva creación con un alto porcentaje de crecimiento, también de la experiencia de futuros empresarios que han trabajado en otros negocios y pretende independizarse, de crear un producto innovador que pueda generar mercado.

Los promotores de la empresa somos jóvenes emprendedores expertos en materia; profesionales y potencialmente preparados en las carreras de comunicación social, edición, diseño y fotografía, con capacidades creativas y organizativas; responsables, trabajadores, con deseo de superación; somos los pilares fundamentales, la base sólida que una empresa necesita para poder surgir y formarse con seguridad.

El negocio se ubicará en un punto estratégico, establecido como una principal alternativa para el rendimiento de nuestra organización, nos permitirá diferenciarnos de otros competidores, esta podrá responder a las necesidades de los compradores, patrocinadores y proveedores, darle un valor añadido al producto y servicio que ofrecemos, conllevando no

sólo a la satisfacción de los mismos, sino logrando la percepción favorable de los clientes para la empresa, inclusive la lealtad para el producto o servicio, que hoy en día es un gran reto, debido a la fuerte competencia. Estará ubicada en la calle principal de ciudad jardín.

Dentro del ámbito empresarial la editorial se distingue de otras empresas en el aspecto de: mostrar temas de interés a nivel académico universitario, en el diseño editorial, vincular el diseño con la comunicación social, lograr publicaciones e investigaciones más elaboradas e impactantes, logrando entrar en el mercado en diferentes y estratégicos puntos de distribución.

Decidimos nombrar la empresa de manera legal como GUedit Editorial y Diseño, porque fue la unión y de ideas o del grupo que dio origen a la creación de una empresa funcional con altos grados de posibilidad de establecerse en el mercado y el nombre comercial que hemos decidido para la empresa es "Malua Editorial y Diseño", escogimos este nombre porque es la combinación de los 3 nombres de los jóvenes emprendedores del negocio: Mayesli, Luis y Alberto. Juntos después de una ardua tarea de selección de nombres pudimos innovar con esta idea.

Hablando un poco del concepto del Logotipo de la empresa, decidimos trabajar con tipografía y forma, la idea es mostrar 3 personas unidas formando la letra M, la inicial del nombre de la empresa "MALUA" con 3 círculos de colores 2 verdes y 1 amarillo, para mostrar a 3 personas en específico 2 hombres y una mujer, siendo una unión completamente sólida y capaz de lograr las metas y objetivos planteados.

Matriz de identificación de Ideas de Negocios Innovadoras

Productos Innovadores	Necesidades satisfechas	Características Innovadoras	Producto o solución seleccionada
Empresa de Serigrafía	<ul style="list-style-type: none"> -Necesidad de vestir -Moda y popularidad -Marca 	<ul style="list-style-type: none"> -Cliente cree y plasme sus ideas en un producto. -Diseños originales -Estampar -Mostrar sobre la cultura Nicaragüense 	<ul style="list-style-type: none"> -Camisetas -Camisolas -Camisas polo -Gorras
Centro de Impresiones y fotocopias	<ul style="list-style-type: none"> -Reproducir un documento. -Publicidad. -Proyectos -Trabajo -Estudio -Lectura 	<ul style="list-style-type: none"> -Calidad -Rapidez -Mayores tipos de formato - Diseño 	<ul style="list-style-type: none"> -Banner -Catálogos -Flyers -Menús -Afiches - Tarjetas -Planos -Logotipos -Revistas
Editorial	<ul style="list-style-type: none"> -Informar -Publicidad -Incentivar a la lectura -Motivar -Recrear 	<ul style="list-style-type: none"> -Segmentos -Temas -Arte y diseño -Diagramación -Forma 	<ul style="list-style-type: none"> -Revistas -Libros -Libros infantiles

Resumen Ejecutivo

El objetivo del resumen ejecutivo de nuestro proyecto es que el lector tenga una visión general del plan de negocios que estamos elaborando, así como su comprensión e interés en el proyecto, y en seguir leyendo el resto de las partes que conforman el plan.

Nuestro plan de negocios consiste en la creación de una empresa llamada “Malua Editorial y Diseño”, una empresa que tiene como misión y visión fomentar el conocimiento por medio de revistas, promoviendo valores pedagógicos que favorecen el progreso intelectual de la sociedad y realizar servicios de diseño para que las empresas se logren dar a conocer por medio de publicidad, ya sea en nuestra revista o servicios adicionales, siendo reconocidos a tanto a nivel nacional como internacional por medio de múltiples plataformas.

Malua Editorial y Diseño se encuentra ubicada en el sector de ciudad jardín, se encargará de la elaboración de una revista que se distribuirá gratuitamente de forma masiva en puntos estratégicos de la ciudad de Managua, ofreciéndole a sus lectores segmentos con temas de interés y publicidad de lugares o empresas que deseen visitar o adquirir de sus servicios. También se encargará de la elaboración e impresión de diseños innovadores y atractivos para nuestros clientes.

Para poder apreciar que nuestra empresa es rentable elaboramos un estudio de mercado por medio de investigaciones, primeramente analizando la competencia, realizando encuestas a nuestros posibles clientes, estrategias de mercado para poder llegar a ellos y puedan adquirir de nuestros servicios, el cuál este estudio resultó ser de beneficio a nuestra empresa para lograr insertarnos fácilmente dentro del mercado.

Una empresa bien estructurada y organizada trae como resultado un equipo que se desempeña de la mejor manera, es por eso que nuestra empresa además de tener un buen plan tendrá un personal profesional capacitado y estudiado en cada área asignada. Un director general, Un director de

Organización, un director de producción, un director de mercado y publicidad, un director de finanzas, un redactor y dos diseñadores gráficos; además un personal que será contratado semanal o mensualmente para mantenimiento y limpieza del lugar y equipos.

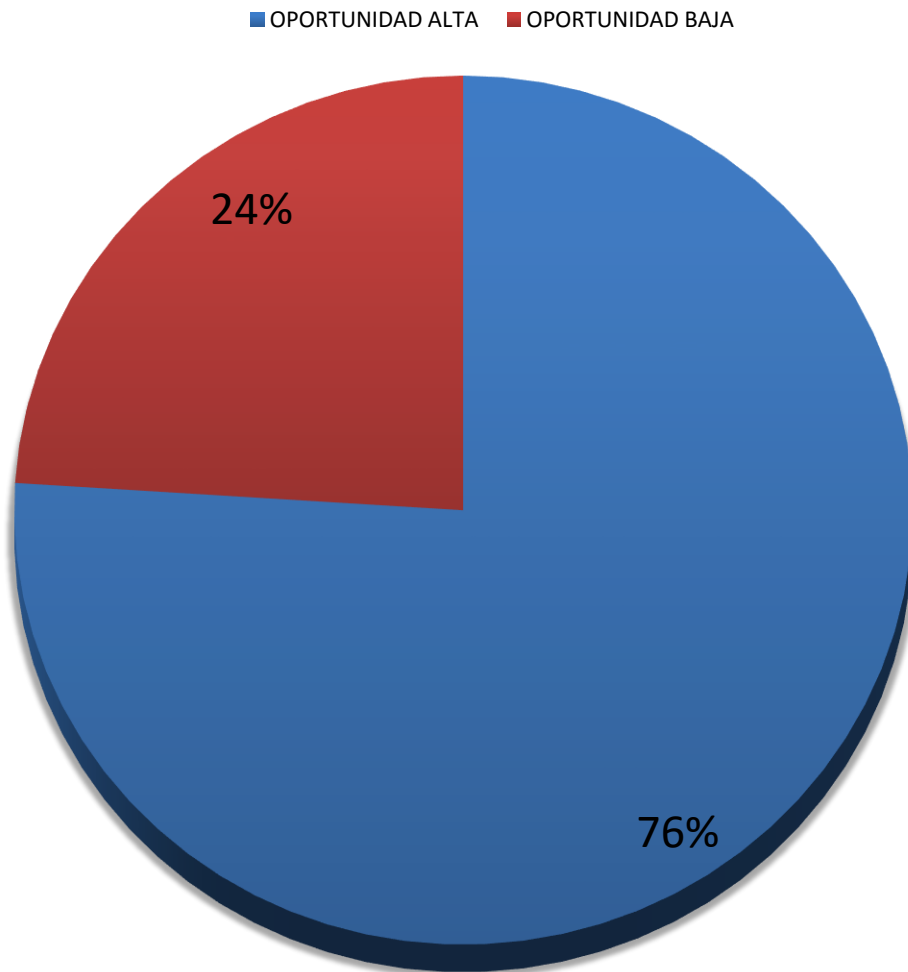
Nuestra empresa será constituida legalmente ante un notario público como sociedad anónima, con el entendido que solo se pone en riesgo el capital invertido. El nombre comercial de la empresa será "Malua Editorial y Diseño".

Hemos realizado una tabla con el objetivo de ver las oportunidades que nos puede garantizar el negocio de "Malua Editorial y Diseño"

TABLA DE OPORTUNIDAD DE PLAN DE NEGOCIO

FACTORES	OPCIÓN	OPORTUNIDAD
DE MERCADO		
Necesidad en el mercado	Identificada	OPORTUNIDAD ALTA
Clientes	Receptivos	OPORTUNIDAD ALTA
Valor añadido para el mercado	Alto	OPORTUNIDAD ALTA
Estructura del mercado	Mucha competencia	OPORTUNIDAD BAJA
% de crecimiento del mercado	Superior al 10 %	OPORTUNIDAD ALTA
% de margen bruto	Superior al 15 %	OPORTUNIDAD ALTA
Cuota de mercado	Superior al 5 %	OPORTUNIDAD ALTA
ESTRATÉGICOS		
Costes de producción	Bajos	OPORTUNIDAD ALTA
Costes de promoción	Bajos	OPORTUNIDAD ALTA
Costes de distribución	Bajos	OPORTUNIDAD ALTA
Grado de control sobre el precio	Alto	OPORTUNIDAD ALTA
Grado de control sobre costes	Bajo	OPORTUNIDAD BAJA
Grado de control sobre proveedores	Alto	OPORTUNIDAD ALTA
Grado de control sobre distribuidores	Alto	OPORTUNIDAD ALTA
Barreras de entrada	Altas	OPORTUNIDAD BAJA
Tecnología	De fácil adquisición	OPORTUNIDAD ALTA
Aporta innovación	Si	OPORTUNIDAD ALTA
Localización	Buena	OPORTUNIDAD ALTA
Equipo de gestión	Competente	OPORTUNIDAD ALTA
Posibilidades contractuales	Ninguna	OPORTUNIDAD BAJA
Red de contactos	Amplia	OPORTUNIDAD ALTA
FACTORES FINANCIEROS		
Beneficio potencial s/ventas	Superior al 10 %	OPORTUNIDAD ALTA
Punto de equilibrio	A largo plazo	OPORTUNIDAD BAJA
Retorno de la inversión	Superior al 20 % anual	OPORTUNIDAD ALTA
Facilidad de salida	Difícil, costosa	OPORTUNIDAD BAJA
RESUMEN		
	19	CRITERIOS CON
	6	CRITERIOS CON
		OPORTUNIDAD ALTA
		OPORTUNIDAD BAJA

Grafica de Oportunidad de Negocio



Capítulo I El Plan de Negocio

Surgimiento o Idea del Plan de Negocio

Este plan de negocios surge como una necesidad de crear una empresa, primeramente creando un plan que sea capaz de satisfacer las necesidades y resolver problemas en el mercado y la sociedad, dentro de este plan se realizará una evaluación económica, con ideas innovadoras, con toda la información necesaria para evaluar el negocio que pueda ser planteado para socios e inversores interesados, un plan detallado en un documento que pueda ser una guía clara, que contenga las ideas de manera ordenada sobre cómo crear una empresa con un producto de forma estratégica que pueda ser viable.

Para saber si la idea emprendedora es una oportunidad de negocio se escuchará atentamente al mercado, testarlo y tener en cuenta además otras variables como: la capacidad emprendedora, la existencia o no de una demanda suficiente y la posibilidad de disponer de recursos.

Justificación

Porque la industria está entrado en estado comatoso. La piratería hace estragos, las editoriales y medios publicitarios intentan aumentar el margen de beneficios a costa de reducir gastos, con lo que se ofrece un producto peor acabado (son muchos los lectores que se quejan, por ejemplo, de la pésima corrección de textos, que se encuentran en los libros, diseños, diagramación) las librerías o revistas no tienen éxito y cierran o son eliminadas por no poder mantener su negocio.

Nuestro interés es que nuestro público pueda informarse por medio de investigaciones realizadas en el interior de universidades, pero, al mismo tiempo, que sirva de plataforma de discusión para los interesados en el área de la investigación relacionada con los diferentes campos del saber desde otros ámbitos. Educarse y recrearse por medio de plataformas rápidas, con diseños atractivos y originales que pueda ser útil para su formación profesional y cultural. También como una forma de publicidad rápida y efectiva que pueda darle solución a las necesidades de la sociedad y aumentar ganancias en las empresas.

Sabemos que el mundo digital es una herramienta necesaria para la creación de un negocio es por eso que también nos vemos en la necesidad de crear plataformas virtuales donde el público pueda interactuar por medio de los dispositivos y puedan conocernos de forma rápida y eficaz, de forma nacional e internacional.

Objetivos

Dentro del proyecto de “MALUA Editorial y Diseño” se pretende implementar los siguientes objetivos que puedan ser alcanzables en un amplio mercado por medio de un producto práctico y sencillo en un tiempo determinado, con la disposición de recursos y herramientas básicas para la creación de la empresa y productos. Objetivos esenciales que son una base a seguir y una fuente de motivación.

Objetivo General

El nuevo proyecto de MALUA como editorial y diseño se propone el siguiente objetivo:

Crear un producto, una revista que pueda ser capaz de difundir publicidad, conocimientos académicos y de entretenimiento. Ofrecer servicios de diseño gráfico innovadores que puedan ser una herramienta práctica y útil a las pequeñas y grandes empresas para poder ser posicionadas o mantenerse dentro del mercado Nicaragüense.

Objetivos Específicos

-Insertar la empresa “MALUA Editorial y Diseño” como una editorial y servicios de diseño, con su propia identidad, reconocida en las universidades y medios locales.

-Promover empresas de forma masiva por medio de una revista, donde empresas puedan ser publicadas y satisfagan las necesidades del público que puedan transmitir educación, formación y entretenimiento.

-Desarrollar una revista que se logre difundir gratuitamente siendo distribuida en puntos estratégicos y específicos, que puedan ir incrementando semanalmente en publicaciones.

- Ofrecer servicios de diseño gráfico para que las empresas, puedan dar solución a las necesidades de publicidad de su negocio por medio de Diseños creativos.

- Aumentar la eficiencia de la producción de la empresa en un 50% para el próximo año.

-Contribuir a una mejor educación y producción intelectual por medio de textos totalmente profesionales que puedan contribuir como un apoyo a las universidades como a la docencia y la investigación.

Misión

Nuestra misión como editorial es fomentar el conocimiento, impulsando nuevas formas de entender y transmitir la información, proveerles a nuestros clientes un servicio de calidad, por medio del cual puedan dar a conocer sus empresas, servir como medio de crecimiento para su organización y promover valores pedagógicos que favorecen el progreso intelectual y cultural de la sociedad.

Visión

Ser una editorial que pueda ser reconocida a nivel nacional por medio de múltiples plataformas ofreciendo publicaciones de alta calidad. Crecer como empresa líder en el segmento de desarrollo publicitario a través de diseños accesibles sin prescindir de la alta calidad.

Valores de la Empresa

Mediante valores como el esfuerzo, la honestidad, el compromiso, la ética profesional y el respeto esperamos poder convertirnos en un referente en el ámbito editorial y publicitario.

Como empresa hemos definido los siguientes valores:

- **Puntualidad:** en este caso se hace referencia a este valor para exigir a los empleados el respeto de los tiempos de llegada y salida, pero sobre todo para con los clientes, por ejemplos a la hora de presentar proyectos o realizar entregas.

- **Calidad:** en este caso se intenta que los productos o servicios ofrecidos sean de excelencia.
- **Consecuencia:** hace referencia a la coherencia que deben tener los empleadores para con sus trabajadores, como de la empresa con los clientes. En caso de haber compromisos deben ser cumplidos.
- **Justicia:** este concepto tiene una mayor orientación para sus trabajadores. Se hace referencia a otorgar a cada uno lo que le corresponde, no solo desde el punto de vista salarial sino que también en cuanto se refiere a las actividades que a cada uno le tocará desempeñar.
- **Comunicación:** en tanto se toma la comunicación como un valor fundamental se intenta que las relaciones y conexiones dentro de los miembros de la empresa y con los clientes sea fluida y sincera.
- **Responsabilidad:** tiene varias orientaciones. Por ejemplo si se hace referencia a los trabajadores, la empresa se compromete a la estabilidad y buenas condiciones laborales. En cuanto a los clientes, la empresa se compromete a entregar bienes y servicios de calidad. Algo que también resulta muy importante hoy en día es el compromiso con el medio ambiente. Para ello es necesario cumplir con las leyes determinadas e incluso exceder las mismas para continuar con su preservación.
- **Originalidad:** refiere a las innovaciones, cambios y creaciones tanto en los bienes y servicios, en las metodologías laborales y estrategias.
- **Seguridad:** este juicio se orienta a generar un vínculo de confianza, que los clientes creen que serán satisfechos en sus necesidades y deseos.
- **Libertad:** en este caso se intenta que tanto los empleados y los clientes puedan expresarse con total seguridad en caso de tener creencias u opiniones distintas, siempre que sean presentadas con respeto y cordialidad.
- **Trabajo en equipo:** desde éste se intenta la integración de cada uno de miembros de la empresa al grupo laboral, que sean promovidos mejores resultados gracias a un ambiente positivo. Para ello es elemental la participación de los distintos miembros de la empresa en diversos ámbitos.

- **Honestidad:** orientado tanto para los miembros de la empresa entre sí, como con los clientes. Se promueve la verdad como una herramienta elemental para generar confianza y la credibilidad de la empresa.

Principios de la Empresa

Como empresa seria y responsable estamos comprometidos a dar el mejor servicio humano a nuestros clientes, en tiempo de entrega, grado de satisfacción, calidad, atención. De esta manera entregar lo mejor para que el cliente se retire satisfecho y que regrese nuevamente.

Trabajaremos de manera constante renovando siempre nuestro servicio para que la calidad sea la mejor y la que siempre el cliente requiera, siempre y cuando el cliente lo vaya necesitando, ante posibles cambios en la sociedad.

Dentro de nuestra responsabilidad social empresarial está la generación de empleo digno, ayudando al medio ambiente sembrando arbolitos junto con nuestros colaboradores, instalando basureras cerca de nuestro lugar de trabajo.

Como una empresa responsable y sabemos el compromiso con el medio ambiente, buscaremos la forma de colaborar con esta problemática quizás utilizando papel reciclado, tratando de utilizar el menos papel posible, enviando cotizaciones digitales a nuestros clientes, manejando todo por correo y no por carta.

Ventajas Competitivas

Como diseñadores gráficos y para dar mejor atención a nuestros clientes nos comprometemos a dar asesoramiento en cuanto al diseño, tamaño del arte para ser ubicado a en la revista o servicio de diseño que el cliente desee adquirir, color, imágenes, etc. Poniendo a un diseñador por cada cliente para ayudarlo con proceso de manera profesional, el cual se le planteará con exactitud la necesidad del cliente al ofrecer un producto o servicio, este no solamente lo podrá asesorar en diseño, sino también en el área de mercado; que puedan ofrecer un valor añadido a sus clientes en forma de

comunicación especialmente adaptada a sus necesidades específicas.

Distingos

Nuestro formato de revista será tamaño carta utilizando papel reciclado para que empresas y clientes se encuentren familiarizados con el medio ambiente y así prefieran nuestra empresa por esta iniciativa.

En cuanto a postventa, se creará una base de datos de clientes con sus correos y números telefónicos para contactarlos, ofreciendo el debido seguimiento para saber que les pareció la revista y sus publicaciones. Ofreceremos promociones, por ejemplo: Si se hace cliente fijo, le ofreceremos un precio preferencial por paquete; además sus anuncios aparecerán en la revista digital y serán mencionados en nuestra página web, sin ningún costo adicional.

Se creará una aplicación en las plataformas de Android y IOS con notificaciones de nuevas actualizaciones.

Capítulo II El Mercado

Presentación del Producto y Servicio

En “MALUA Editorial y Diseño” el principal producto será la creación de revistas de diferentes tipos de segmentos informativos, revista universitaria, bienestar, salud y automotriz, por el momento nos enfocaremos en primer lugar en la revista universitaria considerando que es nuestro producto estrella; Una revista que se entregará masivamente de forma gratuita en puntos estratégicos, se ofrecerá a los clientes espacios publicitarios en lo que las empresas se puedan dar a conocer, ya sean grandes o pequeñas pymes en diferentes tamaños y precios .

También se ofrecerán servicios de diseño como son:

Maquetación y composición de publicaciones de todo tipo, revistas o libros. Capaces de ir desde una maquetación tradicional hasta una composición con ideas creativas.

Tarjetas, imagen corporativa, brochures, catálogos, afiche, menús, volantes, papelería, folletos, diagramación, diseño web.

Servicios que a su vez dependiendo la cantidad a entregar serán impresas en la editorial.

Debilidades y fortalezas en la revista:

Debilidades	Fortaleza
No es reconocida	Segmento de interés juvenil
La empresa es nueva	Precio
La competencia tiene mayor demanda.	Promociones

Debilidades y fortalezas en servicios de diseño:

Debilidades	Fortalezas
Precios bajos de la competencia	Mejor calidad de servicios profesionales
	Estar constituido como empresa
	Entrega

Investigación del mercado

La competencia:

Editoriales en Managua como: Susaeta ediciones, ediciones mundo, editorial unión, nica ediciones, grupo editorial la prensa.

Principal competencia sería las diferentes revistas que se entregan de manera gratuita a nivel de Managua, como por ejemplo: la revista cinematográfica, la pulga (revistas de cines),

Susaeta ediciones no presenta ningún riesgo para nosotros ya que se dedica a la elaboración de textos escolares.

Ediciones mundo, editorial unión, nica ediciones no tiene elaboración de revistas.

Revista cinematográfica: es una revista de muy buena calidad en un formato de media página horizontal, dirigida a la publicación de la cartelera de cines, con una amplia cartera

de clientes, los precios son altos van desde los \$25 a \$800, por espacio publicitario, sus clientes son restaurantes, urbanizadoras, casas comerciales de automóviles, hoteles, farmacias, supermercados, empresas de telefonía móvil.

La cantidad de ejemplares es alta, se distribuyen en cines, supermercados, gasolineras y tiendas de conveniencia.

En cuanto a la recepción de clientes te dan la información rápida, pero no hay un seguimiento del cliente, no llaman, no escriben al correo rápida mente.

La pulga revista de cine: es una mini guía de tamaño 4 1/4"X4", con un alcance de 105,000 personas, con un tiraje de 30,000 ejemplares, sus precios van desde \$45 a \$180, sus puntos de distribución son cines, supermercados, tiendas de conveniencia, farmacias, y gasolineras.

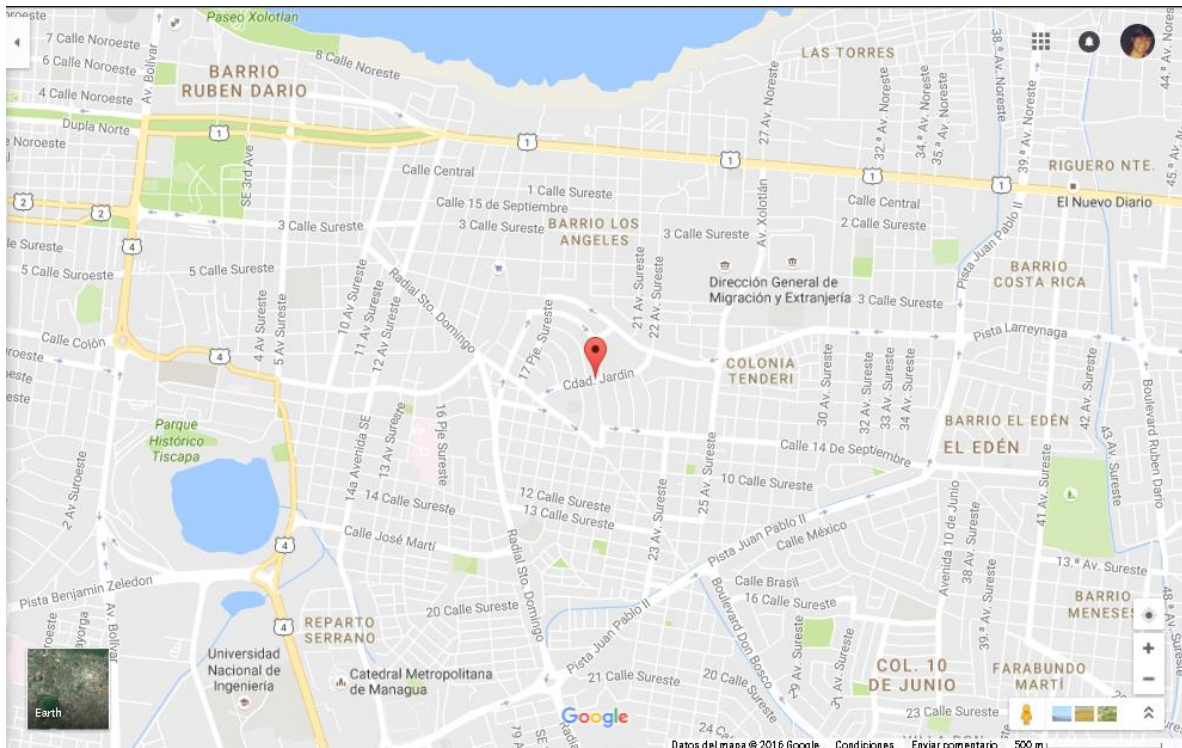
Sus principales clientes son farmacias, supermercados, casas comerciales de automóviles, empresas de telefonía, urbanizadoras, hoteles, restaurantes.

En cuanto a la atención te dan la información rápido, te contactan por teléfono, y aparte de eso te dan la elaboración del arte sin ningún costo adicional, siempre que les des el logo de la empresa y la información a publicar.

El plazo de entrega es todos los jueves y la recepción tope de la información es los martes. No te hablan de garantía.

Segmentación de mercado

Dentro de la segmentación de mercado en nuestro producto estrella "La Revista" son todas las empresas, instituciones, negocios, personas naturales o jurídicas, que estén interesadas en publicarse en la revista, que puedan dar a conocer sus negocios o empresas, ya que nuestro negocio estará ubicado en el sector de Ciudad Jardín del distrito IV de la Ciudad de Managua. Ofreciendo nuestros servicios de diseño a aquellos clientes fijos que se publiquen en la revista y negocios cercanos a nuestra empresa; Estos negocios serán la base que dará publicidad a nuestra empresa, segmentación en el distrito IV de la Capital.



Público meta

Como nuestra revista será de carácter universitario y de segmento joven, nuestro público meta será en primer lugar universidades, restaurantes, gimnasios, call center, cines, discotecas, bancos, tour operadoras, etc.

Nuestro público objetivo como revista son universidades, restaurantes, comunicación móvil y tecnología, librerías, deportes y salud.

En cuanto a servicios, todo el público en general interesado en los servicios de diseño gráfico y diagramación.

Competitividad

Nuestra empresa será competitiva, organizando un plan publicitario para darnos a conocer, además será una revista nueva con buenos artículos de interés para gente joven, es una revista que no existe en el mercado. Trataremos de dar el mejor precio, contrataremos personal con la mejor experiencia que garantice trabajos de calidad a la hora de la entrega, un

buen ambiente laborar que garantice un buen entorno laboral dentro de la empresa.

En cuanto a innovación nuestra empresa será constante, siempre investigando, analizando el mercado y la competencia, renovando nuestros productos, nuevos formatos, nueva información, buscando en la sociedad ese algo nuevo que la gente necesita saber e informarse, renovando nuestro diseño para que sea más atractivo y fácil de entender.

Definición del tamaño de mercado

Creemos que lograremos abarcar universidades que sean de carácter más popular, restaurantes por ejemplo mc Donald, burger king, subway, pollo tip top, pollo estrella, pizzerías. Que son restaurantes ubicados en Managua y muy conocidos por los jóvenes, gimnasios populares, bancos y todas las empresas que se quieran acercar más a clientes jóvenes.

Participación de la competencia en el mercado

Nuestro análisis de la competencia consiste en mostrar lo que posibles competidores directos e indirectos puedan mostrar, ya sea sus capacidades, recursos y estrategias que aplican para llegar a los consumidores, sus fortalezas, debilidades. Un estudio que nos permite conocer a fondo a nuestros competidores de forma precisa para poder competir de la mejor manera posible, nos permite estar prevenidos ante los diferentes acontecimientos, movimientos y acciones realizadas por los posibles competidores. De esa manera aprovechar sus debilidades para hacerlo nuestras fortalezas, tomando también en cuenta lo que a ellos les hace fuerte para poder aplicarlo a nuestras estrategias.

A continuación les mostraremos de forma detallada por medio de un cuadro a la competencia.

Cuadro de competencia

Nombre empresa	Dónde están ubicados.	Cuáles son sus mercados.	Cuál es su experiencia en el mercado.	Cuáles son sus recursos.	Cuál es su capacidad de producción o de abastecimiento.
Revista cinematográfica	Bolonia - De Los Pipitos 1/2 cuadra al este	Cines, tiendas de conveniencia, supermercados, farmacias, y Gasolineras. Restaurantes, hoteles, universidades, instituciones. etc	22 años	Revista cinematográfica y publicidad Revista sobre cartelera de cine	Alcance 200,000 personas
Media Kit	Bosques de Nejapa, Frente a coasa, 200mts al norte mano derecha	Cines, tiendas de conveniencia, supermercados, farmacias, y Gasolineras. Restaurantes, hoteles, universidades, instituciones. etc	6 Meses	Mini guía	105,000 personas
Grupo editorial la Prensa	La Prensa, Km 4½ Pista Pedro Joaquín Chamorro, Managua 11009	49 agencias locales en Managua, 147 departamentales	90 años	Periódico Suplementos semanales Revistas	250,000 personas
Publicar	Villa Fontana, Costado Oeste del Club Terraza, edificio Discover, 3er.Piso	2,500 colaboradores a nivel global	58 años	-Guía a domicilio -Revista Universitaria -Catálogo de salud y belleza -Publi Kids -Guía telefónica Nicaragua -Guía comercial región norte -Guía comercial región Occidente -Guía comercial Cuidad Sandino -Administración de redes -Cliks efectivos -Diseños de sitios web -Correos masivos	1 . 300 . 000
Susaeta Ediciones	Lomas de Guadalupe, Portón Este de Universidad Centroamerica UCA, 50 mts Arriba. Managua, Nicaragua	Mercado de consumo (Clientes finales: Personas naturales) y (mercado de negocios: librerías y colegios privados)	10 años	Diccionarios Literatura infantil Preescolar Primaria Secundaria	80,000 personas

Cuáles son sus principales estrategias.	Que materiales o insumos usan para sus productos.	Cuáles son sus precios.	Qué medios publicitarios utilizan.	Cuáles son sus canales o puntos de venta.	Cuáles son sus ventajas competitivas, fortalezas y debilidades
<ul style="list-style-type: none"> -satisfacer necesidades de publicidad de empresas. -distribución en puntos estratégicos -Lanzamientos semanales -Guía de compras -Información de cines 	<ul style="list-style-type: none"> Papel Tinta Computadoras Cámara 	<ul style="list-style-type: none"> 1pag 5x8'' \$400 ½ pag 5x4'' \$200 ¼ pag 5x2'' Ó 2.5x4'' \$100 5x1 ó 2.5x2'' \$50 5x5'' \$250 5x3'' \$150 5x1.5'' ó 2.5x3'' \$75 2.5x1'' \$25 	<ul style="list-style-type: none"> -Vallas publicitarias -Mantas -Internet -Viniles en puertas y ventanas de -Centro comerciales -Estantes 	<ul style="list-style-type: none"> -Centro comerciales -Súper mercados -Casa del café -Club Terraza -Cines -Tiendas -Café 	<ul style="list-style-type: none"> Ventajas fortalezas -Experiencia. -Empresa bien ubicada Debilidades Precios altos
<ul style="list-style-type: none"> -Mini guía de bolsillo -Ofrece entretenimiento -Ofertas comerciales -Información actual 	<ul style="list-style-type: none"> Papel Tinta Impresoras Computadoras cámara 	<ul style="list-style-type: none"> -Bisagra \$500 -1pag \$180 -½ pag \$90 -1/4pag \$45 -Cintillo \$60 -Contraportada \$300 -Posición solicitada \$200 	<ul style="list-style-type: none"> -Mantas -Centro comerciales -Estantes 	<ul style="list-style-type: none"> -Cines -Supermercados -Restaurantes -Jugueterías -Tiendas -Clubes -Almacenes -Bancos -Hospitales -Café 	<ul style="list-style-type: none"> Ventajas y fortalezas -Mini guía de bolsillo -Práctico Debilidades -precios altos
<ul style="list-style-type: none"> -Muchos años de experiencia -Líder en ámbito periodístico -Ofrece información calificada -Suplementos para todas las edades 	<ul style="list-style-type: none"> Papel Tinta Imprenta Cámaras 	<ul style="list-style-type: none"> Precios en dependencia de dónde quiere publicar su anuncio. -Diario la prensa -Diario hoy -Suplementos 	<ul style="list-style-type: none"> -Televisión -Radio -volantes -Mantas -Vallas -Mopis 	<ul style="list-style-type: none"> -Suscripciones -Semáforos -ventas -Distribuidoras 	<ul style="list-style-type: none"> Ventajas y fortalezas Años de experiencia Amplio reparto de empleados Debilidades Temas políticos
<ul style="list-style-type: none"> Multinacional con profundo entendimiento del cliente, del mercado y las últimas tendencias, ofrecen soluciones comerciales innovadoras a compañías para integrar anunciantes y audiencias satisfaciendo sus necesidades de manera eficiente, oportuna y rentable 	<ul style="list-style-type: none"> Papel Tinta Impresoras Computadoras cámara 	<ul style="list-style-type: none"> Tráfico \$ 39.29 Mensual +IVA páginas amarillas impresas 250cm Posicionamiento 129.28 mensual +IVA Páginas Amarillas Impresas 625cm Fondo Blanco 2 Colores. Relacionamiento \$277 mensual +IVA Páginas Amarillas Impresas Aviso Doble 625cm Full Color. 	<ul style="list-style-type: none"> -Televisión -Radio -Vallas -mupi -Volantes -web 	<ul style="list-style-type: none"> -Suscriptores -Petronic -SINSA -la colonia -Holcim -Unilever -pollo estrella - Agroalfa -Aquatec -Cruz Lorena -Flower center -Gonper librerías - Productos del aire. 	<ul style="list-style-type: none"> Ventajas y fortalezas Altamente reconocidos dentro del mercado Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> Libros de texto suscitan conocimientos científicos, habilidades, 	<ul style="list-style-type: none"> Papel 	<ul style="list-style-type: none"> Libros C\$300 Libros para niños C\$300 	<ul style="list-style-type: none"> -Revistas -Televisión 	<ul style="list-style-type: none"> -Servilibro -Cometa -Todo libro 	<ul style="list-style-type: none"> Ventajas y fortalezas Experiencia

destrezas y valores así como se promueve la cultura nacional, regional, local y global, en las modalidades educativas de Educación Inicial (Pre-escolar), Educación Primaria y Educación Secundaria.	Tinta Impresoras Computadoras				Debilidades Poca publicidad
--	-------------------------------------	--	--	--	--------------------------------

Encuesta

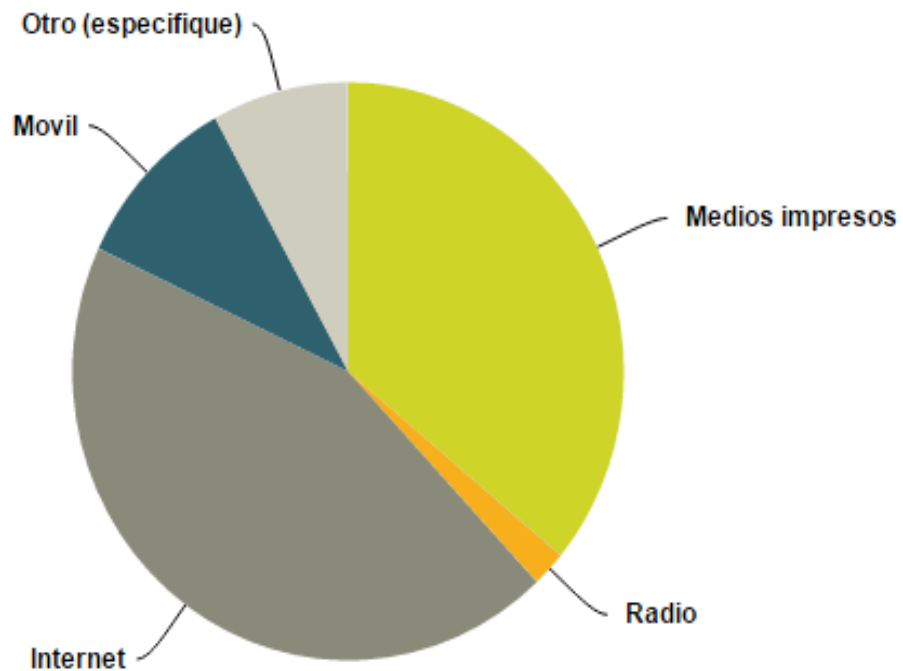
Sistema o metodología a utilizar

La encuesta de mercado que utilizaremos es la mejor manera de pedir opiniones sobre nuestra empresa, sobre nuestro producto, servicios y características. Una manera precisa para conocer a nuestros posibles clientes, sus necesidades, conocimientos y lograr un desarrollo ágil y completo al lanzar nuestra empresa. Realizamos 10 preguntas sobre publicidad y diseño, y utilizaremos la encuesta en línea con la herramienta SurveyMonkey enviada a 100 posibles clientes que son empresas que podrían adquirir nuestros servicios.

De los 100 posibles clientes obtuvimos la respuesta de 50, en las siguientes gráficas se puede apreciar de forma precisa y detallada lo que respondieron.

¿En qué tipo de publicidad invierte?

Respondido: 50 Omitido: 0

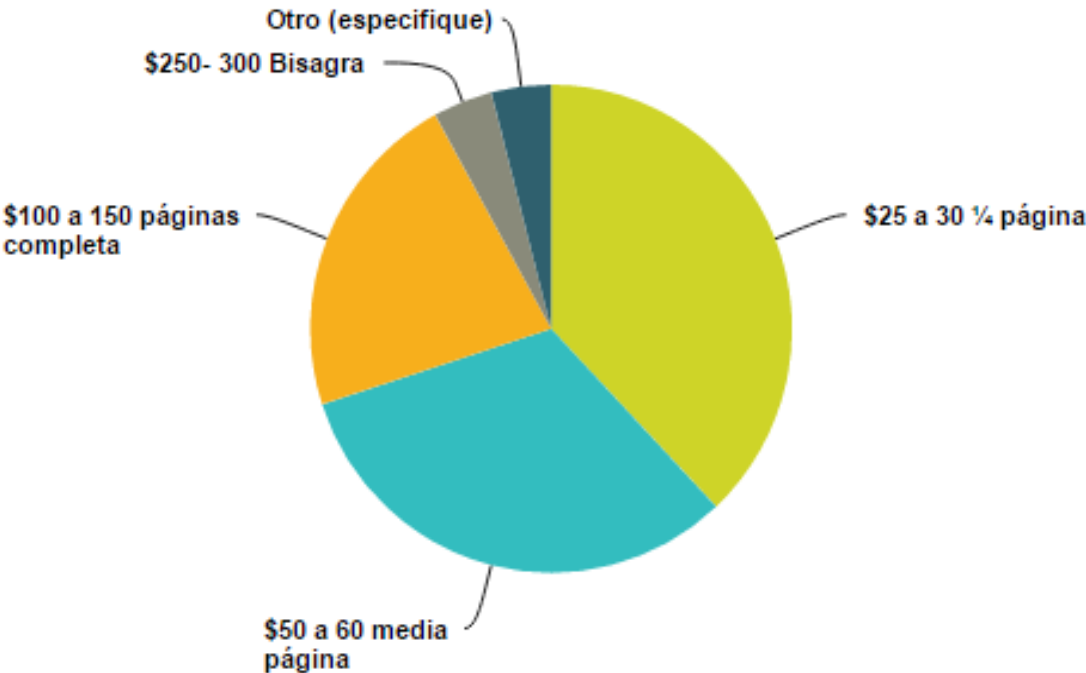


Estamos claramente convencidos que la publicidad por medio de internet domina nuestro medio, pero no descartamos que la publicidad impresa aun sea eficiente para que una empresa se dé a conocer en lugares donde el internet no es el primer

medio que los nicaragüenses utilizan para buscar información sobre una empresa. Es por ello que el 36% de empresas invierten en publicidad en medios impresos.

Si se suscribiera a una revista que se distribuye masiva mente.¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un espacio publicitario?

Respondido: 50 Omitido: 0

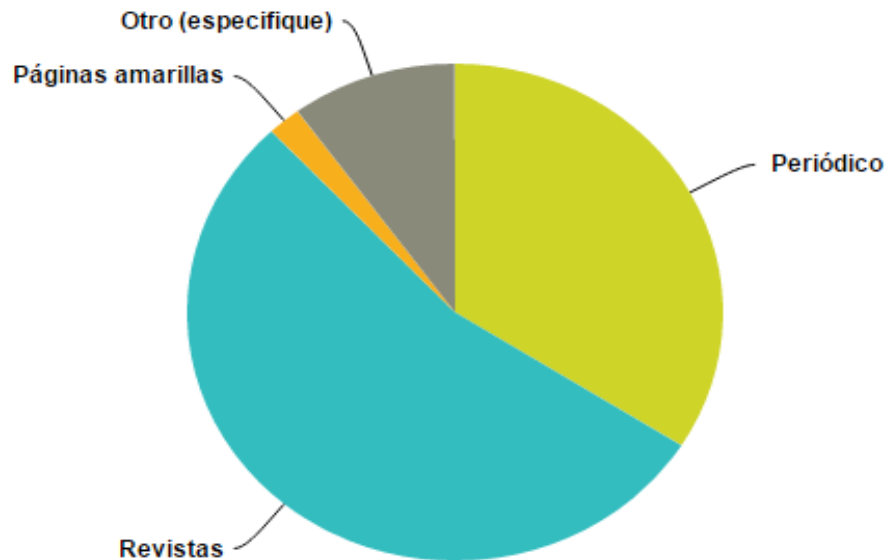


Opciones de respuesta	Respuestas
▼ \$25 a 30 ¼ página	38,00% 19
▼ \$50 a 60 media página	32,00% 16
▼ \$100 a 150 páginas completa	22,00% 11
▼ \$250- 300 Bisagra	4,00% 2
▼ Otro (especifique) Respuestas	4,00% 2
Total	50

Por medio del análisis de esta pregunta y sus respuestas pudimos sacar la cantidad de clientes que estarían dispuestos a publicarse en nuestra revista.

Cuando usted piensa en publicidad impresa. ¿Cuál es la primera que piensa?

Respondido: 50 Omitido: 0

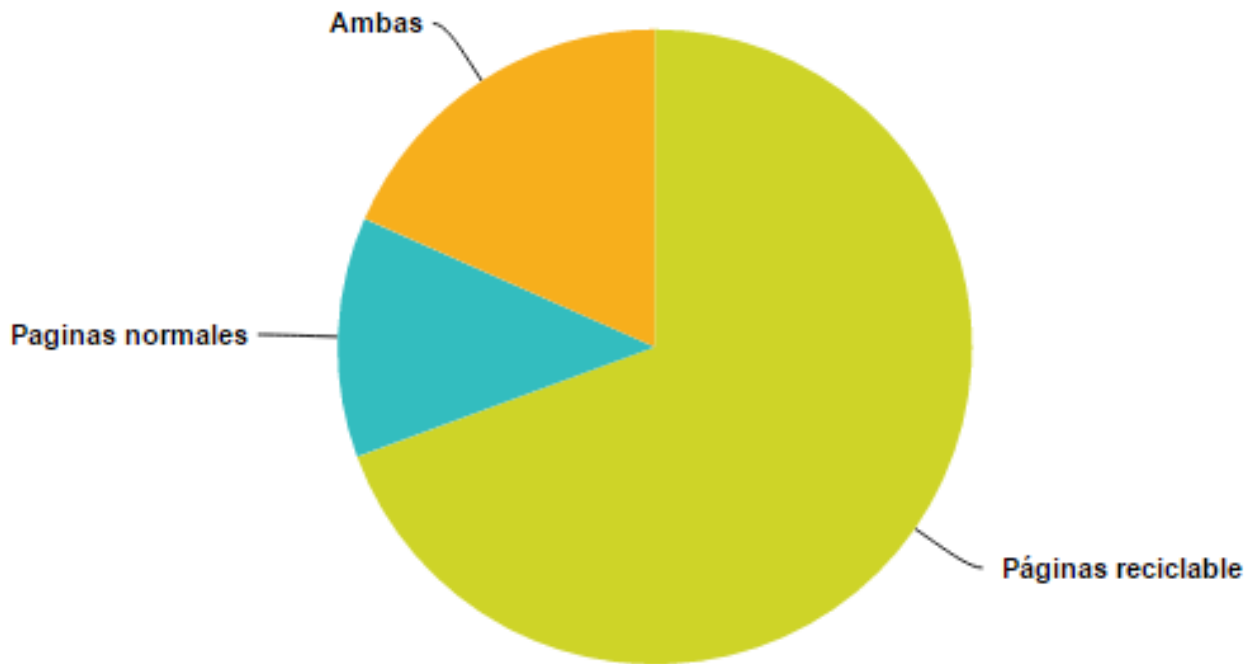


Opciones de respuesta	Respuestas	
▼ Periódico	34,00%	17
▼ Revistas	54,00%	27
▼ Páginas amarillas	2,00%	1
▼ Otro (especifique)	Respuestas 10,00%	5
Total		50

Por medio de esta gráfica podemos observar que nuestros posibles clientes están enfocados en publicidad impresa en revistas, ya que ha sido o será el mejor medio en el cual pueden confiar e invertir para que su empresa sea reconocida rápidamente a sus consumidores

¿Prefiere suscribirse a una revista que está a favor de la ecología utilizando páginas de material reciclable o páginas normales?

Respondido: 49 Omitido: 1

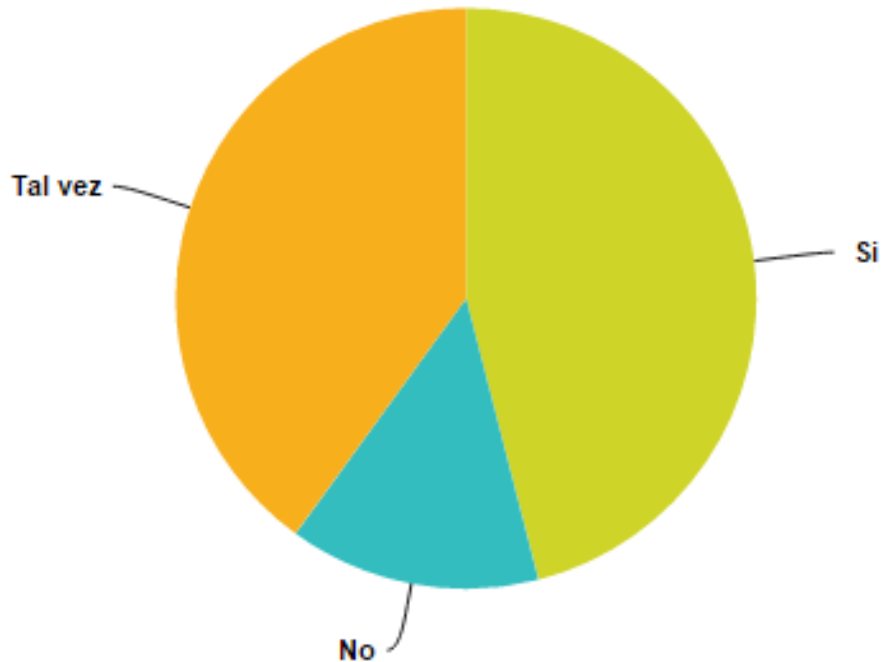


Opciones de respuesta	Respuestas
Páginas reciclable	69,39% 34
Paginas normales	12,24% 6
Ambas	18,37% 9
Total	49

Porque estamos conscientes del daño que diariamente provocamos al medio ambiente y por el uso masivo de papel; es por eso que decidimos utilizar papel reciclable para nuestra revista, y el 69% de clientes está dispuesto a inscribirse a nuestra revista por el material reciclable.

¿Estaría dispuesto a contratar una empresa para encargarse de sus servicios publicitarios?

Respondido: 50 Omitido: 0

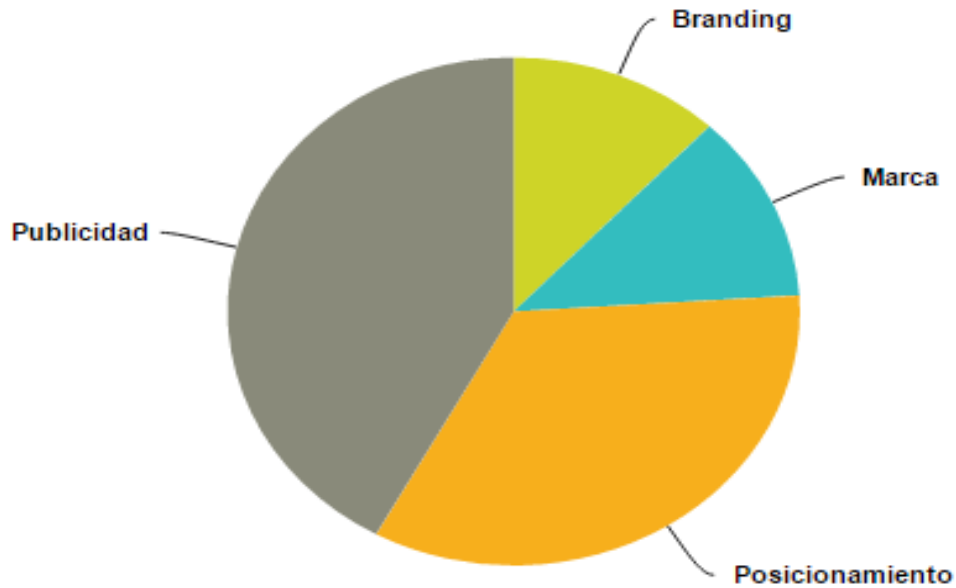


Opciones de respuesta	Respuestas
Si	46,00% 23
No	14,00% 7
Tal vez	40,00% 20
Nunca	0,00% 0
Total	50

“Malua Editorial y Diseño” no solo se encargará de un producto como es la revista, también ofrecemos servicios de Diseño gráfico para el público en general y aún para las empresas que deseen publicarse en nuestra revista.

Quando planea marketing para su producto o servicio. ¿Cuál es su finalidad?

Respondido: 50 Omitido: 0

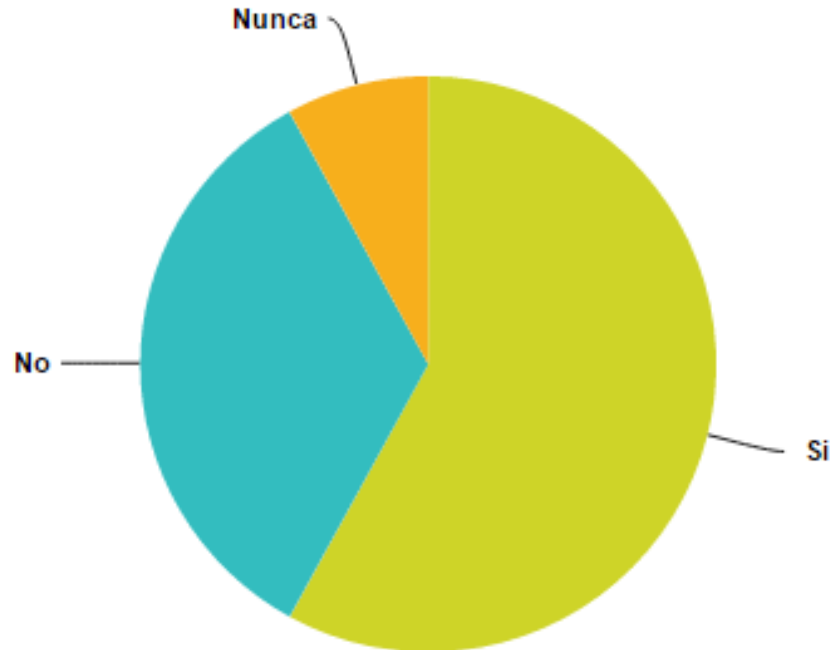


Opciones de respuesta	Respuestas	
▼ Branding	12,00%	6
▼ Marca	12,00%	6
▼ Posicionamiento	34,00%	17
▼ Publicidad	42,00%	21
Total		50

Según estudios del Banco central de Nicaragua el 87.45% son micro empresas que necesitan mejorar en su competitividad ya que no tienen los conocimientos técnicos en la administración de un negocio, es por eso que por medio de nuestra revista queremos que las micro empresas se puedan dar a conocer de forma masiva y crecer para que no solamente tengan en el término de micro empresa si no como medianas o grandes.

¿Alguna vez ha solicitado servicio de un diseñador gráfico?

Respondido: 50 Omitido: 0

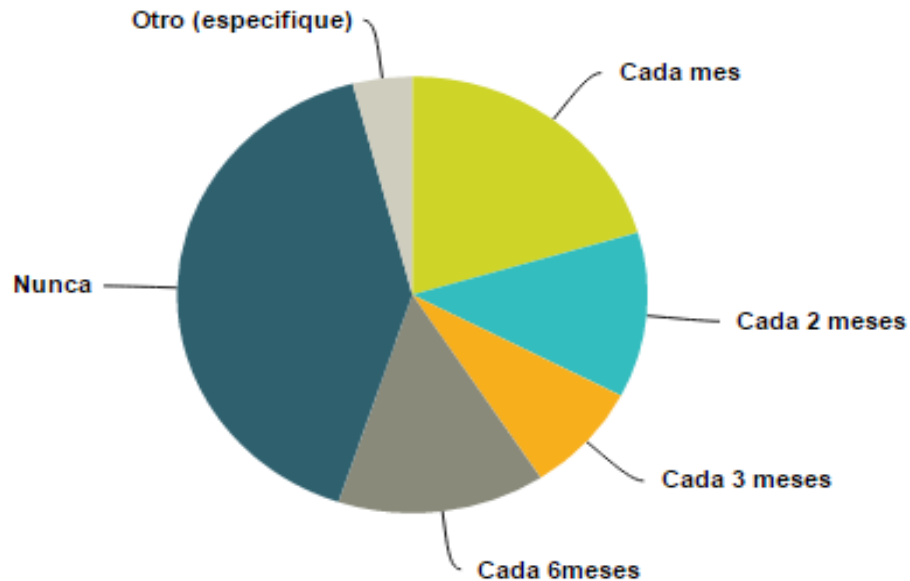


Opciones de respuesta	Respuestas
Si	58,00% 29
No	34,00% 17
Nunca	8,00% 4
Total	50

Planteamos esta pregunta con la expectativa de que nuestros clientes aún solicitan servicios de diseño para su empresa y efectivamente es una necesidad que debe ser cubierta por nuestros servicios como empresa.

¿Con qué frecuencia solicita los servicios de diseño gráfico?

Respondido: 49 Omitido: 1

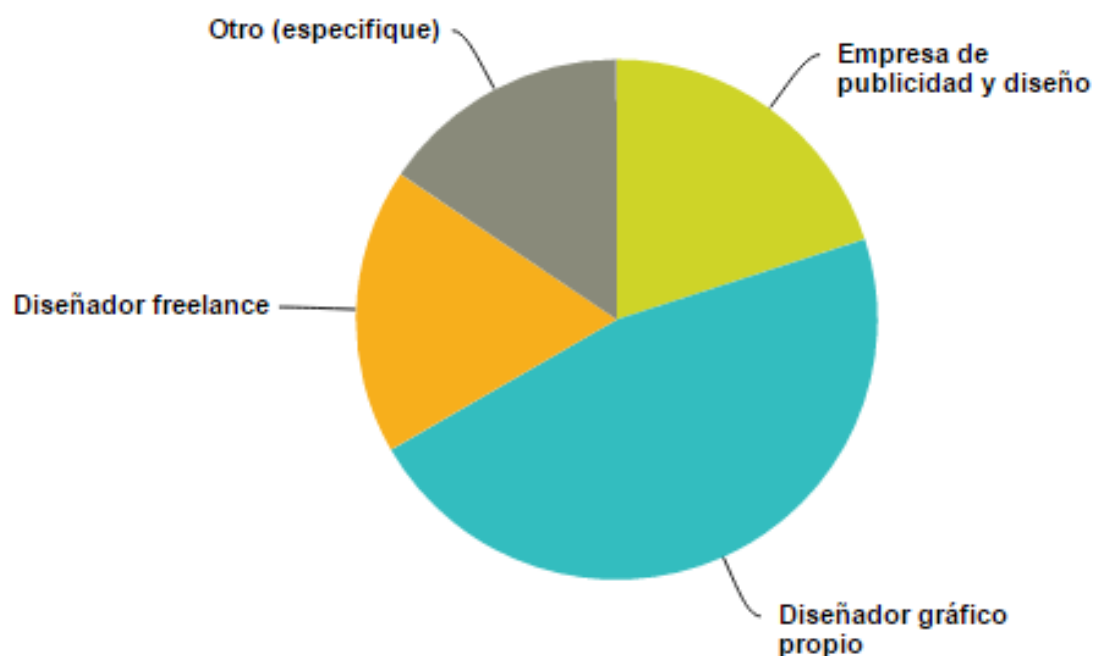


Opciones de respuesta	Respuestas	
▼ Cada mes	20,41%	10
▼ Cada 2 meses	12,24%	6
▼ Cada 3 meses	8,16%	4
▼ Cada 6 meses	14,29%	7
▼ Nunca	40,82%	20
▼ Otro (especifique)	4,08%	2
Respuestas		
Total		49

Analizando esta pregunta y sus respuestas pudimos observar que no toda empresa está interesada en adquirir servicios de diseño ya que piensan que no son necesarios o porque simplemente no están en la capacidad de pagarlos. En “Malua Editorial y Diseño” estamos dispuestos a ofrecer servicios de diseños gratuitos para los que desean publicarse en la revista.

¿Quién le realiza trabajos de diseño gráfico?

Respondido: 45 Omitido: 5

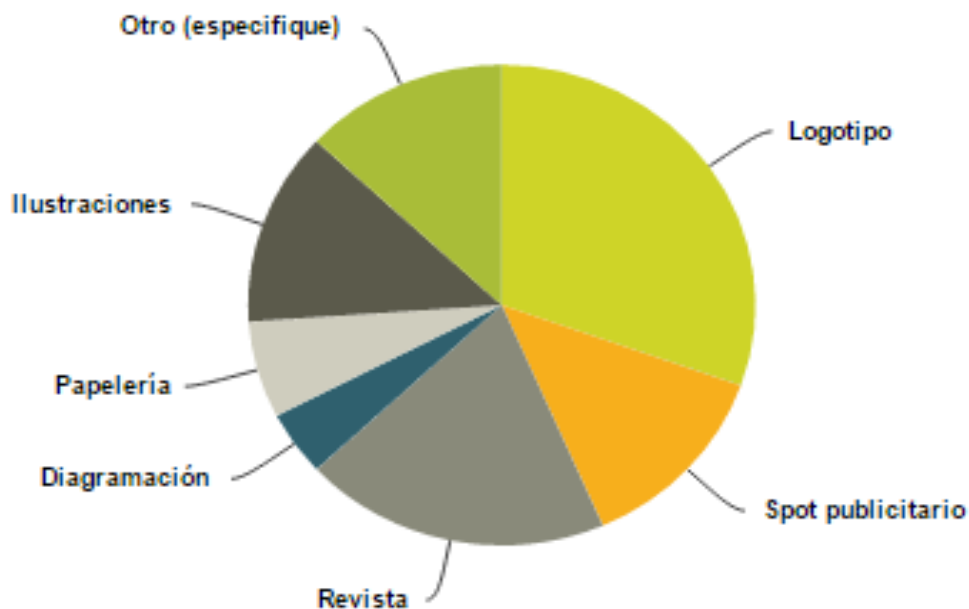


Opciones de respuesta	Respuestas
▼ Empresa de publicidad y diseño	20,00% 9
▼ Diseñador gráfico propio	46,67% 21
▼ Diseñador freelance	17,78% 8
▼ Otro (especifique) Respuestas	15,56% 7
Total	45

Cabe destacar que si hay empresas conscientes de la importancia de un diseñador para su empresa, un 46% de nuestros clientes tiene un diseñador gráfico propio.

¿Qué servicios de diseño gráfico ha solicitado en los últimos 5 meses?

Respondido: 46 Omitido: 4



Opciones de respuesta	Respuestas	
Logotipo	30,43%	14
Página web	0,00%	0
Spot publicitario	13,04%	6
Revista	19,57%	9
Diagramación	4,35%	2
Papelería	6,52%	3
Ilustraciones	13,04%	6
Otro (especifique)	Respuestas 13,04%	6
Total		46

Podemos observar que el 30% de nuestros clientes ha solicitado servicios de Logotipo para su empresa, sin duda nuestra empresa está altamente capacitada para que el cliente pueda salir satisfecho con el servicio necesario para darse a conocer.

Análisis general de la encuesta.

Dentro del análisis de la encuesta pudimos observar que la mayoría de empresas invierten en publicidad en línea y publicidad impresa, siendo para nosotros las dos nuestro objetivo principalmente la impresa para la producción de la revista. Un 54% piensa en invertir publicidad de revistas en espacios, todos los espacios disponibles, pocos quieren servicio de diseño ya que la mayoría hace los suyos propios. Sin ignorar que algunos desean estos servicios. También observamos que les gustaría invertir en papel reciclables. Con este análisis pudimos cumplir los objetivos de conocer a nuestros clientes y arrancar con nuestro negocio.

Riesgos y oportunidades de Mercado

El análisis de FODA de “MALUA Editorial y Diseño” lo hemos realizado con el objetivo de permitir e implementar nuevas estrategias, tomar mejores decisiones, en base al análisis de todo lo que nos rodea y que nuestro producto y servicio pueda satisfacer de forma correcta las necesidades. Un modelo simple de análisis que utilizamos para evaluar el potencial de negocios y decisiones de marketing. Es también un componente esencial en nuestro plan de negocios, que muestra a los posibles inversores que la compañía ha evaluado objetivamente su posición dentro de su mercado.

Cuadro de FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Precios bajos comparados con la competencia	Nueva empresa dentro del mercado.
Buena estrategia creativa publicitaria	Calidad y cantidad de los recursos con que cuenta la empresa.
Buena calidad en producto editorial y publicitario	Falta de centros de formación especializados.
Hay una nueva generación de creadores de calidad.	Las empresas editoriales tienen un tamaño pequeño, y en muchos casos editan de manera ocasional.
La facilidad de la población más joven para acceder a las nuevas tecnologías es una variable a la hora de elaborar cualquier estrategia sectorial de futuro.	Hay competencia de la autoedición y sector publicitario.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>Innovación en productos.</p> <p>Formación, conocimiento e investigación.</p> <p>Importantes oportunidades en el futuro más que en la actualidad con la edición off line (publicidad, promoción de catálogos, ventas por internet) y online (venta de descargas)</p> <p>La difusión de la cultura vasca sin distinciones, con la creación y sus autores al frente puede extender hacia el exterior mediante las traducciones, promoción e intercambio con otros profesionales.</p>	<p>Años de experiencia de competidores dentro del mercado publicitario.</p> <p>Con la cultura de la red se crean hábitos para la lectura breve y la escritura espartana.</p> <p>Riesgos del público lector</p>

Plan de Ventas

En el plan de ventas la empresa tiene contemplado lograr ubicar unos 100 clientes, pero pondremos atención de manera inmediata en 49, planeamos en el primer lanzamiento captar ventas aproximadas de \$5,660 dólares quincenal ya que la revista saldrá cada 15 días y tendremos ventas mensualmente de \$11,320.

Como vamos a lograr estas ventas:

A parte del plan de publicidad para darnos a conocer, tendremos a una persona encargada de ventas, el cual se dedicara a visitar a los clientes más potenciales uno por uno, llevando consigo una presentación en digital y una revista impresa, más un catálogo de nuestros servicios.

Este vendedor tendrá que separar por rubros a los clientes de la siguiente manera:

Tenemos 12 universidades, 12 Restaurantes, 6 de tecnología y comunicación, 3 Librerías, 6 de deportes, 3 de Salud.

Luego se hará un plan de visitas de clientes: En un día los vendedores tendrán que visitar por lo menos 2 de

universidades, 2 de restaurantes, 2 tecnología, 2 librerías, 2 de deportes y 2 de salud. Más clientes que se comuniquen con nosotros, le visitaremos de forma inmediata. De esta manera captaremos clientes por mes aumentando el 10% de las ventas, a medida que la revista se dé a conocer.

Planeamos entrar al mercado por precio en los espacios publicitarios y nuestros servicios. Tendremos una empresa proveedora que se encargará de imprimir la revista, un centro de impresiones con la suficiente capacidad de tirar altos volúmenes. Los precios de costo de la revista serán de acuerdo al número de volúmenes a imprimir, estos bajarán a medida que aumentan los volúmenes a entregar.

Se contratará a una persona alta mente preparada en mercado y publicidad especializada el área en ventas a la cual se le pagaría salario más comisión por venta para incentivar a que venda más.

Distribución y Puntos de venta

“MALUA Editorial y Diseño” Estamos enfocados, sobre todo, al sector: Detallistas, restaurantes, compañías grandes, hosteleros o grandes consumidores. Ya que nuestra empresa está enfocada en una revista juvenil como producto y servicios de diseño gráfico en un local permanente.

“MALUA Editorial y Diseño” hará uso de los dos canales de distribución, en primer momento el canal directo, el cual venderemos directamente nuestros servicios al consumidor final sin hacer uso de intermediarios, ya que estaremos fijos en nuestro local comercial, a través de internet, llamadas telefónicas y visitas a los locales de los clientes.

Esto nos permitirá tener un mayor control sobre los servicios que ofreceremos, lograremos asegurar que los productos sean entregados en buenas condiciones, poder ofrecer un buen servicio y atención al cliente.

Haremos uso del canal indirecto, este implica entregar nuestra revista a intermediarios, quienes posteriormente los

harán llegar al consumidor final, en todo caso, a otros intermediarios. Nuestra misión es establecernos en el mercado como una revista reconocida lo que hará que más clientes quieran posicionar su marca a través de nuestra publicidad en la revista.

En cuanto a la distribución, hará llegar la revista al público mediante la colocación de la misma en puntos estratégicos de la ciudad de Managua. Las zonas específicas en las cuales se hará hincapié en la distribución de la revista serán aquellas en las cuales estén residenciados los jóvenes de clase social A, B y C.

Inicialmente se desarrollaría una campaña de promoción agresiva que contemple la distribución gratuita de la revista en estos establecimientos, buscando que el consumidor relacione el establecimiento con la posibilidad de conseguir la revista. Posteriormente, cumpliremos nuestro objetivo que es atraer la mayor cantidad de clientes que desean posicionar su marca a través de nuestra publicidad.

El consumidor de la revista se adapta, a los jóvenes experimentadores, rebeldes, entusiastas, e impulsivos. Buscan variedad y experiencias excitantes, saboreando lo nuevo, lo fuera de lo normal y el riesgo. Son muy abiertos a las nuevas posibilidades y a todo lo que se presente “MALUA Editorial y Diseño” Su energía presente una salida en el ejercicio, deportes, actividades sociales y salidas. Gastan gran parte de su ingreso en ropa, comida rápida, música, películas y video. La revista la distribuiremos en los siguientes locales de la capital:

Puntos de Distribución		
<p>UNIVERSIDADES</p> <p>UPOLI UNI Rupac UNI UCA UNAN UAM</p>	<p>CENTRO COMERCIALES</p> <p>Plaza Inter Metrocentro Multicentro las Américas Galerías Santo Domingo</p>	<p>REST Y SUPERMERCADOS</p> <p>LA COLONIA LA UNION RES SUMMER</p>

Fijación y Políticas de precio

La fijación de precios lleva consigo el deseo de obtener beneficios por parte nuestra empresa, cuyos ingresos vienen determinados por la cantidad de ventas realizadas, nuestros precios los hemos fijado por medio del análisis de la competencia, ya que sus precios son muy elevados, fijaremos precios más favorables a nuestros clientes.

Primeramente contaremos con la edición de una revista universitaria tamaño media carta, donde nuestros posibles clientes puedan publicar sus anuncios publicitarios, ofertas, ventas, etc. Ofreciéndoles un catálogo digital y en físico con los precios de cada espacio de la revista, y los servicios de diseño que ofrecemos.

La revista será distribuida gratuitamente en lugares estratégicos de mucha circulación, esta será totalmente patrocinada por nuestros clientes, con un tiraje de 1000 copias en la primera edición, con el objetivo de crecer mensualmente un 10% en nuestras ventas. Tendremos también como editorial servicios de diseño gráfico para clientes que deseen además de publicarse mejorar en sus diseños. Dentro de los servicios de edición y diseño tenemos:

Revistas, unidad gráfica, diseño web, diagramación y diseño de libros y portadas y periódicos o suplementos.

Los costos en espacios de publicidad dentro de la revista serán fijos:

Hemos analizado de forma detallada nuestro consumo aparente, lo que mensualmente pudimos detallar es que tendremos ventas por espacios de: 2 clientes por bisagra, 3 clientes por 1 página, 7 clientes por 8.5x8", 12 clientes por ½ página, 6 clientes por 4.25x5.5", 4 clientes por 8.5x2.7", 5 clientes por 4.25x2.7" y 10 clientes de 4.25x1.3" con un total de \$11,320 dólares mensuales.

Tamaño de espacios de revista	Precio \$	Clients	cada 15 días x publicacion Total	Mensual
BISAGRA	700.00	2	1,400.00	2800
1 PAGINA	300.00	3	900.00	1800
8.5x8" PÁGINA	150.00	7	1,050.00	2100
1/2 PAGINA	75.00	12	900.00	1800
4.25x5.5" PÁGINA	35.00	6	210.00	420
8.5X2.7" PÁGINA	125.00	4	500.00	1000
4.25X2.7" PÁGINAS	100.00	5	500.00	1000
4.25X1.3" PÁGINAS	20.00	10	200.00	400
	1,505.00	49	5,660.00	11,320.00

Estos precios fueron fijados en base al precio de la competencia suponiendo que tenemos 49 clientes por tiraje, este total será distribuido en gastos de financiamiento y pago del personal. Proveyéndoles una volante dentro de la revista para ofrecer publicidad a los futuros clientes.

Los precios dentro de la unidad gráfica (servicios) será dependiendo de la cantidad, del tamaño del papel, el diseño y la impresión. Analizaremos estrictamente, precios por papel normal y reciclable.

Dentro del área geográfica pondremos la ciudad de Managua, por lo que los puntos de distribución son zonas específicas como universidades, puntos céntricos de la ciudad, restaurantes, centros comerciales, tiendas de clientes, etc.

Empaque y Etiqueta

“MALUA Editorial y Diseño” Creará una categoría donde su etiqueta será la marca. (Teléfonos, correos donde los clientes podrán contactarnos para adquirir nuestros servicios de publicidad en la revista y servicios de diseño en nuestro local comercial).

Ser el primero en la mente del consumidor, la empresa que consiga vencer en la carrera de ser el primer producto en la mente del consumidor, mantendrá esa posición permanentemente.

Promoción del Producto o Servicio

Las promociones que ofreceremos a nuestros clientes en primer lugar será el precio de los espacios publicitarios dentro de la revista ya que son más bajos que la competencia. Descuentos por paquetes por publicidad de un mes, trimestralmente, semestral y al año.

Exclusividad por espacios de mejor ubicación dentro de la revista, ejemplo: contra portada, bisagra, etc.

Aparecer en la revista digital en nuestra página web de manera gratuita.

Descuento por pago en efectivo.

También se realizará una serie de concursos, con premios apetitosos, en los cuales el concursante debe hacer un seguimiento de la información en varios números de la revista, para conseguir las respuestas o pistas necesarias para completar las respuestas. Es igualmente validera la utilización de cupones.

Un claro ejemplo de esta estrategia, es el hecho de que en vez de incluir en la portada la foto de modelos, se piensa realizar un concurso entre los lectores para que su foto sea la que aparezca en la portada. Para entrar a concursar, el lector deberá recortar un cupón que aparece dentro de la revista, lo cual estimula a la compra de las personas interesadas

Plan de Publicidad

Estrategia introducción al mercado

En “MALUA Editorial y Diseño” también nos dedicamos a la maquetación y composición de publicaciones de todo tipo, revistas o libros. Nuestra empresa estará enfocada en dos puntos:

- 1.- Producto (una revista),
- 2.- Servicios (Diseño Gráfico)

Prontamente “MALUA Editorial y Diseño” distribuirá de manera gratuita, una nueva revista juvenil que se adapta a las características del mercado joven de la ciudad de Managua. Con sesenta (30) páginas a full color e impresa en papel ecológico, consta de varias secciones amenas, con temas de interés para el público juvenil de nuestra ciudad. Cine, música, deportes, video, auto superación, estrellas, amor, televisión, moda y posibilidades de estudio y desarrollo profesional, son sólo algunos de los temas que abarcara esta nueva revista, que estará monitoreando permanentemente los asuntos de actualidad que mueven a la juventud de Managua.

Pero lo principal es el alto feed back que mantendrá con su público. Muchas de las secciones de la revista serán escritas por la misma gente que la lee. Para ello contará con una página web y con un número de fax permanente. De esta manera, el joven lector se sentirá reflejado en la revista.

Debido a que la revista está en fase de lanzamiento, el público no tiene conocimiento de la misma, y por ende, es necesario posicionar a la revista en la mente del consumidor.

Aparte de ello, es conveniente tomar las medidas necesarias para lograr acaparar un nicho de mercado inicial para la revista. Una vez estemos establecidos comenzarán a llegar las ofertas de publicidad de empresas, pymes y personas naturales que quieran posicionar su marca. Como se puede constatar por la información anterior, este nicho de mercado no se

encuentra tan saturado como muchos otros. A pesar de no obtener beneficios cuantiosos, continúa siendo un negocio rentable, especialmente tomando en cuenta la cantidad de anunciantes interesados en el público juvenil, debido a la tradición consumista del mismo.

Se realizarán diversas promociones de lanzamiento, para hacer más tentador el producto para el público. Además, junto con la misma, se regalará material POP y premios sorpresa. Parte de la estrategia contempla la rifa de premios especiales, entre ellos viajes, equipos de sonido, etc. A aquellas personas que respondan una batería de preguntas que aparecerá en un cupón de la revista. Esto permitirá que el joven concursante se familiarice con aspectos específicos de la revista que nos interesa resaltar.

Adicionalmente, se aplicará esta estrategia para detectar los gustos de los nacientes consumidores de la revista, para posteriormente hacer las modificaciones necesarias en el contenido y personalidad de la misma, aspirando a adaptarse todavía más al target y con ello lograr su satisfacción y fidelidad.

Capaces de ir desde una maquetación tradicional hasta una composición con ideas creativas: eso es lo que nos diferencia de un diseñador convencional.

La portada de un libro es el primer contacto que tiene el consumidor con el libro. Por ello, un diseño atractivo y funcional será una de las claves del éxito.

Organizamos textos, titulares y fotografías, además de asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lectura eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Para nuestro negocio “MALUA Editorial y Diseño” utilizaremos una estrategia de diferenciación, basada en nuestros diseños personalizados.

Llegamos a esta decisión al analizar los datos que arrojó la investigación de oportunidades ya que las empresas y personas naturales estarían dispuestas a pagar un valor superior que el de la competencia por un diseño que además de ser

atractivo en su diseño satisfaga sus necesidades tanto de espacio como de funcionalidad.

Hacemos del diseño algo único.

Como nuestros productos y servicios son nuevos en el mercado, nuestras estrategias de mercado son con el objetivo de darnos a conocer, de decir quiénes somos, lo que ofertamos y como nos diferenciamos de los demás, es la etapa de introducción de nuestros servicios al mercado.

El público objetivo al que va dirigida la publicación es un elemento importante para que nuestros diseñadores busquen un diseño editorial correcto y diferenciador. Esto nos pondrá en lo alto competitivamente en el mercado ya que daremos un servicio personalizado y de calidad a nuestros clientes.

El objetivo es crear diseño con una enorme fuerza comunicativa. Comunicar a través de la imagen. Así mismo nuestros precios estarán un poco más bajos que la competencia con el objetivo de atraer clientes una vez que vean la calidad de nuestros servicios no querrán irse.

Medios de Publicidad

Medios Impresos: Se diseñará un pequeño catálogo de servicios que ofrecemos y con la información básica de la empresa, el cual se distribuirán en sectores empresariales de uso frecuente de la población (bancos, universidades, hoteles e instituciones del estado, etc.)

También se hará uso de volantes, los cuales obtendrán la información básica de nuestra empresa y los productos que ofertamos.

Internet: Se contará con un blog en el cual se presentará un catálogo digital de nuestros servicios. También se hará uso de las redes sociales tales como Facebook, Twitter en los cuales además de nuestro catálogo de servicios se dará a conocer nuestras promociones especiales.

Promoción de ventas: La mejor forma de mercadear un producto es de forma directa, mostrando el producto, aclarando así dudas, opciones, alternativas y posibles soluciones a posibles problemas.

Cada miembro del equipo, desde el gerente hasta el ayudante, estará capacitado para actuar frente a un posible cliente, respondiendo a las dudas que se le plantee.

Contemplamos la posibilidad de hacer exposiciones en algunas instituciones públicas y privadas que muestren interés en financiar la adquisición de nuestros servicios para adquirir nuestro servicio de publicidad.

Garantía

Todos los servicios que nosotros como “MALUA Editorial y Diseño” consiente de la importancia que tiene la inversión que usted va a realizar para cumplir sus objetivos, maneja las siguientes herramientas que según el trabajo se aplican:

- BRIEF: Herramienta utilizada para conocer mejor la empresa, producto y/o servicio. Teniendo en cuenta siempre, que la agencia presenta un contra Briefing, basado en el análisis de la información dada por usted, el cual permite estar más seguro y que la información es veraz.

- FORMATO DE SOLICITUD DE REALIZACIÓN DE PROPUESTA: Este documento permite tener en claro el trabajo solicitado por usted evitando así malos entendidos. Cuando no se es posible llenar este formato, siempre se solicita que el cliente nos pase por escrito y bien especificado lo que desea que le presentemos.

- ASESORIA PERSONALIZADA: Este servicio garantiza que tanto usted como cliente, como nosotros como agencia estemos de acuerdo en las acciones que se van a realizar y las expectativas reales de éstas.

- CONTRATO PARA REALIZACIÓN DE DISEÑOS – ESTRATEGIAS, WEB Y/O CAMPAÑA: Este documento deja en claro:

o Trabajos a realizar.

o Plazos de entrega.

o Forma de pago.

· CLAUSULA DE PROTECCIÓN DE DERECHOS DE AUTOR: Está dirigida a que podamos presentar las propuestas sin ningún inconveniente ya que prohíbe la utilización total o parcial de lo que la agencia le presente.

· CLAUSULA DE PRIVACIDAD: Está dirigida a proteger y respetar toda la información que usted nos entregue y no utilizar ésta para nuestro propio beneficio o para el beneficio de terceros.

· CLAUSULA DE SATISFACCIÓN: En ésta se expresa que el trabajo se considera terminado cuando se cumple con lo pautado y por tanto con las expectativas que se tenían sobre lo que se realizó.

· SEGUIMIENTO Y CONTROL: Estilo y Diseño consulta cada paso que da con usted para que con su aprobación se vaya avanzando en la labor contratada, además, después de la entrega de nuestro trabajo durante un tiempo prudente se le hace monitoreo.

Ventas Corto, Medio y Largo plazo

Productos o servicios	Clientes	Volúmenes de ventas U\$ anuales	Cantidad de productos a vender anuales	Porcentajes de clientes
CORTO PLAZO				
Revista	144	\$ 297,330.00	60,000	33%
MEDIANO PLAZO				

Revista	432	\$ 891,990.00	120,000	67%
LARGO PLAZO				
Revista	720	\$ 2675,970.00	240,000	100%

Capítulo III La Producción

La **producción** dentro de “Malua Editorial y Diseño” la hemos creado como una actividad económica que aporta valor agregado por creación y suministro de bienes y servicios, es decir, en la creación de nuestros productos o servicios y al mismo tiempo la creación de valor, más específicamente la capacidad de un factor productivo para crear determinados bienes en un periodo de tiempo determinado.

Hemos definido objetivos que puedan ser cumplidos en determinado tiempo, primeramente conseguir un lugar estable donde se pueda producir, que se presten los servicios adquiridos, se entreguen o envíen los productos, tanto en las fechas acordadas para el cliente como la entrega de los productos en los plazos acordados. Los recursos materiales y humanos que se requieren, cuántos recursos son necesarios, conseguir que estos productos o servicios se fabriquen o presten dentro de los costos previstos.

Producto

Aquí en este apartado describiremos el producto que venderemos al público o el servicio que proporcionaremos a otras empresas o público en general, daremos los costos de producción fijos y variables dificultades que se darán al momento de la producción.

Nuestra empresa estará enfocada en dos puntos:

1.- Producto (una revista), este producto será distribuido gratuitamente gracias a los clientes que se dan a conocer en los diferentes espacios que les mostraremos a continuación:

Estos costos son fijos, duran cada 15 días de acuerdo al tiempo establecido por lanzamiento

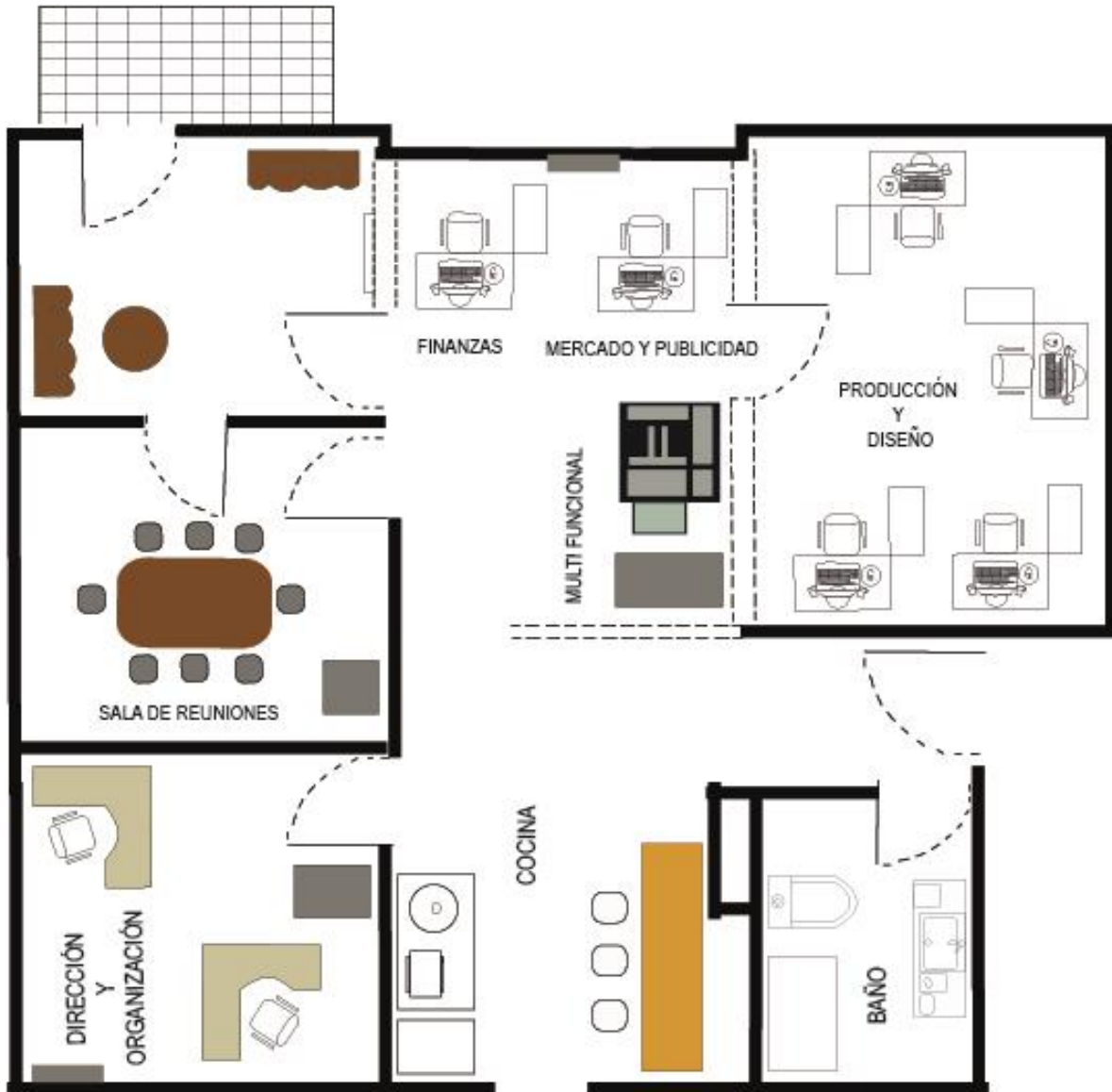
2.- Servicios (Diseño Gráfico)

Tamaño de espacios de revista	Precio \$
BISAGRA	700.00
1 PAGINA	300.00
8.5x8" PÁGINA	150.00
1/2 PAGINA	75.00
4.25x5.5" PÁGINA	35.00
8.5X2.7" PÁGINA	125.00
4.25X2.7" PÁGINAS	100.00
4.25X1.3" PÁGINAS	20.00
	1,505.00

Además de la elaboración de la revista estaremos ofreciendo servicios de Branding corporativo, Brochures, Catálogos, Afiche, Volantes, Papelería, Folletos, elaboración de libros, etc. A continuación les mostraremos los servicios que ofrecemos y los precios varían según la complejidad. Estos precios solamente incluyen diagramación.

SOLUCION	TRABAJO	TAMAÑO	COSTO	NO SE CONTEMPLA
Diagramación Compleja	-Tarjeta -Volante (1 cara) -Invitación	½ carta o menos	\$ 30	
	-Díptico -Tríptico	Carta u oficio	\$ 35	
	-Folleto (chico)	½ oficio máximo 6 pág.	\$50	
	-Folleto (T.carta)	Por página	\$50	
	-Menú	Carta	\$70	*Plastificado *Laminado
	-Portada de libro	Indefinido	\$70	
	-Libro (armado de)	100 páginas	\$300	
	-Cartel (Afiche)	11x17"	\$70	
	-Calendario	Indefinido	\$60	
	-Catálogo	Carta	S \$50	
	-Marca Comercial (Logotipo del producto)	indefinido	S \$60 M \$80 C \$ 100	*Manual
	-CD -DVD	Caja y disco	S \$20	*Folleto (ver costo de folleto chico)
	Logotipo	papelería y otros	S \$60	
	-Sitio web	Máximo 8 páginas	S \$80	-Alojamiento web -Programación

Diseño del local



Costos Fijos y Variables.

Costos variables

Consumo de materias primas o productos: Este costo está formado por el consumo de materias primas o productos necesario para la producción. No se debe confundir con el costo de las compras realizadas en un determinado periodo, de hecho se calcula restando las existencias finales a la suma

de las existencias iniciales y las compras realizadas en el periodo.

Mano de obra directa: Incluye los costos de los salarios brutos y de la Seguridad Social a cargo de la empresa de las personas que intervienen en el proceso productivo o prestación del servicio.

Otros gastos generales: Se incluyen como gastos generales los específicos del área de marketing y los generados por amortización, consumos energéticos, mantenimiento y reparaciones de la maquinaria.

Costos fijos

- Arrendamientos: Alquiler de local y gastos de leasing de algunos elementos del inmovilizado.
- Comunicación: Costo de las acciones previstas de comunicación.
- Transportes: Se tiene en cuenta en el caso de empresas que tengan entre sus políticas la de distribución del producto a la clientela.
- Servicios de profesionales independientes: Normalmente se recogen aquí los gastos de gestoría o asesorías externas.
- Material de oficina: Gastos en consumibles de oficina.
- Reparaciones y mantenimiento: Del local e instalaciones.
- Mano de obra indirecta: Se recogen en este apartado los costos salariales de las personas que no intervienen el proceso productivo, incluida la Seguridad Social a cargo de la empresa.
- Suministros: Gastos de luz, agua, teléfono, gas, etc.

En la empresa fabricación o servicios, las amortizaciones de la maquinaria y de las herramientas y útiles se recogen dentro de los costos variables. También se recogen aquí las amortizaciones de los gastos de establecimiento, cuyo plazo máximo es de cinco años.

- Gastos financieros: Recoge los intereses de la financiación externa, incluidos los gastos de negociación o apertura que puedan existir.
- Impuesto: Dependiendo del tipo de fiscalidad al que esté sometida la empresa se recogerá el Impuesto de Sociedades (para las sociedades de carácter mercantil) o el Impuesto de la Renta.

Otros gastos: Otros gastos necesarios para la actividad que no se puedan encuadrar en los puntos anteriores.

Especificaciones del producto

En este apartado describiremos el producto y servicios de forma detallada.

Producto

Revista Universitaria.

Este producto será lanzado cada 15 días, es una revista de tamaño ½ carta, donde se seleccionará un sin número de temas relacionados con la comunidad universitaria, temas de interés que serán seleccionados por los editores. Tendrán sesenta (30) páginas a full color e impresa en papel ecológico, consta de varias secciones amenas, con temas de interés para el público juvenil de nuestra ciudad. También constará de secciones publicitarias dónde las empresas ya sean grandes o pequeñas tendrán espacio para publicarse.

Servicios

Revistas-libros	Este servicio estará disponible para todo cliente, estaremos ofreciendo servicios de diseño de revistas, libros, portada de libros y folletos hasta tamaño carta, con el papel deseado por el cliente, color, diseño, número de página, etc. Con precios variables dependiendo del producto deseado por el cliente.
Unidad gráfica	Este servicio de unidad gráfica ofrecerá elaboración de logotipo de la marca, papelería, menús, afiche, calendarios, portadas de CD y DVD, tarjeta, volante, invitación. Siempre los costos y tamaños variando en el proceso por petición del cliente. Tendremos la capacidad de imprimir al menos 100 ejemplares de los productos impresos.
Diagramación web	Dentro de este servicio de diagramación web ofreceremos la elaboración como mínimo 8 enlaces. Para la identidad de las empresas en el mundo del internet, con diseños originales, menús interactivos, banners, enlaces a las redes, los precios varían según la complejidad de la página.

Descripción del proceso de Producción

Revista Universitaria.

Tema: Para la elaboración de este producto seleccionaremos primeramente un tema. Este será escogido por los editores de la revista en conjunto con diseñadores, se recopilará la información; ya sean entrevistas o informativas.

Selección de imágenes, toma de fotografías e ilustraciones de la revista serán tomadas, editadas y dibujadas por los mismos diseñadores. Publicidad: Se recopilará la información de la publicidad de las empresas, para así comenzar con la diagramación.

El tiempo: La elaboración de la revista tendrá un lapso de tiempo de elaboración de 1 semana, siendo seleccionada y elaborada 1 semana antes de cada publicación.

Ordenador y Software: Tendremos la selección de un ordenador capaz de correr el software de forma rápida y segura, saber cuáles utilizar, ya sea el paquete de Creative Cloud InDesign, Photoshop, Ilustrador, todo el software necesarios para la elaboración de la revista.

Luego de la diagramación se llevará a imprimir a una imprenta y al final guardar en su respectivo empaque para una distribución masiva en los puntos ya seleccionados anteriormente.

Servicios de Unidad gráfica. Dentro de los servicios de unidad gráfica los pasos que usaremos son:

El cliente: Primeramente los clientes tendrán la facilidad de observar los servicios en línea para conocer nuestros precios, si no, también tendrán la facilidad de llegar a nuestras instalaciones. El cliente tendrá la mejor atención disponible para que sus necesidades puedan ser satisfechas de la mejor manera.

Tiempo y pago: El período de tiempo para la elaboración será la más rápida y eficaz posible, también tendremos la opción de realzarlo en el tiempo que el cliente lo desee. El pago será realizado 50% durante la elaboración y 50% al concluirlo.

Pedido: Supongamos que el cliente quiere elaborar 1,000 volantes para un evento, este deberá entregar la información ya sea el logotipo de la empresa y los datos.

Diseño: Para la elaboración del volante tendremos personal profesional capacitado para el arte que se necesita; cumplir con los pasos para la elaboración completa. Este será supervisado por el jefe de área para revisar que no haya errores antes de la impresión. El diseño será mostrado antes al cliente para su aprobación.

Impresión: El documento será impreso con nuestra propia impresora, antes siendo aprobada y revisada.

Entrega: Los paquetes serán entregados siempre y cuando el cliente haya cancelado. El paquete llevará publicidad de la empresa para promoción y que el cliente pueda recomendarnos para futuros clientes.

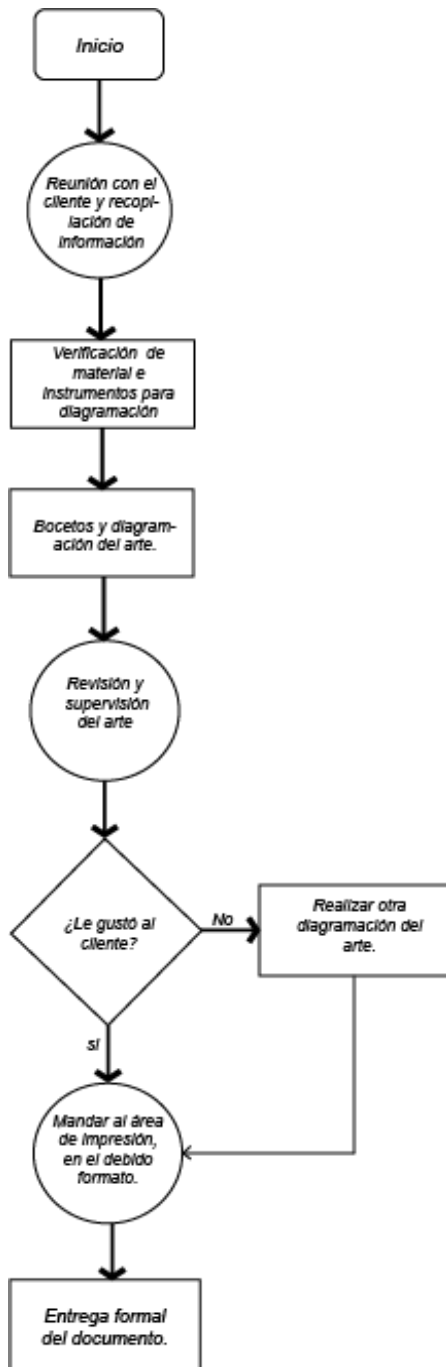


Diagrama de flujo del proceso

Servicio de Diseño

Características de la Tecnología o equipos

Para destacarse en los negocios de hoy en día, se necesita un rendimiento confiable y funciones auxiliares que agilicen los procesos y aumenten la productividad.

“Malua Editorial y Diseño” ofrecerá soluciones que obtendrán resultados. A tiempo y sin complicaciones.

Puede tener la confianza de que, esté donde esté, sus trabajos o documentos se imprimirán, escanearán o enviarán electrónicamente a la ubicación correcta.

“Malua Editorial y Diseño” le proporciona una solución completa que es escalable. Esto le da el tiempo necesario para que se concentre en lo importante: su negocio.

Pueden presentarse oportunidades cuando menos la espera. Debe tener la tecnología y las soluciones necesarias a la mano para reaccionar rápidamente.

La Xerox® WorkCentre™ 7970 mejorara la productividad de nuestra empresa con velocidades rápidas de copiado e impresión de hasta 70 ppm en blanco y negro y en color. Por eso, es el dispositivo perfecto para grupos grandes y muchos entornos en los que se usa una gran cantidad de documentos. Además, la pantalla a color brillante de 9 pulgadas proporciona la personalización de los flujos de trabajo existentes.



Resultados de alta resolución. El texto nítido y las imágenes a color de calidad fotográfica de 1200 x 2400 dpi otorgan claridad e impacto a sus documentos.

Equipos e Instalaciones

N°	Descripción de equipos de computo	CANT.	Precio Unitario	COSTO TOTAL
1	WorkCentre™ 7970 Impresora multifuncional a color.	1	98,000.00	C\$ 98,000.00
2	Laptop marca DELL con procesador Intel® Core™ i7-3612QM CPU @ 2.10GHz memoria instalada (RAM) 6.00 GB... Tipo de sistema operativo de 64 bits.	2	34,284.00	C\$ 68,568.00
3	Computador Intel Celeron 430/1.8GHZ Tarjeta madre ASROCK/ GBDDR2/DVD RW 320 Disco Duro /mouse, Teclado vida útil 7 años	6	7,500.00	C\$ 45,000.00
4	Estabilizador: 110/ 280 W 6 entrada UPS 500VA/ 300/Watts. 8 horas	9	782.00	C\$ 7,038.00
5	Aires Split marca FOGEL de 18,000 BTU	2	14,250.00	C\$ 28,500.00
6	Pack de 8 teléfonos	8	7,350.00	C\$ 58,800.00
7	Adobe Cs6 suit	1	5,000.00	C\$ 5,000.00
	TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO			C\$ 310,906.00

Manejo de inventarios

“Malua Editorial y Diseño”, pretende que sus inventarios representen una base fundamental en la toma de decisiones dentro de nuestra empresa, estos permiten el buen desenvolvimiento de la misma. Es necesario que **“Malua Editorial y Diseño”**, realice sus procedimientos en función de garantizar que sus inventarios están libres de posibles hurtos, maniobras fraudulentas o mal manejo en su utilización.

Los inventarios representan una cuenta de activo corriente y los podemos definir “Como todos los recursos tangibles representados por la existencia de mercaderías, materias primas, productos en proceso, productos terminados y otros, los cuales son destinados a la comercialización.

Administrar los inventarios es parte de la gestión que debe llevar **“Malua Editorial y Diseño”**, esto obedece primordialmente a los siguientes factores.

- A) Darle una atención personalizada al cliente evitándole inconvenientes y demoras en su atención.
- B) Desarrollar la producción de manera normal; no importando que la demanda manifieste fluctuaciones.

COMO CONTROLAR LOS INVENTARIOS.

“Malua Editorial y Diseño”, establecerá una estrategia de control y verificación periódica de sus stocks de inventario, para eso debe de implementar la documentación necesaria de todas las operaciones relacionadas con los mismos. Los más utilizados son los siguientes.

Orden de Compra:

La orden de compra es un documento que da la compañía a la que se le compra mercadería, materia prima o bien insumos. Este formato especifica las mercaderías, materia prima o insumos que solicitamos, su precio unitario y el total de la compra.

No cuenta con requisitos fiscales y sirve para amparar los productos o materia prima que solicitamos, así como la fecha en que el proveedor deberá enviar la mercancía o la materia prima.

Proveedores

Como la empresa no cuenta con un equipo de impresión para cantidades tan grandes, se seleccionó a Bolonia Printing como nuestro proveedor en cuanto a la impresión de la misma.

Revista de 48 páginas (12 hojas), incluye portada y contra portada impresa en satinado brillante de 90 gramos.

Full color 2 caras tamaño carta, engrapadas a caballito.

La forma de pago es el 60% a la hora de hacer el pedido y el 40% contra entrega.

Viene en un empaque de 100 unidades.

El precio para la impresión de 5000, revistas es de C\$53,475 ya con IVA. Con un costo unitario de C\$13.36 por revista.

La validez de la oferta es de veinte días a partir de la fecha de entrega.

Plazo de entrega es de 5 días, desde la fecha que se da el adelanto.

No ofrecen garantía.

Capacidad de producción máxima

En cuanto a capacidad de producción **“Malua Editorial y Diseño”**. La revista que estará publicando, la capacidad de ejemplares dependerá de cuantos anunciantes se quieran publicar con nosotros, entre más demanda tengamos mayor será su reproducción, pero creemos que por capacidad de distribución el límite es de 30,000 ejemplares. En cuanto a cantidad de páginas el máximo será de 80 páginas, por el grosor de la revista y la capacidad del engrapado.

En los servicios de impresión el máximo de impresiones de distintos formatos es de 20,000 unidades, por la capacidad de la máquina.

Control de calidad

La revista

1. Se Diseña el arte para el numero de revista correspondiente.
2. Se piensan en los contenidos a publicar en la revista y se busca la información.
3. Se revisa por el área correspondiente y se aprueba.
4. Recepción del arte de los clientes.
5. Se vuelve a diagramar la revista con los diferentes artes de los clientes.
6. Se imprime una muestra, se revisa por el área correspondiente, y se aprueba.
7. Se manda a imprimir el total de ejemplares.

Servicios de diseño e impresión

1. Recepción Del trabajo al cliente de manera personal o vía correo electrónico.
2. Se recopila toda la información correspondiente.
3. Se trabajan los bocetos y luego la diagramación del arte.
4. Revisión y supervisión por el área correspondiente.
5. Se aprueba o se manda a modificar.
6. Una vez terminado se envía al cliente en digital e impreso.
7. Si el cliente sugieren cambios se hacen y se reenvía.
8. Cuando el cliente da su aprobado con firma del mismo, se manda a imprimir una muestra en el formato correspondiente.
9. El área correspondiente de control de calidad lo supervisa, lo aprueba y se manda a tirar todo el número de impresiones del trabajo encargado.

Capítulo IV La Organización

La organización la hemos definido como el conjunto de cargos y reglas dentro de nuestra jerarquía institucional, los elementos que dividen la organización son división de trabajo y coordinación. Con el fin de sujetarse a las funciones de cada miembro, valerse en el medio que permite a la empresa alcanzar las metas predeterminadas, hemos creado los siguientes objetivos.

Objetivos del área de Organización

Coordinar y dividir las áreas de trabajo, funciones específicas de cada empleado.

Garantizar que la empresa funcione y se encuentre al margen de todo.

Asegurar el espacio. Climatizar, comprar y equipar. Asegurar el funcionamiento de cada uno de estos.

Asegurar al personal para las áreas funcionales, incluyendo su misma área.

Garantizar materia prima (insumos) que demanda el área de producción.

Administrar eficientemente todos los bienes y recursos en cuanto a la empresa.

Elaborar y someter elaboración del manual de cargos, someterlo a la aprobación de gerencia.

Elaborar el reglamento interno o manual de función.

Elaborar el sistema del control del inventario y administrar eficientemente su revisión.

Estructura Organizacional



Hemos escogido el organigrama de pastel porque consideramos que será el más eficiente en la elaboración de nuestra empresa; no hay un área que no pueda funcionar sin la otra, todos de alguna manera son indispensables. Por medio de este organigrama queremos fomentar el trabajo en equipo, que todos puedan trabajar en coordinación, compañerismo unos con otros, si miran una debilidad en un área que pueda ser fortalecida; siempre supervisada por la dirección general que va a estar a cargo de todas, velando por la seguridad, unidad,

colaboración, etc. Un sinnúmero de valores que son indispensables para el crecimiento de una empresa.

Funciones Específicas del puesto

Para una efectiva labor en “MALUA editorial y diseño” hemos especificado las áreas de trabajo.

Dirección Gerencial: Es el encargado de la planificación, metas de la organización, especificar los cursos de acción que seguirán para conseguirlos, debe concretar planes, programas y presupuesto.

Organiza y diseña las funciones, tareas estableciendo relaciones permanentes entre entidades para configurar una estructura de autoridad jerarquizada y establecer el grado de centralización o descentralización en la toma de decisiones.

Dirige todos los esfuerzos de los empleados de la organización, inclusive los directivos, hacia la obtención de las finalidades organizativas. Se ocupa también de la selección del personal que desempeñará los cargos, su integración de trabajo, capacitación y motivación. Todo lo relacionado con la gestión de los llamados recursos humanos.

Controla que todo se haga según las previsiones, asegurando la obtención de los objetivos de la organización mediante la comparación de resultados reales con los resultados esperados, esta función está vinculada con la de planificación.

Está encarado de analizar los problemas constantemente en la organización; constantemente se están produciendo problemas, incidentes y dificultades; los detecta, analiza, busca causas, establece su importancia y prioridad para buscar la solución complementaria.

Toma de decisiones frente a las oportunidades o problemas que plantea el entorno y las lleva a cabo.

Comunica e informa sobre los diferentes directivos para analizar problemas y tomar decisiones sobre base de consenso y de encuadre disciplinario a los fines de su puesta en práctica.

Área Organización: Determina claramente las actividades que se van a realizar; esto es, que vamos a hacer.

Efectuar la división de esta actividad.

Ordenar las divisiones y señalar las personas que se responsabilizarán de cada una de ellas.

Establecer los medios materiales y humanos que requiera cada división, fijando el papel de cada uno de ellos.

Implantar un sistema de comunicación que permita que las distintas partes de la organización tengan la información necesaria para tomar las decisiones de su competencia.

Fijar un sistema de control. Las organizaciones interactúan siempre en un entorno muy cambiante al que han de adaptarse constantemente; por ello, la función organizativa no finaliza nunca. En esta fase se comprueba que la organización funciona como se había previsto, introduciéndose los ajustes necesarios para su mejora.

Área de producción y Diseño creativo:

Producción: Procesos Las decisiones específicas incluyen elección de tecnología, distribución de las instalaciones, análisis del flujo de proceso, ubicación de las instalaciones, equilibrio de las líneas, control de procesos y análisis de transporte.

Determina los niveles óptimos de producción de la organización, ni demasiado ni muy poco, Las decisiones específicas incluyen pronóstico, planificación de instalaciones, planificación acumulada, programación, planificación de capacidad y análisis de corridas.

Inventarios, administración de nivel de materia prima, trabajo en procesos y productos terminados, incluyen cuando, cuanto ordenar y manejo de materiales.

Fuerza de trabajo o administración de los empleados, especializados o semi-especializados, oficinistas y administrativos. Las decisiones de diseño de puestos,

medición del trabajo, enriquecimiento de los trabajos, normas laborales y técnicas de motivación.

Diseño creativo:

Asegurar que el trabajo del equipo sea de calidad. El director creativo también decide que los proyectos donde trabajará el equipo y asignará el tiempo necesario para resolverlo. Con frecuencia se reúne con el **cliente** para monitorear el servicio que requiere.

Redactores: Editar documentos es una de las tareas más importantes para un editor. Son responsables de la claridad y la precisión de los contenidos que se publican o difunden. Comprueban la copia de los periodistas, autores y escritores para asegurarse de que es objetivamente exacta y transmite su significado con claridad. Si tienen preguntas sobre la copia, los editores verifican las referencias o discuten los problemas con los contribuyentes. También revisan la gramática, la ortografía y la puntuación.

Diseñadores: Los diseñadores gráficos se encargarán de ayudar a los redactores con materiales para la edición. También ayudará en trabajos que requieren un diseño puro, sin la necesidad de un equipo de **conceptualización**. Los diseñadores pueden tomar ideas para el siguiente nivel y dar a la obra terminada.

En conclusión el área de producción y diseño creativo irán en conjunto en cuanto a todo lo que se requiera para la elaboración de la revista, además de la elaboración de diseños a petición de los clientes que requieran de los servicios.

Área de Mercado y Publicidad:

Posicionamiento

El área de mercado y publicidad se encargará de la marca, ya que será nueva y necesita que el público la conozca. Realizará diversas estrategias de marketing apuntando a eso. No sólo se busca que la gente conozca el producto, sino

posicionarlo de manera que ocupe un lugar en el mercado de ahora en más.

Publicidad

Para lograr esto, la empresa necesita publicidad. Es por ello que el departamento trabaja en ello para lograr el posicionamiento.

Ventas

Este es el principal objetivo del departamento: **aumentar las ventas**. Esto se logra dándole satisfacción al cliente. El departamento de marketing trabaja cubriendo las necesidades del cliente para lograr un aumento en las ventas.

Área de finanzas:

La función de financiamiento por parte de finanzas consiste en:

Buscar fuentes de financiamiento para la empresa, fuentes tales como préstamos, créditos, emisión de títulos valores, de acciones, etc.

Evaluar dichas fuentes de financiamiento, por ejemplo, en el caso de adquirir un préstamo o un crédito, evaluar cuál nos brinda mejores facilidades de pago, cuál tiene un menor costo (menor tasa de interés). Y, a la vez, evaluar nuestra capacidad para hacer frente a la adquisición de la deuda.

Seleccionar la más conveniente para nuestro negocio.

La búsqueda de financiamiento se da cuando:

Existe una falta de liquidez para hacer frente a las operaciones diarias del negocio.

Queremos hacer crecer el negocio, por ejemplo, queremos adquirir nueva maquinaria, lanzar un nuevo producto, ampliar el local, etc., y no contamos con capital propio suficiente para hacer frente a la inversión.

Contabilidad: Registro inmediato de todos los ingresos generados por la empresa en los diferentes fondos (Fondo General), Fondo de la revista, Fondo de servicios, Fondo de Inversiones y Fondo de Nómina) y los cuales deben ser clasificados, registrados y presentados oportunamente a los niveles de decisión pertinentes. Además de contar con los documentos sustentadores, esto incluye también las extensiones a nivel nacional.

Registro inmediato de todas las órdenes de Compra generadas por la editorial para su correspondiente pago;

Registro inmediato de todas las Cuentas presentadas por los proveedores para su correspondiente pago.

Registro inmediato de todas las Órdenes de Pago Directos generadas para su correspondiente pago,

Registro inmediato de todos los Cheques de los diferentes fondos bancarios los cuales deben ser clasificados, registrados, además de contar con los documentos sustentadores.

Registro de todas las recepciones y despachos generadas por el almacén con la finalidad de llevar un control del inventario de mercancía con el cual cuenta la editorial.

Registro de todas las transacciones relacionadas a las Cuentas por Cobrar de los clientes a nivel nacional;

Registro y control de todos los Activos Fijos adquiridos por la editorial.

Registro y seguimiento de todos los pagos.

Registro de la planilla de nómina (balance).

Registro de todos los comprobantes en el Programa de Contabilidad.

Preparación mensual del Flujo de Caja Real.

Preparación trimestral de los Informes Financieros de la editorial, tal como es exigido por la Contraloría General y el Ministerio de Economía y Finanzas.

Cualquier otra función que se asigne al departamento.

Administración de Sueldo y Salario

La administración en conjunto con recursos humanos se encargaran de establecer los salarios para cada categoría de trabajadores, para ello debe tener en cuenta el mercado de trabajo, el grado de cualificación y la experiencia de cada trabajador, los convenios colectivos, los costos, etc... Así mismo debe establecer una previsión anual del incremento salarial en términos porcentuales y los regímenes de Seguridad Social para cada categoría de trabajador.

Cargo Administrativo	Cantidad De personas	Salario Básico	Salario bruto FC	INSS Patronal 18.25%	VACACIONES	TRECIAVO MES	INDEMNIZACION X AÑOS DE S.	2% INATEC	Total
Dirección General	1	C\$15,000	C\$15,000	C\$2,737	C\$500	C\$15,000	C\$15,000	C\$300	C\$33,237
Gerente Organización	1	C\$13,000	C\$13,000	C\$2,372	C\$433	C\$13,000	C\$13,000	C\$260	C\$29,065
Director de Producción	1	C\$13,000	C\$13,000	C\$2,372	C\$433	C\$13,000	C\$13,000	C\$260	C\$29,065
Diseñador 1	1	C\$12,000	C\$12,000	C\$2,190	C\$400	C\$12,000	C\$12,000	C\$240	C\$38,830
Diseñador 2	1	C\$12,000	C\$12,000	C\$2,190	C\$400	C\$12,000	C\$12,000	C\$240	C\$38,830
Redactor	1	C\$12,000	C\$12,000	C\$2,190	C\$400	C\$12,000	C\$12,000	C\$240	C\$38,830
Director de finanzas	1	C\$13,000	C\$13,000	C\$2,372	C\$433	C\$13,000	C\$13,000	C\$260	C\$29,065
Director de Mercado y Publicidad	1	C\$12,000	C\$12,000	C\$2,190	C\$400	C\$12,000	C\$12,000	C\$240	C\$38,830
Total	8	C\$102,000	C\$102,000	C\$18,613	3,399	C\$102,000	C\$48,000	C\$1,740	C\$275,752

Costos administrativos

Tener un correcto control sobre los gastos administrativos en un establecimiento como “Malua Editorial y Diseño” es un

aspecto clave para asegurar tanto su correcta gestión como la rentabilidad del mismo.

N°	Descripción de producto	CANT.	Precio Unitario	COSTO TOTAL
01	Papelería	43	C\$ 85.26	C\$ 3,666.18
02	Tinta/ cyan, magenta, amarillo, negro	16	C\$ 1,816.25	C\$ 29,060.00
03	Cajas de Grapas	6	C\$ 50.00	C\$ 300.00
04	Resmas de papel satinado 200 tabloide	7	C\$ 345.30	C\$ 2,417.1
	Total material			C\$ 35,443.28

Recursos Humanos

Recursos Humanos estará encargado de analizar y determinar todos los elementos relacionados con la política de personal: la definición de capacidades, la organización funcional, la dimensión y estructura de la plantilla, la selección, contratación y formación del personal, y todos aquellos aspectos relacionados con la dimensión humana de la empresa desde la detección de conflictos hasta el desarrollo de estrategias de solución.

Recursos humanos en “Malua editorial y diseño” tiene como objetivos los siguientes puntos:

Determinar la organización funcional de la empresa: sus áreas, relaciones, jerarquía y dependencia.

Organizar las tareas que realizará cada empleado tanto cuantitativa (cuántas tareas) como cualitativamente (qué tareas). En función de este resultado podremos definir el número de horas de trabajo necesarias para desarrollar dichas tareas, establecer el número de empleados necesarios para el régimen disciplinario establecido, será administrado por la Gerencia General de MALUA y el Departamento Administrativo.

El Gerente General y los Encargados Departamentales vigilarán y observarán el mismo, así como la aplicación de las sanciones establecidas.

La rescisión del contrato de trabajo de un empleado de la empresa, será solicitada por el Encargado del área a la Gerencia de "MALUA", anexando un informe detallado de los motivos para su posterior sometimiento a la aprobación del Consejo de Administración correspondiente.

Recursos Humanos

Recursos Humanos estará encargado de analizar y determinar todos los elementos relacionados con la política de personal: la definición de capacidades, la organización funcional, la dimensión y estructura de la plantilla, la selección, contratación y formación del personal, y todos aquellos aspectos relacionados con la dimensión humana de la empresa desde la detección de conflictos hasta el desarrollo de estrategias de solución.

Recursos humanos en "Malua editorial y diseño" tiene como objetivos los siguientes puntos:

Determinar la organización funcional de la empresa: sus áreas, relaciones, jerarquía y dependencia.

Organizar las tareas que realizará cada empleado tanto cuantitativa (cuántas tareas) como cualitativamente (qué tareas). En función de este resultado podremos definir el número de horas de trabajo necesarias para desarrollar dichas tareas, establecer el número de empleados necesarios para el régimen disciplinario establecido, será administrado por la Gerencia General de MALUA y el Departamento Administrativo.

El Gerente General y los Encargados Departamentales vigilarán y observarán el mismo, así como la aplicación de las sanciones establecidas.

La rescisión del contrato de trabajo de un empleado de la empresa, será solicitada por el Encargado del área a la Gerencia de "MALUA", anexando un informe detallado de los motivos para su posterior sometimiento a la aprobación del Consejo de Administración correspondiente.

Evaluación Social y Ambiental

Desde el punto de vista ambiental, las industrias gráficas, de forma individual, no suponen un impacto significativo debido a su tamaño relativamente pequeño, pero de forma conjunta el sector de las artes gráficas ejercerá una presión significativa en el medio ambiente si no se afronta este tema de una forma conveniente y sin demora.

El sector de las artes gráficas está caracterizado por la existencia de un número importante de pequeñas empresas que aplican métodos tradicionales junto a un grupo de empresas mayores que están mejorando continuamente su equipamiento y sus procesos de producción.

Dado que las empresas del sector gráfico sirven a mercados locales, en general éstas están ubicadas en áreas adyacentes a las zonas pobladas y comerciales o en parques industriales, aunque las operaciones menores pueden localizarse algunas veces en zonas residenciales.

Impresión offset

La impresión offset se caracteriza porque la imagen se transmite desde la plancha de impresión hasta al papel mediante un elemento de caucho denominado mantilla, es decir la impresión se efectúa de forma indirecta.

La forma de impresión es plana, por tanto no existen diferencias apreciables de nivel, hecho que provoca que la diferenciación de las zonas de impresión de las de no-impresión venga determinada por las propiedades fisicoquímicas de la plancha de impresión. Puede determinarse la zona de impresión por su naturaleza lipófila y, por tanto, por la afinidad con las sustancias grasas como la tinta, y la zona de no-impresión, de naturaleza hidrófila, por su afinidad con las sustancias acuosas.

Selección y Contratación de Personal

La captación del personal se hará por medio de anuncios en el periódico, pagina web y redes sociales de la empresa.

Los requisitos que tiene que presentar son:

Currículo vitae con la descripción de formación académica, datos personales, respaldo de diplomas original y fotocopia, record de policía y cedula de identificación. De ser posible

se tomara muy en cuenta cartas de recomendación de lugares de trabajos anteriores.

Además es necesario que adjunten 3 referencias personales que sirvan de apoyo para colaborar información sobre la persona que opte por el puesto.

El periodo de prueba constara de 30 días hábiles, durante los cuales será supervisado por el encargado del área al que se esté postulando.

Medios de selección:

El postulante una vez recibido el llamado, deberá presentarse en la oficina y deberá realizar una prueba escrita, que estará redactada con preguntas básicas sobre el cargo que desea desempeñar, aspiración salarial, etc. Al terminar de rellenar los datos, pasara a la entrevista que Suele ser un instrumento muy valioso para seleccionar personal, completa y aclara los datos de la hoja de solicitud y permite obtener más vivamente informes sobre motivación del solicitante.

PUNTOS DEL PROCESO DE SELECCIÓN

1.- Recepción preliminar de solicitudes: En el momento de la petición de una solicitud de empleo comienza el proceso inicial de selección.

2.- Pruebas de idoneidad: Son instrumentos para evaluar la compatibilidad entre los candidatos y los requerimientos del puesto.

3.- Entrevista inicial o preliminar: Consta en detectar en forma global y en el menor tiempo posible, los aspectos más ostensibles del candidato y su relación con el requerimiento; por ejemplo apariencia física, facilidad de expresión., con el objeto de destacar aquellos candidatos que de manera manifiesta no reúne los requerimientos del puesto que se pretende cubrir. Igualmente debe informarse de la naturaleza del trabajo, horario, con el fin de que el candidato decida si es de su interés seguir adelante con el proceso.

4.- Entrevista de selección: Constituye la técnica más ampliamente utilizadas, permite la comunicación en dos

sentidos, los entrevistadores obtienen información sobre el solicitante, y el solicitante obtiene sobre la organización.

5.- Verificación de datos de referencia: Este recursos se difiere, ya que en algunos casos quien pueda suministrar la información no sea totalmente objetivo. Sin embargo permanece vigente que las referencias laborales proporcionan información importante sobre el individuo.

6.- Examen médico : Existen poderosas razones para llevar a la empresa a verificar la salud de su futuro personal entre ellas condiciones físicas para desempeñar un cargo en específico que terminen de poner en riesgo su estado físico, prevención de accidentes hasta pasando por el caso de evitar personas que se ausentaran con frecuencia debido a los constantes quebrantos de salud.

7.- Entrevista con el supervisor: Es idóneo que el candidato preseleccionado tenga una entrevista con quien podría ser su supervisor inmediato o el gerente del departamento, esto debido a que podría evaluar con mayor precisión las habilidades y conocimientos técnicos del candidato.

8.- Descripción realista del puesto: A los fines de evitar ciertas reacciones como " ustedes nunca me lo advirtieron", siempre es de gran importancia llevar a cabo una sesión de familiarización con el equipo o los instrumentos que se van a utilizar, de ser, posible en el lugar de trabajo. Estudios realizados han demostrado que la tasa de rotación de personal disminuye cuando se advierte claramente a los futuros empleados sobre las realidades menos atrayentes de su futura labor, sin destacar solo los aspectos positivos de forma universal.

9.- Decisión de contratar: Este paso señala el final del proceso de selección

10.- La decisión final: Con la información obtenida en cada una de las diversas fases del proceso de selección, se procede a evaluar comparativamente los requerimientos del puesto con las características de los candidatos.

Contratación del personal:

Los contratos tendrán una duración de un año, al final del cual se realizará una evaluación de desempeño para una posible renovación del contrato anual.

El desempeño del personal se valorará tomando en cuenta:

1. Cumplimiento con el horario de entrada y salida establecido por el centro de trabajo.
2. Relaciones interpersonales, respeto a los compañeros de trabajo.
3. Valoración de las inasistencias justificadas e injustificadas.
4. Cumplimiento de las normas establecidas de presentación personal.

Capacitación de Personal

Nuestra empresa estaría capacitando constantemente en el área de venta y en el área tecnológica a nuestros colaboradores.

Al corto de plazo de un mes será necesario que a la persona encargada de ventas, que en este caso será socio de la empresa, realice un curso dirigido a las técnicas de ventas, para que el vendedor pueda generar nuevas técnicas de ventas orientadas a gerencia relaciones duraderas y de alto impacto comercial, y a conseguir ventas de alta calidad.

En el caso de los que están en el área de diseño gráfico, será necesario conseguir por lo menos de uno, una certificación de los programas de adobe, para que la empresa sea vista como de mayor calidad en esta área. También que si se desarrollaran nuevos software de diseño, sería necesario que por lo menos cada dos años se actualicen, llevando un curso de diseño gráfico.

Sera necesario también dar un curso de atención al cliente a la persona de la recepción, para que desarrolle habilidades

que potencien sus relaciones con los clientes, para generar un impacto positivo en el servicio de atención al cliente dentro del negocio. Quizás seis meses después de estar laborando. Este curso sería pagado por la empresa, y en el caso que la persona deje de trabajar antes del año, se tendría de cobrar el curso a la persona.

Evaluación de Personal

La forma de evaluar a la empresa será a través de la técnica de escala de puntuación que consiste dar una evaluación subjetiva al desenvolvimiento del empleado en una escala que vaya de bajo a alto, esta se basa únicamente en la opinión de la persona que confiere la evaluación en este caso el gerente general. Ejemplo:

Aparte que la capacitación será constante en ciertas áreas, también se buscará la manera de crear un buen ambiente laboral para un mejor desempeño del personal. Una de las formas sería mantener un ambiente laboral limpio climatizado, poner una fuente de agua fría en el lugar, café en las ocho horas laborables, el pago de horas extras en caso de ser necesario, bono alimenticio en horas extras, incentivo por metas, premio al que obtenga el mejor cliente, recordatorio de cumpleaños con pequeña celebración a los colaboradores, transporte en el caso de ser necesario por horas extras.

Instrucciones para el evaluador: Sírvase indicar en la escala de puntuación su evaluación del desempeño del empleado.

Nombre del empleado: _____

Departamento: _____

Nombre del evaluador: _____

Fecha de la evaluación: _____

	INACEPTABLE 0 - 20 PTS.	POBRE 21 - 40 PTS.	ACEPTABLE 41 - 60 PTS.	BUENO 61 - 80 PTS.	EXCELENTE 81-100 PTS.
CONFIABILIDAD					
INICIATIVA					
RENDIMIENTO					
ASISTENCIA					
ACTITUD					
COOPERACIÓN					
CONOCIMIENTOS DEL PUESTO					
COMPAÑERISMO					
CALIDAD DEL TRABAJO					
TOTALES					

PUNTUACIÓN TOTAL

Políticas de comportamiento

La violación a las reglas disciplinarias establecidas, conllevarán la imposición de las siguientes sanciones, de acuerdo a la gravedad de las faltas cometidas:

Sanciones por incurrir en faltas leves:

VIOLACIÓN SANCIÓN

- Una violación Amonestación verbal en privado.
- Dos violaciones Amonestación escrita, sin copia a su expediente personal.
- Tres violaciones Amonestación escrita, con copia a su expediente, y evaluación del empleado para decidir su permanencia o no en la empresa.

Sanciones por incurrir en causas graves:

VIOLACIÓN SANCIÓN

Una violación Amonestación escrita con copia a su expediente personal. Dependiendo de la magnitud e implicaciones de la falta grave que cometa, el contrato de trabajo puede rescindirse. Dos violaciones Rescisión del contrato de trabajo.

Sanciones en lo que respecta al renglón de las ausencias:

AUSENCIA SANCIÓN

- Una ausencia no notificada Amonestación verbal en privado.
- Dos ausencias no notificadas Amonestación escrita con copia a su expediente personal.
- Tres ausencias injustificadas consecutivas Rescisión del contrato de trabajo.

ADMINISTRACION DEL REGIMEN DISCIPLINARIO

El régimen disciplinario establecido, será administrado por la Gerencia General de la Cooperativa Reservas y el Departamento Administrativo.

El Gerente General y los Encargados Departamentales vigilarán y observarán el mismo, así como la aplicación de las sanciones establecidas.

La rescisión del contrato de trabajo de un empleado de la Cooperativa Reservas, será solicitada por el Encargado del área a la Gerencia de "Malua", anexando un informe detallado de los motivos para su posterior sometimiento a la aprobación del Consejo de Administración correspondiente.

Capítulo V El marco legal

Sociedad Anónima S.A

Nuestra empresa será constituida legalmente ante un notario en sociedad anónima en lo entendido solo se pone en riesgo el capital invertido. Así mismo después de los próximos 6 meses tendremos al menos 6 socios.. **"Malua Editorial y Diseño"**

Nombre comercial: Malua Editorial y Diseño S.A

Nombre legal: "GU edit"

Registro de la personería jurídica

Una vez constituida ante notario público la obtendremos en el registro público mercantil...

Otros lugares de inscripción de la empresa

- 1.- nos presentaremos ante la D.G.I obteniendo el numero ruc y la matrícula correspondiente
- 2.- una vez registrado ante la D.G.I recurrimos ante la alcaldía municipal obteniendo la matrícula
- 3.- Registro del libro (libro diario, mayor, acciones de actas de la junta directiva de la sociedad anónima)

- 4.- Registro de la empresa ante el RUM (Registro único mi pyme) administrado por el mific
- 5.- Registro de marca como empresa.
- 6.- Registro de la empresa ante CETREX
- 7.- Obtención del código de barra...

NOTA: VER ANEXOS

Capítulo VI Las Finanzas

La función financiera de “Malua Editorial y Diseño” tiene como objetivo incrementar el valor del negocio y alrededor de éste, se deben definir sus estrategias, controlar los resultados, dotar de los recursos con oportunidad y generar información financiera y analizarla

Debemos tener en cuenta los siguientes objetivos específicos:

1. El sistema contable que utilizaremos será partida doble, ésta es igual a que no habrá deudor sin acreedor por partidas equivalentes. Obtendremos información financiera básica.
2. Utilizaremos el software (Mónica) porque consideramos que es un sistema amigable, utilizado por empresas pequeñas, donde obtendremos registros, inventarios, flujo de resultados, etc.
3. Elaborar un catálogo de cuentas que estará en línea con el sistema oficial de la república de Nicaragua.

Flujo de efectivo

En MALUA Editorial y Diseño, hemos realizado el flujo de efectivo el cual se trata de un estado que informa sobre la utilización de los activos monetarios representativos de efectivo y otros activos líquidos equivalentes clasificando los movimientos por actividades e indicando la variación neta de dicha magnitud en el ejercicio.

En nuestro flujo de efectivo aumentan las ventas y cobranzas en un 10% teniendo un margen de efectivo para el primer mes de C\$123,402 córdobas y así aumentando de forma mensual en un 10%. Febrero Marzo C\$ 264,957, Abril C\$ 449,681, Mayo C\$ 683,091, Junio C\$ 971,255, Julio C\$ 1320,848 Agosto C\$ 1739,214, Septiembre C\$ 2096,554, Octubre C\$ 2470,691, Noviembre C\$ 2900,021 y Diciembre C\$ 3417,791

Puede ver más detalle acerca de la tabla en anexos.

Balance General

En MALUA Editorial y diseño hemos realizado el balance general de la empresa, ya que este nos muestra en resumen todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo que le deben y de lo que realmente nos pertenece a una fecha determinada.

Al elaborar el balance general obtenemos la información valiosa sobre nuestro negocio, como el estado de las deudas, lo que debe cobrar o la disponibilidad de dinero en el momento o en un futuro próximo.

Como podemos apreciar en la tabla nuestro total de activo total es de C\$841,027 córdobas, este es el total de Activo circulante, Activo fijo y activo diferido. El Pasivo que en total son C\$491,027 córdobas, siendo la suma del capital contable y suma del pasivo C\$841, 027,00 córdobas para el inicio de nuestro negocio. **Ver más detalle sobre la tabla en anexos**

También elaboramos una tabla de amortización para un seguro de equipos contra incendios. Puede apreciar la tabla en anexos.

Estado de resultado

El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas, lo hemos denominado como **un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo** para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de nuestro negocio.

Este estado financiero nos brinda una visión panorámica de cuál ha sido el comportamiento de nuestra empresa, si ha generado utilidades o no. En términos sencillos es un reporte es muy útil para nosotros como empresarios ya que te ayuda a saber si la Editorial está vendiendo, qué cantidad está vendiendo, cómo se están administrando los gastos y al saber esto, podemos saber con certeza si se está generando utilidades. Podemos apreciar con detalles la tabla en anexos.

Dentro del estado de resultados nuestros ingresos en el total de vetas son C\$ 471,534.00, el costo de ventas de C\$ 35,000.00, las ganancias (pérdida bruta) es de C\$ 436,534.00, nuestros gastos son de C\$ 315,666.28 y nuestras ganancia (pérdida neta) es de C\$ 120,867.72.

Depreciaciones

Artículo	Periodo a depreciar	Costo del activo	Depreciación mensual
Impresora multifuncional	60 meses	98,000	1,617
2 laptop	60 meses	68,568	1,131
6 Computadoras INTEL	60 meses	45,000	743
Artículo	Periodo a depreciar	Costo del activo	Depreciación mensual
9 Estabilizadores	36 meses	7,038	194
2 aires Split	60 meses	28,500	470
Pack de 9 Teléfonos	36 meses	58,800	1,472
Adobe suit	24 meses	5,000	188
Muebles	24 meses	120,000	2,500

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio lo hemos realizado con el objetivo de conocer cuánto debemos vender para poder ganar o mantener nuestra empresa a pie.

Tenemos un precio de ventas, un total en productos y servicios de \$223.31 un costo unitario en ventas de \$111.66 con gastos fijos de \$75,682.00, siendo nuestro punto de equilibrio de \$678 en unidades producidas y \$151,371 en ventas netas en total.

Conclusión

Se logró analizar el plan de negocios "MALUA Editorial y Diseño, es un proyecto totalmente viable, una empresa que tiene como producto estrella una revista llamada OE! con el objetivo de difundir publicidad a pequeñas, medianas y grandes empresas; conocimientos académicos y de entretenimiento; Siendo distribuida masivamente en universidades y puntos estratégicos de Managua. Empresa que a su vez ofrece servicios de diseño gráfico innovadores con precios más bajos que la competencia y de alta calidad, siendo estos una herramienta útil que dan la oportunidad a que negocios puedan posicionarse o mantenerse dentro del mercado Nicaragüense.

Anexos

- **ESCRITURA NÚMERO CIENTO SESENTA Y DOS (162), CONSTITUCION DE SOCIEDAD ANONIMA.** En la ciudad de Managua, República de Nicaragua, a las tres y treinta de la tarde del día veintisiete de Junio del año dos mil dieciséis. Ante mí Marlon Iván Maradiaga Arauz, Notario Público y Abogado de la República de Nicaragua, autorizado para cartular por la Excelentísima Corte Suprema de Justicia, durante el quinquenio que vencerá el día diecinueve de Enero del año 2017; comparecen los señores Marlon Iván Maradiaga Arauz, soltero, abogado de este domicilio identificado con cedula de identidad 001-180861-0058Q y el Sr. Alberto José Amador Rivas, soltero, Diseñador gráfico, quien se identifica con cedula de identidad 401-240979-0003J, la Srta. Mayesli Carolina López Castillo, soltera, diseñadora gráfica quien se identifica con cedula de identidad 001-060991-0009E, y el Sr. Luis José Alemán Fabián, casado, diseñador gráfico quien se identifica con cedula de identidad 001-180178-0058C, todos mayores de edad.- Doy fe de conocer personalmente a los comparecientes, y de que a mi juicio tienen la capacidad legal necesaria para obligarse y contratar, y especialmente la capacidad para celebrar este contrato. Todos los comparecientes conjuntamente exponen: que han convenido en celebrar y al efecto celebran el presente contrato para constituir y organizar una sociedad de carácter mercantil, la cual constituyen con sujeción a las bases y estipulaciones contenidas en el Arto. No. 124 C.C., y a las siguientes cláusulas: **PRIMERA: NATURALEZA DE LA SOCIEDAD.-** La naturaleza de la sociedad será Anónima, y funcionará como una Sociedad Mercantil.- **SEGUNDA: DENOMINACION.-** La Sociedad se denominará "**MALUA editorial y diseño, SOCIEDAD ANONIMA**", la que podrá abreviarse, "**MALUA editorial y diseño S.A.**", en lo sucesivo se podrá traducir a otros idiomas, lenguas o dialectos, sin que ello se considere impropriamente denominada la Sociedad.- **TERCERA: DOMICILIO.-**El domicilio legal de la Sociedad será la ciudad de Managua, Capital de la República de Nicaragua, sede de su Oficina Principal; pero podrá abrir sucursales, agencias y otras oficinas dentro o fuera de la República, mediante resolución de la Junta General de Accionistas o de la Junta Directiva y cumpliendo con los demás requisitos que establezcan las leyes correspondientes.- **CUARTA: DURACION.-**La duración de la Sociedad será de noventa y nueve años a partir de la fecha de inscripción de esta Escritura y los Estatutos en el Registro Público Mercantil.- **QUINTA: OBJETO DE LA SOCIEDAD.-**La Sociedad tendrá como objetivo principal, Desarrollar actividades de carácter empresarial con los sectores económicamente con potencial de desarrollo, especialmente los empresarios de la pequeña y mediana empresa artesanal, alimenticia, industrial, manufacturera, agroindustrial, turística, urbanos y rurales, denominados PYMES. Para el logro de este objetivo, la Sociedad podrá, dentro de su estructura interna, crear y poner en funcionamiento Departamentos Especializados tales como: a) Publicidad b) Identidad Corporativa , c) Diagramación. De igual manera, para el logro de dicho objetivo la Sociedad podrá gestionar y obtener recursos provenientes de organismos e instituciones del sector público como del sector privado, nacionales e internacionales, de inversionistas nacionales y extranjeros;

tener acciones o participaciones en empresas domiciliadas y que inviertan sus fondos en Nicaragua, siempre que su responsabilidad esté limitada al aporte; así como la organización de empresas integradas y la Sociedad, aplicando los modelos de Join Venture, Capital de Riesgo o Coinversión, y otras modalidades de inversión. En fin, todas aquellas actividades empresariales lícitas que permitan a la Sociedad alcanzar el objetivo propuesto.-**SEXTA: CAPITAL SOCIAL.-** El Capital PROPIO Social autorizado de la Sociedad es de 350,000 Córdobas, dividido en un mil acciones comunes nominativas, con un valor nominal de dos mil Córdobas cada una. Las acciones autorizadas que no fueren suscritas por los otorgantes en este acto, serán colocadas o vendidas por la Junta Directiva de la Sociedad, al precio, términos y condiciones que dicha Junta Directiva resolviera, considerando para los efectos de dicha venta de acciones, la posibilidad de que sean colocadas entre los PYMES que hacen uso de los servicios que ofrecerá la Sociedad o entre aquellos que son potenciales usuarios de dichos servicios. Las acciones que no se paguen al contado se colocarán mediante contratos de suscripción celebrados entre la Sociedad y el accionista.- Dicho Capital Social autorizado podrá ser aumentado por la Junta General de Accionistas por el sesenta y seis por ciento, (66%) de las acciones en circulación y con derecho a voto, y mediante la emisión de acciones de igual valor nominal que las primeras. Esta es la fuente primaria de financiamiento de las operaciones de **“MALUA editorial y diseño, S.A.**, en la prestación de los diferentes servicios que facilite a través de los Departamentos Especializados.

-SEPTIMA: PAGO DE LAS ACCIONES.- La aportación en pago de las acciones deberá consistir en dinero en efectivo.-**OCTAVA: ACCIONES.-**Las acciones serán nominativas, inconvertibles al portador.- Las acciones comunes conferirán iguales derechos a los dueños de las mismas y serán numeradas del uno al número que corresponda a la cantidad de las acciones comunes autorizadas. La numeración de las acciones de cada socio se hará en forma sucesiva conforme el orden de comparecencia de los socios fundadores y conforme el orden con que futuros accionistas vayan suscribiendo las acciones aquí solamente autorizadas. La Junta General de Accionistas, queda facultada, aún respecto a las acciones previamente autorizadas sin emitir: a) para crear distintas clases de acciones, con o sin derecho a voto, con las designaciones, preferencias, privilegios, restricciones o requisitos y derechos y obligaciones diversos que se determinen para cada una de ellas; b) para sujetar las acciones al derecho de redención o adquisición que se reservare la Sociedad en su caso; c) para disponer que las acciones de una clase sean convertibles en acciones de otra u otras clases, o que las acciones de una clase puedan ser emitidas en series si es el caso; y d) para subordinar la emisión de las acciones al derecho de conversión en acciones conferido a otras acciones, obligaciones o bonos emitidos por la Sociedad; en cuyos casos esas acciones se registrarán por las normas que acordare la Junta General de Accionistas.- La Junta General de Accionistas podrá conferir tales facultades a la Junta Directiva respecto a acciones autorizadas sin emitir. La Junta General de Accionistas podrá crear o emitir derechos u opciones que faculten a sus titulares para adquirir de la Sociedad acciones autorizadas sin emitir de cualquier clase o serie, o bonos o debentures emitidos por la Sociedad, en los términos y condiciones, y por el precio o precios que se estipulen.- **NOVENA: DERECHOS DE PREFERENCIA.-**En los aumentos de Capital Social autorizado mediante la emisión de nuevas acciones comunes, la Junta General de Accionistas podrá establecer en la sesión donde se resuelva el aumento, derechos de preferencia en los

términos y condiciones que dicha Junta determine.-**DECIMA:FRACCIONES DE ACCIONES.**-Si por motivo de una distribución proporcional de acciones, cambio de las mismas, aumento o disminución del capital, fusión o cualquier reorganización de la Sociedad, resultaren fracciones de acciones, estas fracciones estarán sujetas a las regulaciones establecidas en los Estatutos.-**DECIMA PRIMERA: JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.**-La Sociedad será gobernada por la Junta General de Accionistas, la cual legalmente convocada y reunida constituirá la Suprema Autoridad y expresará la voluntad social en las materias de su competencia.-Habrá Juntas Generales Ordinarias y Extraordinarias.-Las Juntas Generales Ordinarias se reunirán una vez al año, dentro de los noventa días posteriores al cierre del ejercicio social.-Las Juntas Generales Extraordinarias tendrán lugar cuando lo crean conveniente la Junta Directiva o el Presidente de la Sociedad, o cuando lo pidan por escrito al Presidente o a la Junta Directiva, con expresión del objeto y motivo, accionistas cuyas participaciones reunidas representen al menos el porcentaje de Capital Social exigido por la ley para el ejercicio de este derecho, cuando dicha ley les otorgare tal derecho.-Las sesiones de la Junta General se llevarán a cabo en las oficinas principales de la Sociedad o en cualquier otro local ubicado en la ciudad de Managua, salvo el caso en que la Junta Directiva, por motivos especiales, resolviera celebrarla en lugar distinto de la oficina principal.-Para celebrar las sesiones de la Junta General de Accionistas, la Junta Directiva o el Presidente, por medio del Secretario, harán previa citación mediante aviso que contenga la indicación del día, hora y lugar de la reunión, con quince días de anticipación por lo menos; pudiéndose hacer constar en la citación la fecha y hora en la que, si procediere, se reunirá la Junta en segunda convocatoria, la cual no podrá tener lugar en el mismo día fijado para la primera.-El aviso de la citación deberá hacerse por medio de cartas, esquelas, telegramas, fax o correo electrónico, dirigidos a cada uno de los accionistas registrados, y por aviso publicado en un periódico de la Capital de la República, sin perjuicio de su publicación en el Diario Oficial, La Gaceta.-Salvo disposición en contrario, de la presente escritura, de los Estatutos o de la ley, la Junta General de Accionistas se constituirá legalmente, es decir, constituirá quórum, con la asistencia de la mitad, más una de las acciones emitidas y en circulación, excluidas de dicho cómputo las acciones sin derecho a voto o de voto limitado, según el caso.-Si no pudiere constituirse la Junta en la primera convocatoria por falta del quórum de ley o por cualquier otra causa, ni se hubiere previsto en el aviso la fecha de la segunda, la Junta deberá ser convocada de nuevo con los mismos requisitos, dentro de los quince días siguientes a contar de la fecha de la primera convocatoria, con cinco días de anticipación por lo menos, y entonces se verificará la sesión cualquiera que fuere el número de acciones emitidas y en circulación con derecho a voto que estuvieren representadas conforme las reglas de cómputo establecidas para la primera convocatoria; cuando no se tratare de asuntos para cuya consideración y resolución se requiera determinado número de Capital presente aún en segunda convocatoria.-Cualquier reunión de Junta General de Accionistas será válida, aún sin aviso previo y aún antes de transcurrido el término de citación, si la totalidad de las acciones emitidas y en circulación con derecho a voto están presentes o representadas en la reunión, pudiendo también en este caso, celebrarse la reunión en cualquier parte de la República o fuera de ella.-También la Junta General se considerará constituida regularmente y sus acuerdos serán válidos, aún en defecto de las formalidades o requisitos relativos a la convocatoria, cuando, habiendo quórum, todos los accionistas ausentes con derecho a voto hubieren renunciado, por escrito, a la citación antes o después de la reunión; considerándose como

renuncia a la citación, la asistencia de un accionista a la reunión, personalmente o por apoderado, sin protesta por la falta de citación.-Todo accionista podrá hacerse representar en las reuniones de la Junta General de Accionistas o para prestar su consentimiento escrito en su caso, por poder conferido a cualquier persona por medio de escritura pública, carta, cable, telegrama, teles, fax, o correo electrónico.-El Poder podrá otorgarse con carácter de irrevocable cuando se otorgue: a) a una persona que ha convenido en comprar las acciones; b) a un acreedor de la Sociedad que ha prorrogado su crédito, y en consideración a la prórroga; c) en virtud de acuerdos sobre el voto. Dos o más accionistas podrán convenir válidamente sobre el ejercicio del voto en un sentido determinado o en un sentido que se determine de acuerdo con un procedimiento previamente establecido, y encargar a un representante común ejercitar el voto; y uno o más accionistas podrán convenir en traspasar sus acciones a uno o más fiduciarios con el propósito de conferirles el ejercicio del derecho de voto. Pero las acciones sujetas a estos pactos o vinculaciones serán libremente transferibles, y los pactos o vinculaciones no perjudicarán al adquirente de buena fe a menos que se encuentren anotados en el título de las acciones; todo según las regulaciones establecidas en los Estatutos.-**DECIMA SEGUNDA: RESOLUCIONES.**-Cada acción dará derecho a un voto sin restricción ni limitación de ninguna clase, salvo lo que se dispusiere en relación con privilegios, restricciones o negaciones del voto respecto a determinadas acciones, en su caso. Todo acuerdo tomado por la Junta General de Accionistas debidamente constituida será de obligatorio cumplimiento para todos los accionistas interesados, aún para los disidentes y los ausentes, ya que se establece entre los accionistas la sumisión al voto de la mayoría que corresponda.-**DECIMA TERCERA: ASUNTOS EXTRAORDINARIOS.**-La Junta General de Accionistas podrá, con el voto favorable del sesenta y seis por ciento de las acciones suscritas y en circulación con derecho a voto, resolver sobre lo siguiente: a) Disolución anticipada de la Sociedad; b) Prórroga de su duración, aún cuando hubiere transcurrido el término marcado en esta escritura para la duración de la Sociedad, salvo que la Sociedad sea de duración indefinida; c) Reducción del Capital Social; d) Reintegración o aumento del mismo Capital, sea mediante decreto de nuevos aportes; o mediante la emisión de nuevas acciones, pudiendo en este último caso, acordar que las nuevas acciones gocen de garantías, privilegios o condiciones especiales, o que estén provistas de derechos diversos según lo dispuesto en la Cláusula Octava de la presente escritura; e) Cambio de objeto de la Sociedad o ampliación o reducción del mismo; f) emisión de bonos u obligaciones convertibles en acciones de la Sociedad; g) toda otra modificación de la Escritura de constitución o de los Estatutos.-**DECIMA CUARTA: JUNTA DIRECTIVA.**-La dirección y administración de todos los negocios sociales estará a cargo de una Junta de Directores compuesta de cinco a siete miembros propietarios conforme lo decida la Junta General de Accionistas de previo a cada elección o en cualquier momento. Los Directores suplentes serán nombrados por la Junta General de Accionistas. Cinco de los siete Directores propietarios con sus cargos respectivos, constitutivos de la primera Junta Directiva y el Vigilante podrán ser elegidos en este mismo acto, antes de su conclusión, por los comparecientes en esta escritura, constituidos legalmente en Junta General de Accionistas siempre que se encuentren de común acuerdo en el sentido de proceder en dicha forma a la referida elección.- Cuatro de los siete Directores desempeñarán los cargos de Presidente, Vicepresidente, Secretario y Tesorero de la Sociedad. Habrá de uno a tres vocales, en el orden de primero en adelante. Las personas jurídicas accionistas podrán ser electas miembros de la Junta de

Directores y desempeñarán sus funciones por medio de su representante legal o de la persona que al efecto designen especialmente.- La Junta Directiva, si no lo hubiere hecho la Junta General de Accionistas, elegirá de entre los Directores propietarios un Presidente, un Vicepresidente, un Secretario, un Tesorero y de uno a tres Vocales, que lo serán también de la Sociedad.- Los Directores durarán dos años en el ejercicio del cargo, pudiendo ser reelectos para diferentes períodos consecutivos, y continuarán en el desempeño del cargo aun cuando hubiere expirado el término para el que fueren designados, mientras no se proceda al nombramiento de los sustitutos o mientras éstos no tomen posesión de sus cargos.- Las vacantes temporales o absolutas del Presidente serán llenadas por el Vicepresidente, y a falta de éste o del Secretario o del Tesorero, por un Vocal, conforme el orden de su nombramiento.- Sin perjuicio de la norma relativa a llenar la falta temporal o absoluta del Presidente, las faltas temporales de los Directores propietarios serán llenadas por los respectivos suplentes.-Las faltas absolutas de cualquiera de los Directores propietarios y/o respectivos suplentes serán llenadas por las personas que nombrará la Junta Directiva.- Los Directores sustitutos, propietarios o suplentes, así nombrados, durarán en su cargo hasta completar el período del Director sustituido.- La Junta Directiva tendrá en la gestión de los negocios sociales todas las facultades de la Sociedad, salvo las reservadas a la Junta General de Accionistas, y gozará de las más amplias facultades de administración y aún de disposición que correspondan a un mandatario generalísimo sin restricción alguna; y podrá otorgar en nombre de la Sociedad poderes, especiales o generales, con las facultades legales inherentes a esta clase de poderes.- Es competencia de la Junta Directiva dictar y modificar los reglamentos internos de la Sociedad.- La Junta Directiva celebrará sesiones por lo menos una vez cada mes, en el lugar que ella misma acordare o cuando fuere convocada por el Presidente, o fuere solicitada por tres Directores pudiendo reunirse en la sede social o en cualquier otro lugar de la República o fuera de ella.- A toda sesión de la Junta Directiva deberán concurrir por lo menos la mayoría de sus miembros en el desempeño de sus cargos, con cuya asistencia se formará quórum; siendo necesario para que haya resolución o acuerdo el voto conforme de la mayoría de los asistentes.- En caso de empate el Presidente tendrá voto dirimente.- **DECIMA QUINTA: COMITES, COMISIONES Y FUNCIONARIOS.**- La Junta Directiva podrá nombrar un Comité Ejecutivo y un Comité de Análisis y Resolución de Solicitudes, organizado con Directores y/o funcionarios y/o personas extrañas a la Sociedad.- Estos Comités deberán ejercer las atribuciones y facultades que les confiera la Junta Directiva, pero no tendrán facultad para rescindir, revocar, ni contravenir cualquier resolución tomada por la Junta Directiva.- La Junta Directiva podrá crear Comisiones Especiales para fines determinados o para el manejo de Sucursales, Agencias o Secciones particulares de los negocios sociales, los que podrán organizarse con Directores y/o funcionarios y/o personas extrañas a la Sociedad, teniendo cada una de ellas, las facultades y atribuciones de administración que la Junta Directiva les señalare.- El Comité Ejecutivo, el Comité de Análisis y Resoluciones de Solicitudes y las Comisiones Especiales se ajustarán a las disposiciones de los Estatutos y a los Reglamentos que emita la Junta Directiva.- Las anteriores delegaciones son sin perjuicio de los poderes que la Junta Directiva confiera a cualquier persona, ni de la facultad de la Junta de delegar en una persona la ejecución de sus acuerdos; y que la delegación no priva a la Junta Directiva de sus poderes, ni la exime de sus obligaciones.- La Junta Directiva nombrará un Gerente General y los Gerentes Específicos que sean necesarios, uno de Mercadeo, uno de Servicios de Desarrollo Empresarial, uno de

Servicios Financieros, uno de Administración y Finanzas y otros en la medida que se vayan poniendo en funcionamiento otras áreas específicas mencionadas en la Cláusula QUINTA de esta escritura, sin perjuicio de la facultad que tiene la Junta Directiva para crear los cargos necesarios y cubrir los mismos con personas de su elección, los cuales tendrán las facultades que expresamente se les confiera por la Junta Directiva.- El Gerente General no necesitará autorización especial de la Junta Directiva para cada acto que ejecute en el cumplimiento de las funciones que le correspondan y tendrá en la realización de las mismas la representación legal de la Sociedad con amplias facultades ejecutivas.- Los anteriores funcionarios podrán ser llamados con nombres distintos de Gerente si así lo resuelve la Junta Directiva, y estarán asistidos por otros funcionarios ejecutivos subalternos a medida que se considere necesario, quienes serán nombrados según lo disponga la Junta Directiva o los Estatutos.- **DECIMA SEXTA: REPRESENTACION.**- La representación legal, judicial y extrajudicial de la Sociedad le corresponde al Presidente, o a quien haga sus veces, con las facultades de un Mandatario General, independientemente de cualquier otro apoderado que resuelva designar la Junta Directiva o la Junta General de Accionistas.- **DECIMA SEPTIMA: CONTABILIDAD, EJERCICIO ECONOMICO Y BALANCES.**- Las cuentas de la Sociedad se llevarán en los libros y en la forma exigida por la ley, y conforme las normas de contabilidad establecidas por la autoridad competente, o por cualquier otro sistema que fuera autorizado y que fuere adoptado por la Junta Directiva.- Cada uno de los componentes: ----- mencionados en la Cláusula QUINTA y los que con posterioridad la Junta Directiva decida crear, serán administrados como Centros de Costos Independientes, integrados a un solo sistema contable y de administración..-El ejercicio económico de la Sociedad se determinará de acuerdo con la ley; y en caso de cambio, la Junta Directiva tomará para el lapso intermedio las providencias adecuadas.- Al cierre de cada ejercicio los administradores deberán practicar inventario general de los bienes sociales, y formular el Balance General Consolidado, con el Estado de Ganancias y Pérdidas Consolidado.- Se formularán además balances de prueba mensuales, y demás estados financieros y reportes contables que la Junta Directiva considere conveniente para apreciar en cualquier momento la situación financiera de la Sociedad.- En la compilación del Inventario y del Balance, los elementos del Activo Fijo se valuarán al precio de costo, disminuido éste en cada ejercicio según una racional depreciación; los elementos del Activo Circulante, en su caso, se valuarán al menor precio entre el de costo y el de mercado al día del cierre; las acciones y demás títulos se valuarán según la prudente apreciación de la Junta Directiva, sin que pueda fijarse un valor superior a la cotización oficial al día de cierre o al resultante del último balance de las empresas a que se refieren; y la diferencia entre el valor de las emisiones y la suma recibida, y los gastos de la emisión, se registrarán en el activo y se amortizarán en el período que determine la Junta Directiva, salvo la diferencia sea en las emisiones de bonos, debentures u obligaciones, cuya amortización podrá repartirse en toda la duración del préstamo.- El Balance deberá reflejar claramente la situación patrimonial de la Sociedad, y deberán incluirse en él, bien sea por el sistema de reservas complementarias del activo inscritas en el pasivo, o bien por reducción en el activo de la correspondiente partida, los castigos por obsolescencia, por depreciación, por pérdidas de inventario o por deméritos de cartera que correspondan según una sana práctica contable.- Se harán conocer junto con los informes, o en los mismos, los criterios de valuación seguidos en la formación del Balance.- De acuerdo con lo anteriormente estipulado deberá incluirse en el pasivo un

rubro denominado: "Superávit de Capital" integrado por las cantidades percibidas por la Sociedad en concepto de sobreprecio en la emisión de las acciones.-**DECIMA OCTAVA: FISCALIZACION.**- La fiscalización de la administración estará a cargo de un Vigilante o de una Junta de Vigilancia integrada por tres miembros, nombrado o nombrados en su caso, por la Junta General de Accionistas al mismo tiempo que los miembros de la Junta Directiva, por un período de dos años.- El Vigilante o los integrantes de la Junta de Vigilancia, podrán ser o no accionistas.- Caso de que la Junta General de Accionistas decida nombrar una Junta de Vigilancia, sus tres integrantes no están obligados a actuar en conjunto, sin embargo, sus decisiones se adoptarán por mayoría, pudiendo en tal caso, el disidente señalar sus propias observaciones.- El Vigilante, o la Junta de Vigilancia, en su caso, tienen la obligación de comprobar los libros, la caja, la cartera y valores de la Sociedad.- Deberá o deberán en su caso, presentar cada año a la Junta General de Accionistas un informe sobre el cumplimiento de su función de inspección y fiscalización de las operaciones y cuentas de la Sociedad.-El Auditor Interno deberá ser de preferencia Contador Público y Auditor Autorizado, nombrado por la Junta General de Accionistas por un período de tres años, pudiendo ser reelecto.- El Auditor Interno podrá ser removido antes del vencimiento de su período por la Junta General de Accionistas con el voto de la mayoría de dos tercios de las acciones con derecho a voto presentes en una Junta General. El Auditor Interno deberá rendir al Vigilante o Junta de Vigilancia en su caso, un informe trimestral de sus labores.- La Junta General de Accionistas o la Junta Directiva podrán además, cuando lo consideren oportuno y los negocios de la Sociedad lo requieran, contratar los servicios de un Auditor o de una firma de Auditores externos, que desempeñarán sus funciones y reportarán según se establezca en los respectivos contratos.- **DECIMA NOVENA: UTILIDADES.**- Se tendrá por utilidad líquida anual el saldo que resulte después de deducirse de los ingresos brutos de cada ejercicio, los gastos generales, de administración y financieros, los impuestos y seguros sociales que se causaren, los castigos por demérito o por cualquier otra causa, y los gastos y quebrantos ordinarios.- Las utilidades líquidas de los primeros tres años del ejercicio social pasarán a formar parte del Capital Social. Pero, después de estos tres años la Junta Directiva formulará el plan de aplicación de las utilidades que someterá a la Junta General de Accionistas y propondrá además, a dicha Junta General, un plan para la distribución de dividendos entre los accionistas, distribución que deberá ser hecha a prorrata entre las acciones suscritas, de acuerdo con lo que se disponga en esta Escritura de Constitución y sus Estatutos, a no ser que existieran acciones privilegiadas en cuanto al derecho a beneficio, en cuyo caso se estará a lo estipulado en relación a dichas acciones.- La Junta General de Accionistas resolverá lo que considere conveniente sobre tales asuntos, pudiendo inclusive, dentro de las regulaciones sociales, resolver que las utilidades sean destinadas en su totalidad al incremento o formación de reservas.- Después de transcurrido los tres primeros ejercicios completos de la Sociedad, será obligatorio repartir como dividendos entre los accionistas, conforme las regulaciones sociales vigentes, un veinticinco por ciento de las utilidades como mínimo, salvo que la autoridad competente ordenare que la totalidad de las utilidades fueren destinadas a otros objetivos, o que la Junta General de Accionistas, con el voto favorable del sesenta y seis por ciento de las acciones en circulación con derecho a voto, resolviera que la totalidad de las utilidades sean destinadas al incremento o formación de reservas.- La Junta Directiva podrá igualmente acordar y distribuir dividendos en cualquier tiempo con vista del Balance General, distribución que se imputará al porcentaje que se repartirá obligatoriamente,

referido en el párrafo anterior de la presente cláusula.- No se podrá pagar dividendo sobre las acciones sino por utilidades realmente obtenidas y resultantes del Balance General y del Estado de Ganancias y Pérdidas; ni se podrá pagar dividendos con cargo al Capital Social, al superávit de capital ni a la reserva de capital.- La Sociedad podrá pagar los dividendos en efectivo o en bienes de cualquier clase, incluyendo acciones, o bonos y debentures de otra Sociedad de las cuales fuere tenedora, o en bonos y debentures emitidos por la misma Sociedad, o en acciones autorizadas sin emitir o acciones de tesorería de ella misma.- **VIGESIMA: RESERVAS.-** Deberá formarse una Reserva de Capital, destinándose de las utilidades líquidas anuales al porcentaje mínimo que indicare la ley y el mayor que resolviere anualmente la Junta General de Accionistas, hasta que dicha Reserva llegue a un monto igual al del Capital Social Pagado; cantidad que se repondrá tantas veces fuere necesario por haber sufrido disminución, por pérdidas o por conversión de una parte de la misma en capital social pagado.- También deberán constituirse las otras reservas que las autoridades competentes determinen o establezcan sea para saneamiento de los financiamientos o inversiones o para otros fines.- La Junta General de Accionistas podrá acordar la formación de Reservas Especiales destinadas a los fines u objetos que la misma Junta General señale, la cual determinará las cantidades y maneras de su formación; y en caso existieran acciones redimibles, la creación de un fondo especial para la redención o compra de sus propias acciones por la Sociedad.- Se destinará en todo caso, al incremento de la Reserva de Capital las cantidades percibidas por la Sociedad en concepto de sobreprecio en la emisión de acciones; las que percibiere en el caso de decadencia de accionistas; y el precio de reemisión de las acciones redimidas o compradas por la Sociedad que fueren reemitidas, de acuerdo con las regulaciones contenidas en los Estatutos.- **VIGESIMA PRIMERA: ARBITRAMIENTO.-** Toda desavenencia por cuestiones sociales que se suscitare entre los accionistas, entre éstos y la Sociedad, o la Junta Directiva o sus miembros o demás Comités, Comisiones o funcionarios ejecutivos u organismos de la sociedad durante la existencia de la misma, su liquidación o participación, sea por la interpretación o aplicación de la escritura social o de los Estatutos o por la administración relativa a cualquier otra cuestión aunque se tratare de resoluciones de la Junta General de Accionistas o Asamblea Especial de Accionistas no podrá ser llevada a los Tribunales de Justicia, sino que será dirimida y resuelta sin recurso alguno ordinario ni extraordinario, pues todos quedan renunciados, por dos árbitros nombrados uno por cada parte, dentro de los treinta días en que fuere planteada legalmente la cuestión.- Los dos árbitros antes de entrar en el ejercicio de sus cargos y dentro de los diez primeros días de haber tomado posesión, designarán un tercero para que dirima las desavenencias; y si no se pusieren de acuerdo con la designación de dicho tercero, se le pedirá al Presidente de la Corte Suprema de Justicia para que haga el nombramiento, petición que podrá hacer cualquiera de las partes.- **VIGESIMA SEGUNDA: INTERVENCION, DISOLUCION Y LIQUIDACION.-** La intervención, liquidación y disolución de la Sociedad se llevará a cabo de conformidad con lo establecido en la Ley que regula la materia y con lo establecido en el derecho común en cuanto no contradiga la citada ley.- **VIGESIMA TERCERA: SUSCRIPCION Y PAGO DE ACCIONES.-** En este acto, el presidente, en su carácter personal suscribe y paga en este acto en dinero en efectivo 1000 acciones, y en nombre y representación de la “**MALUA editorial y diseño S.A**”, suscribe y paga en dinero efectivo la suma de 1,000 acciones; el _____(continúa), por lo tanto, siendo el valor nominal de cada acción la suma de 2,000 Córdoba, habiéndose suscrito y pagado en dinero en

efectivo 1,000 acciones; el Capital suscrito y pagado en dinero en efectivo en este acto asciende a la suma de 2,000.000 Córdobas. Por consiguiente quedan autorizadas pero no suscritas acciones.- **VIGESIMA CUARTA: APROBACION DE ESTATUTOS, ELECCION DE JUNTA DIRECTIVA Y VIGILANTE.**-En este estado, con fundamento en la cláusula Décima Primera, de esta Escritura y en los artículos doscientos dos, inciso segundo, y doscientos cinco, número cuatro, del Código de Comercio, todos los comparecientes resuelven unánimemente en constituirse en Junta General Ordinaria de Accionistas de dicha Sociedad a efecto de aprobar sus Estatutos, elegir a la primera Junta Directiva, al Vigilante y al Auditor para un primer período. Los comparecientes por unanimidad de votos nombran al **Sr. Luis José Alemán Fabián**, para que presida la Junta General y al **Sr. Alberto José Amador Rivas**, para que lo asista como Secretario.- A continuación, se procedió de la siguiente manera: PRIMERO: El **Sr. Luis José Alemán Fabián**, ocupa la Presidencia, abre la sesión y **Sr. Alberto José Amador Rivas**, el Secretario, lee un Proyecto de Estatutos cuya copia distribuye a cada uno de los comparecientes, que lo estudian y reforman en parte. Concluida la discusión, el Presidente declara cerrado el debate y los comparecientes accionistas, por unanimidad de votos, resuelven emitir los siguientes Estatutos de la Sociedad -----, SOCIEDAD ANONIMA, con sujeción a lo estipulado en el artículo doscientos tres (203), del Código de Comercio. INTRODUCCION: Para mayor brevedad de los presentes Estatutos, en el cuerpo de los mismos se entenderá: por "Sociedad", la Sociedad Anónima denominada "**MALUA editorial y diseño, S.A.**", por "Directiva", la Junta Directiva de la Sociedad; por "Directores", los miembros de la Junta Directiva, sean propietarios o suplentes; y por "Juntas" o "Junta General", la Junta General de Accionistas de la Sociedad.- **I. SUCURSALES, DEPARTAMENTOS O SECCIONES.- Artículo uno (Art.1).**- Los Departamentos Especializados, así como las Sucursales o sedes secundarias que la Sociedad establezca no constituirán una empresa por sí misma y, salvo las consecuencias legales derivadas del domicilio especial, no existirá distinción entre las obligaciones y derechos de la Sociedad y los de la Sucursal.-**Artículo dos (Art.2).**-La Sociedad desarrollará y efectuará las operaciones comprendidas en su objeto a medida que lo estime conveniente la Junta o la Junta General.- Para el manejo de cualquiera de los negocios de los que haga o pueda hacer la Sociedad, la Directiva podrá crear, cuando lo creyere conveniente, Departamentos o Secciones especializadas dentro de su propia organización, que se regirán en su funcionamiento por los Reglamentos y disposiciones que al efecto emitiere la misma Junta Directiva; y aun fundando o participando en nuevas instituciones filiales, subsidiarias o afines a la Sociedad.- **II.-ACCIONES Y ACCIONISTAS.-Artículo tres (Art.3).**-El contrato de suscripción de acciones referido en la Cláusula Octava de la Escritura de Constitución deberá contener: a) la identificación de la Sociedad y del suscriptor; b) el número de las acciones suscritas, y la identificación, clase y serie de las mismas, en su caso; c) el valor de suscripción; d) las condiciones de pago de las acciones y las consecuencias por incumplimiento en el pago; y e) la fecha de suscripción.- El contrato de suscripción se extenderá en duplicado, de los cuales uno será entregado al suscriptor, el cual le servirá como título de las acciones mientras no le sea entregado el título provisional o definitivo respectivo.- En todo caso, el accionistas en mora en los pagos no podrá ejercer el derecho al voto.- **Artículo cuatro (Art.4).**- Las acciones pertenecientes al accionista decaído por falta de pago adquirirán el estado de acciones autorizadas sin emitir, y podrán ser ofrecidas nuevamente para suscripción.-**Artículo cinco (Art.5).**- La Sociedad podrá adquirir sus propias acciones en los siguientes casos:

a) por compra de las mismas, o redención de las acciones redimibles, con fondos que provengan de utilidades netas regularmente comprobadas y que no tengan que destinarse a la formación de la Reserva de Capital; b) por compra de las acciones con fondos que provengan del Capital Social y de la Reserva Especial o Extraordinaria que se determine para tal efecto; c) por compra de las acciones, o redención de las acciones redimibles, con fondos que provengan del Capital Social, si la compra se hace con el propósito de: 1) eliminar fracciones de acciones; 2) por adjudicación en pago de créditos de la Sociedad; y 3) para practicar una reducción del Capital Social debidamente acordada, mediante el reembolso y amortización de acciones.- La adquisición no podrá efectuarse en ninguno de los casos anteriormente indicados, si las acciones no han sido totalmente pagadas y si por motivo de la adquisición el Capital Social queda reducido por debajo del mínimo legal, en su caso.- El derecho de voto de las acciones adquiridas, si lo tuvieren, quedará en suspenso mientras permanezcan en propiedad de la Sociedad.- **Artículo seis (Art.6).**-Las acciones adquiridas quedarán amortizadas cuando la adquisición se haga con fondos provenientes del Capital Social y cuando dichas acciones adquiridas fueren convertidas en otras acciones.- Las acciones amortizadas quedarán anuladas y la Sociedad no las podrá reemitir.- Por la amortización de las acciones adquiridas con fondos provenientes del Capital Social, fuera del caso de conversión de acciones, se procederá a la consiguiente reducción del Capital Social en el monto que estuviere representado por tales acciones.- **Artículo siete (Art.7).**-Las acciones adquiridas que no sean amortizadas de conformidad con lo dispuesto en el artículo anterior, podrán ser conservadas por la Sociedad.- Ni la conservación de las acciones como acciones de tesorería, ni la reemisión de las mismas por cualquier causa, afectará la cifra del Capital Social.- **Artículo ocho (Art.8).**-En caso que, de acuerdo con lo dispuesto en la Cláusula Octava de la Escritura de Constitución, se dispusiere emitir a favor del accionista acciones de goce en cambio de las acciones amortizadas, dicho acuerdo podrá ser tomado por la Junta General o por la Directiva, acuerdo que fijará los respectivos derechos.-**Artículo nueve (Art.9).**- Las acciones que fueren autorizadas en casos de aumento del Capital Social se emitirán al precio que fije la Junta General o la Directiva, el cual precio de emisión no podrá ser inferior a su valor nominal.- Sin embargo, en caso de que las nuevas acciones fueren ofrecidas a la suscripción pública será permitido pagar por la colocación de las mismas una comisión razonable que regirá por las normas dictadas por la Junta General.-**Artículo diez (Art.10).**- Mientras no esté totalmente pagado el valor de las acciones, o mientras no se expidan los títulos definitivos, se otorgarán a los suscriptores títulos o resguardos provisionales, que se cambiarán por los títulos definitivos una vez que se hubiere pagado totalmente el valor de la acción o éstos sean expedidos.- Tanto los resguardos provisionales como los títulos definitivos deberán ser firmados o autorizados por el Presidente y el Secretario de la Directiva, o por quien haga sus veces.-**Artículo once (Art.11).**- Podrán emitirse títulos representativos de acciones, provisionales o definitivos, que amparen una o más acciones; y también podrán sustituirse en todo caso, a elección y por cuenta de los accionistas, por otro u otros de distinto valor y que amparen distintas cantidades de acciones, pero que representen, en todo caso, el mismo número de acciones cubiertas por los títulos sustituidos.- **Artículo doce (Art.12).**- Los títulos definitivos de las acciones serán impresos o litografiados, y llevarán el nombre y apellidos, o la razón social o denominación del dueño en la cara principal; serán sellados con el sello de la Sociedad y deberán expresar: a) la denominación de la Sociedad, su duración y el lugar de su domicilio; b) fecha de su constitución y de su inscripción en el Registro

Mercantil; c) importe del Capital Social y el número total de acciones en que esté dividido; d) el valor nominal y la circunstancia de estar totalmente pagado el valor; y e) la circunstancia de ser las acciones nominativas, inconvertibles al portador, y la clase a la que pertenezcan.- Si las acciones gozaren de alguna garantía o privilegio especial, o estuvieren provistas de derechos diversos o sujetas a restricciones especiales, deberá hacerse mención genérica de tales condiciones en el reverso del título.- Los resguardos provisionales no necesitarán ser impresos o litografiados, y contendrán los mismos requisitos que los títulos definitivos, a excepción de la circunstancia de estar totalmente pagados, y en su lugar se expresará el valor de suscripción y los pagos efectuados por el suscriptor, pagos que se harán constar por notas firmadas por representantes autorizados de la Sociedad.- Los títulos de las acciones podrán llevar adherido cupones de dividendos que se desprenderán del título, y que se entregarán a la Sociedad contra el pago de dividendos.- Los cupones podrán ser al portador, aun cuando el título sea nominativo.-

Artículo trece (Art.13).-Para acreditar los derechos u opciones a que se refiere la Cláusula Octava de la Escritura de Constitución, podrán emitirse títulos especiales, nominativos, denominados "Opción de Compra", en los cuales se deberán expresar en resumen los términos y condiciones del derecho u opción, y cualquier limitación a su transferibilidad.- Estos títulos deberán expresar además las indicaciones contenidas en los acápites a) y b) del artículo doce de los presentes Estatutos.- **Artículo catorce (Art.14).**- Se llevará por el Secretario en las oficinas principales del domicilio de la Sociedad un Libro de Registro de Acciones en el que se asignará una partida especial a cada accionista, que contendrá: a) el nombre, domicilio y dirección del accionista, y el número de las acciones que le pertenezcan con indicación de la clase y demás particularidades; la numeración de los certificados y de las acciones en su caso; b) los pagos efectuados sobre las acciones; c) las transferencias, y los vínculos o gravámenes que afecten a las acciones, y sus cancelaciones; y el nombre, domicilio y dirección de los adquirentes.- Toda modificación que hubiere, el interesado estará obligado a notificarlo a la Directiva.- La Sociedad deberá llevar además un Libro Índice con los nombres de los accionistas, a menos que el Libro de Registro se lleve en tal forma que constituya un índice.- Para los efectos legales, citaciones y pago de dividendos, solamente serán accionistas las personas a cuyo nombre aparezcan registradas o figuren las acciones.- Caso que se emitieren bonos o debentures, la Sociedad deberá llevar, en la misma forma y lugar del Libro de Registro de Acciones, un Libro de Registro de Debentures, que deberá contener el monto de los debentures o bonos emitidos y de los extinguidos; y el nombre de los dueños de debentures nominativos y las transferencias y los vínculos o gravámenes que se refieran a ellos.- La Junta Directiva podrá designar y encomendar a una persona extraña a la Sociedad o a una institución facultada para ello que le lleve los Libros de Registro prevenidos en este artículo.- **Artículo quince (Art.15).**- En caso de usufructo y prenda de las acciones, y salvo convención contraria, el derecho de voto será ejercido por el usufructuario o el acreedor pignoraticio, con excepción de los asuntos a que se refiere la Cláusula Décima-Primera de la Escritura de Constitución.- El derecho de opción corresponderá al accionista.- **Artículo dieciséis (Art.16).**- En caso de adjudicación por causa de muerte el adjudicatario de acciones hará inscribir su nombre en el Libro de Registro de Acciones, previa exhibición del testamento, si lo hubiere, de la respectiva declaratoria de heredero y acta de adjudicación, de todo lo cual se tomará nota en el Registro.- **Artículo diecisiete (Art.17).**- En casos de fracciones de acciones previstos en la Cláusula Décima de la Escritura de Constitución, la Sociedad podrá pagar en efectivo,

al valor en libros o valor contable la fracción de acción, o reconocer que dichas fracciones otorgan a sus titulares, en proporción a la fracción, el derecho de dividendo y a participar en la liquidación, y, a su opción, emitir documentos registrables que las representen y que sean cambiables por acciones completas si completan la unidad.- La fracción de acción y el documento podrán ser sujetos a la condición: a) de que quedarán sin ningún valor si no son cambiados por acciones completas antes de una fecha determinada; b) de que las acciones por las cuales las acciones son cambiables, puedan ser vendidas por la Sociedad y su producto distribuido entre los titulares de las fracciones; y c) a cualquier otra condición.- **Artículo dieciocho (Art.18).**- Los títulos de acciones anuladas o inutilizadas llevarán estampado la palabra "inutilizado".- El título se guardará por el Secretario.- Cuando se haya transferido una parte de las acciones a que se refiere un título de acciones, se inutilizará éste y se emitirá otro u otros que amparen las mismas acciones.- No se emitirá un nuevo título sin haberse inutilizado el anterior o sin que éste se hubiere declarado perdido.- Esto mismo se observará cuando por cualquier motivo hubiere canje de títulos.- **Artículo diecinueve (Art.19).**- Los accionistas tienen derecho a conocer el movimiento administrativo de la Sociedad y empleo de los fondos sociales, con solo acreditar el carácter de tales accionistas.- **III ASAMBLEAS DE ACCIONISTAS.- A)- JUNTAS GENERALES.- Artículo veinte (Art.20).**- A las Juntas Generales Ordinarias corresponde como objeto normal recibir y conocer los informes de la Directiva y del Vigilante o Vigilantes; examinar el Balance Anual respectivo y el Plan de Aplicación y Distribución de Utilidades que deberá presentar la Directiva.; conocer las cuentas y actos de administración social y resolver aprobando, improbando o modificando estos asuntos y los que sean consecuencia lógica y natural de los mismos; y los demás que le fueren sometidos.- **Artículo veintiuno (Art.21).**- La Junta General de Accionistas la regulará a los derechos de preferencia conforme lo establecido a la Cláusula Novena.- **Artículo veintidós (Art.22).**- En la convocatoria para las Juntas Extraordinarias se hará un resumen del asunto o asuntos que motivan la reunión y los acuerdos o resoluciones que se tomaren en ella, sin este requisito no tendrán valor alguno contra los socios que no hubieren concurrido o fuesen disidentes de la resolución respectiva, a menos que dentro de tercero día los disidentes y dentro de un mes de tomada la resolución los ausentes, no promovieren la correspondiente reclamación ante autoridad competente, pues en este caso, la resolución se tendrá por válida con sólo el transcurso de los plazos. Se hará igual resumen en la citación para las Juntas Ordinarias cuando uno o más accionistas pidieren al Secretario con la debida anticipación, que sean objeto de las deliberaciones de la Junta General determinados asuntos, o cuando en ellas se fuere a tratar de asuntos que necesitaren de la convocatoria o anuncio especial.-**Artículo veintitrés (Art.23).**- Una vez constituida legalmente la Junta General la desintegración del quórum no será obstáculo para que la reunión continúe y pueda adoptar resoluciones, si son tomadas con la mayoría de los votos requeridos en cada caso.- Las sesiones de la Junta General podrán ser prorrogadas, a propuesta de la Directiva, durante uno o más días consecutivos.- **Artículo veinticuatro (Art.24).**- Caso la reunión de la Junta General se celebre fuera de la sede social se levantará una acta de la sesión firmada por los asistentes, la cual será incorporada en el Libro de Actas de la Sociedad mediante asiento extendido por el Secretario.- **Artículo veinticinco (Art.25).**- La Junta General de Accionistas será presidida por el Presidente de la Junta Directiva, o por quien haga sus veces.- En ausencia de éstos presidirá el accionista que represente mayor número de acciones.- El Presidente de la Junta será asistido por el Secretario de la Sociedad o por quien haga sus

veces.- La presencia del Secretario no será necesaria cuando sus funciones sean desempeñadas por un Notario Público escogido por el Presidente de la Junta.- Antes de conocer la agenda u orden del día se formará la lista de los asistentes, expresando el carácter o representación de cada uno y el número de las acciones y su numeración.- La lista será firmada por el Presidente y el Secretario de la Junta.- **Artículo veintiséis (Art.26).**- El poder otorgado por un accionista con carácter de irrevocable de acuerdo con la Cláusula Décima Primera de la Escritura de Constitución, será revocable después que el adeudo de la Sociedad sea pagado o cuando el acuerdo sobre el voto ha terminado.- Si el poder ha sido otorgado a un prominente comprador de las acciones o a un acreedor de la Sociedad, el poder podrá ser revocado no obstante la estipulación de irrevocabilidad, si las acciones son adquiridas de buena fe por un tercero, salvo que la irrevocabilidad y la causa por la cual se estipula se encuentre anotada en el certificado de las acciones.- **Artículo veintisiete (Art. 27).**- Para que tengan efecto los acuerdos sobre el voto contemplados en la Cláusula Décima Primera de la Escritura de Constitución, y el representante común o el fiduciario o fiduciarios puedan ejercer el derecho de voto, será necesario que se entregue a la Junta Directiva, por medio del Secretario de la Sociedad, una copia del convenio, autenticado por un Notario Público.- **Artículo veintiocho (Art.28).**- En el caso de traspaso de acciones a uno o más fiduciarios con el propósito de conferirles el ejercicio del derecho de voto, los certificados de las acciones así transferidas deberán ser entregados a la Sociedad y cancelados.- En cambio se emitirá a favor del fiduciario o fiduciarios certificados especiales en los que se expresará que se emiten por virtud del respectivo convenio y para los fines del mismo.- El accionistas tendrá derecho a un título por separado en que se hará constar la existencia del convenio, y el cual le servirá para el ejercicio de los derechos inherentes a la acción distintos del voto.- En el Libro de Registro de Acciones de la Sociedad se pondrá anotación de estas circunstancias.- Solo una vez cumplidos estos requisitos el fiduciario o fiduciarios podrán ejercer el derecho de voto.- **Artículo veintinueve (Art.29).**- Son atribuciones de la Junta General de Accionistas: a) elegir los miembros de la Junta Directiva, al Vigilante o Vigilantes, al Auditor Interno, y designar al Presidente, al Vicepresidente, al Secretario, al Tesorero y a los Vocales; b) remover de sus puestos a los miembros de la Junta Directiva, al Vigilante o Vigilantes y al Auditor Interno; c)aprobar o desaprobado los actos de la Directiva y acordar contra los Directores la acción de responsabilidad; transar sobre la misma y renunciarla; d) hacer el examen y aprobación de los Balances Generales, Estados de la Sociedad y de los informes presentados por la Directiva; e) conocer el Plan de Aplicación de las Utilidades, y aprobarlo o modificarlo; f) decretar el reparto de dividendos o participaciones a los accionistas; g) aprobar o desaprobado el informe del Vigilante o Vigilantes; h) discutir y resolver las mociones que presente la Directiva o uno o más accionistas; i) disponer el aumento del monto de las utilidades destinadas a la formación de la Reserva de Capital, y la creación y manera de formar otras reservas y monto de las mismas; j) asignar los sueldos, o remuneraciones de los miembros de la Directiva, del Vigilante o Vigilantes y del Auditor Interno, y k) todas las demás atribuciones que le señalen la Ley, la Escritura Social y los Estatutos.-**B) ASAMBLEAS ESPECIALES.- Artículo treinta (Art.30).**- Si la Junta General crease acciones en serie, en donde cada serie tuviere determinados derechos, se procederá de ser necesario a establecer Asambleas Especiales para cada serie de acciones. Las resoluciones de las Asambleas Especiales podrán ser tomadas conjuntamente con la Junta General siempre que llenen los requisitos para su propia validez.- A las Asambleas Especiales les serán

aplicables en lo conducente las disposiciones del artículo veintidós de los presentes Estatutos.- El mínimo de acciones exigido para tener derecho a solicitar la convocatoria de Asambleas Especiales se determinará por la mayoría de acciones de la serie.- **C) RESOLUCIONES.- Artículo treinta y uno (Art. 31).**- En las Asambleas Especiales de Accionistas los requisitos de quórum y voto se computarán con relación al número total de las determinadas acciones.- **Artículo treinta y dos (Art.32).**- Todo acuerdo deberá constar para que sea válido en el acta de la sesión respectiva, que se asentará en el Libro de Actas que llevará para ese efecto la Sociedad, y la cual será firmada o autorizada por el que preside la sesión y por el Secretario de la Directiva, o los que hagan sus veces en la reunión, y por los concurrentes que deseen hacerlo, con la excepción establecida en el artículo treinta y nueve de los presentes Estatutos.- En el acta se expresarán el nombre y apellido de los socios que concurren personalmente, el de los que estén representados y de quien los represente, la cantidad de acciones que cada uno posea, y las resoluciones o acuerdos que se tomen, con indicación de la fecha, hora y lugar en que se celebre la sesión.-**IV.- ADMINISTRACION.- A) JUNTA DIRECTIVA, Artículo treinta y tres (Art.33).**- Caso que los Directores continuaren en el cargo después de expirar el término para el que fueron designados, para justificar su personería, cuando fuere necesario, bastará que el Secretario o un Notario Público extienda una certificación en que se haga constar la circunstancia de que no han sido sustituidos en sus respectivas funciones, por aparecer así del Libro de Actas de la junta General.-**Artículo treinta y cuatro (Art.34).**- Los Directores podrán renunciar de sus cargos en cualquier tiempo, dando aviso escrito de su intención a la Directiva con quince días de anticipación; y tal renuncia tendrá efecto a la expiración de este término, o antes, si fuere aceptada.- Los Directores renunciantes no podrán abandonar el cargo, ni aún expirado el término de quince días, cuando por la renuncia quedare la Junta Directiva imposibilitada de reunir el quórum necesario para su funcionamiento.-**Artículo treinta y cinco (Art.35).**- Las designaciones de Presidente, Vicepresidente, Secretario, Tesorero y Vocales, las podrán hacer los Directores en la misma sesión de la Junta General en que fueron nombrados, o en una reunión de la Junta Directiva, según lo juzgaren conveniente.- **Artículo treinta y seis (Art.36).**- La Junta Directiva celebrará sesiones en el lugar y fecha que ella misma acordare, pudiendo reunirse en la sede social o en cualquier otro lugar de la República o en el extranjero, previa citación del Secretario o del Gerente General, citación que se hará por teléfono, o fax, o telégrafo, o por carta o correo electrónico o esquila dirigida a los Directores con una racional anticipación.- El Presidente de la Sociedad o quien ejerciera sus funciones, tendrán autoridad para convocar a la Junta Directiva en cualquier tiempo en que lo considere conveniente; o cuando lo pidan por escrito tres Directores, bastando para ello que al efecto se haga la citación por medio del Secretario o del Gerente General en la forma y manera prescrita en este artículo.- La certificación del Secretario o del Gerente General de haberlo hecho así será prueba suficiente de que tales avisos fueron enviados.- **Artículo treinta y siete (Art.37).**- La Directiva podrá celebrar válidamente sesiones antes de haber transcurrido el término de la citación, y aún sin citación, cuando todos los miembros estuvieren presentes.- La Directiva podrá, asimismo, celebrar sesiones con anterioridad al término de la citación, y aún sin citación, con la asistencia de la mayoría absoluta de sus miembros, y las resoluciones tomadas en ellas serán válidas cuando los Directores ausentes renunciaren a dicho término o citación con anterioridad o posterioridad a la sesión, renuncia que se hará constar mediante certificación del Secretario, la cual constituirá prueba suficiente de tal circunstancia.- La presencia de un

miembro en la reunión, sin protesta por falta de citación se considerará como renuncia a la citación.- La votación por escrito y sin reunión será válida cuando ningún Director propietario se oponga a este procedimiento.- **Artículo treinta y ocho (Art.38).**- Cuando la Junta Directiva celebre sesiones fuera de la República de Nicaragua se levantará una acta de la sesión firmada por los asistentes, la cual será incorporada en el Libro de Actas respectivo mediante asiento extendido por el Secretario.- En caso de votación por escrito y sin reunión, el Secretario pondrá constancia del acuerdo y de los votos en el respectivo Libro de Actas.- **Artículo treinta y nueve (Art.39).**- A los efectos de quórum en las sesiones de la Directiva se entenderá por Director en el desempeño del cargo al suplente respectivo.- **Artículo cuarenta (Art.40).**- Se llevará un Libro de Actas de las sesiones de la Directiva, en donde se asentará todo lo que suceda en cada una de las sesiones y se hará constar la asistencia de sus miembros y todo lo demás que prevengan los presentes Estatutos.- Tales actas serán firmadas por el Presidente y Secretario, o por quien haga sus veces, y por los demás Directores que hayan asistido a la sesión.- Lo dispuesto en este artículo es sin perjuicio de lo establecido en el artículo treinta y ocho de los presentes Estatutos.- En todo caso tendrá derecho de consignar el acta su voto disidente y protesta, firmada él mismo, el Director que no estuviere de acuerdo con lo resuelto, a efecto de salvar su responsabilidad.- **Artículo cuarenta y uno (Art.41).**- Las facultades y atribuciones de la Junta Directiva serán de dos clases: Privativas de la misma Junta; y delegables en el Comité Ejecutivo o Comités, si los hubiere.- **Artículo cuarenta y dos (Art.42).**- Son facultades y atribuciones privativas de la Junta Directiva: a) nombrar al Presidente, Vicepresidente, Secretario, Tesorero y los Vocales, bajo el supuesto de que no lo hubiere hecho la Junta General de Accionistas y b) nombrar el Comité Ejecutivo y el Comité de Análisis y Resolución de Solicitudes y a otras Comisiones Especiales, señalarles sus remuneraciones y atribuciones y dictarles sus reglamentos; c) nombrar al Gerente General y Gerentes Específicos y demás funcionarios, removerlos y aceptarles sus renunciaciones, d) conocer y aceptar las renunciaciones de sus miembros; e) preparar, con base en el proyecto presentado por el Gerente General, el Balance General, el Plan de Aplicación de Utilidades y un informe detallado de las operaciones sociales; y presentar tales documentos a la Junta General, para su conocimiento y resolución; f) ejercitar las facultades que le fueren delegadas por la Junta General en relación a los derechos y características de las acciones previamente autorizadas, en los términos referidos; y crear o emitir derechos u opciones para adquirir acciones, bonos o debentures; g) proponer dividendos en las condiciones previstas en la Escritura de Constitución, h) convocar a la Junta General de Accionista a sesiones ordinarias y extraordinarias, i) dictar el Reglamento de préstamos para empleados, j) aprobar el presupuesto anual de la Sociedad.- **Artículo cuarenta y tres (Art. 43).**- Son facultades y atribuciones delegables de la Junta Directiva: a) administrar y gestionar los negocios sociales con las más amplias facultades de administración, y para tal efecto podrá constituir a nombre de la Sociedad mandatarios generales o especiales, para que actúen en el país o fuera de él, con las facultades especiales que estime conveniente; y designar la persona o personas que libren cheques, giros, letras y demás documentos de esta clase y de cualquier otra; b) ejecutar y llevar a cabo, por medio de cualquiera de sus miembros o por cualquier otra persona o apoderado que al efecto designare, todos y cualesquiera actos o negociaciones que fueren decididos o autorizados, entendiéndose que cuando no hiciera designación especial los acuerdos serán ejecutados por el Gerente General; c) contratar, emitir y suscribir a nombre de la Sociedad obligaciones y documentos de cualquier clase, sea en

forma de pagarés, letras, escrituras públicas, acciones o títulos o certificados de cualquier clase, cédulas, valores o en cualquier forma, ya sea que tales obligaciones estén o no estén garantizadas con prendas, hipotecas o seguridades de cualquier clase sobre todos los bienes de la Sociedad, parte de ellos, o sobre un bien determinado o activo específico de la misma, y en la cantidad y manera que estimare conveniente, d) organizar, dirigir y disponer todo lo relativo a los negocios sociales; resolver el establecimiento o clausura de secciones particulares dentro de la organización interna de la Sociedad, de Sucursales, o Agencias, u Oficinas; y nombrar Gerentes y Vicegerentes, Agentes, Jefes de Secciones y demás funcionarios de la Sociedad.- señalarles sus sueldos, atribuciones y deberes; removerlos y aceptarles sus renunciaciones; e) hacer los llamamientos correspondientes para el entero del Capital Social; y colocar las acciones emitidas; f) organizar la contabilidad, expedir los Reglamentos de la Sociedad y acordar el pago de cualquier gasto extraordinario; y g) resolver cualesquiera otros asuntos que atañen al interés de la Sociedad; y hacer todo lo demás comprendido en sus facultades de administración y de gestión y que conforme el pacto social, los presentes Estatutos y las resoluciones de la Junta General de Accionistas, correspondieren a la Junta Directiva.- **B) DIGNATARIOS Y REPRESENTACION.- Artículo cuarenta y cuatro (Art.44).**- Son atribuciones del Presidente de la Junta Directiva: a) tener, sin perjuicio de los poderes que la Sociedad confiera, la representación legal, judicial y extrajudicial de la misma, con facultades de un mandatario general, para todos los negocios o asuntos; b) convocar a sesiones a la Directiva y a la Junta General; c) presidir las sesiones de la Directiva y de la Junta General; d) firmar, junto con el Secretario de la Sociedad, los títulos o resguardos provisionales o definitivos de las acciones y e) desempeñar todas las demás funciones concernientes a su cargo, o que se establezcan en los presentes Estatutos o le señalaren la Directiva o la Junta General.-**Artículo cuarenta y cinco (Art.45).**- Son atribuciones del Secretario: a) ser órgano de comunicación del Presidente, de la Directiva y de la Junta General, sin perjuicio de que el Presidente pueda hacer la comunicación directa; b) llevar el Libro de Actas de las sesiones de la Directiva y de las Asambleas de Accionistas; asentar las actas correspondientes, autorizarlas y extender certificaciones de las mismas y constancias correspondientes; c) llevar el Libro de Registro de Acciones de la Sociedad, salvo que tal función fuere confiada a una persona o institución extraña a la Sociedad; d) custodiar todos los documentos e informes que deban ser sometidos al conocimiento de la Directiva y de la Junta General; y e) desempeñar todas las demás funciones concernientes a su cargo, o que le señalaren la Directiva o la Junta General.- **Artículo cuarenta y seis (Art. 46).**- El Secretario usará dos sellos: uno con la inscripción "---- SECRETARIA", para los documentos u oficios relativos a las disposiciones de la Directiva y de la Junta General; otro con la inscripción de: "**MALUA editorial y diseño S.A**", que estará al cuidado de la Directiva, y se usará en los títulos de las acciones y demás títulos emitidos por la Sociedad.-**C).- COMITÉ EJECUTIVO Y DE ANALISIS Y RESOLUCION DE SOLICITUDES.- Artículo cuarenta y siete (Art.47).**- El Comité Ejecutivo, una vez nombrado, celebrará sesiones en el lugar y fechas que señalare la Junta Directiva, o cuando el mismo Comité lo acordare o lo creyere conveniente, pudiéndose reunir en las oficinas de la Sociedad o en cualquier otro lugar de la República o fuera de ella; siendo necesario para que haya quórum la asistencia de la mayoría de sus miembros ; y para que haya resolución o acuerdo, el voto conforme de la mayoría de sus miembros presentes.- El Comité Ejecutivo deberá someter al conocimiento de la Junta Directiva, en su próxima reunión, todos sus actos y resoluciones.- El Comité Ejecutivo y el Comité de

Análisis y Resolución de Solicitudes podrán elegir de su seno un Presidente, que tendrá las facultades propias y atribuciones que le señale la Junta Directiva, con la expresa advertencia de que cuando uno de los miembros del Comité Ejecutivo o del Comité de Análisis y Resolución de Solicitudes lo fuere el Presidente de la Junta Directiva por ese sólo hecho será el Presidente del Comité Ejecutivo y del Comité de Análisis y Resolución de Solicitudes.- **D) EJECUTIVOS.-Artículo cuarenta y ocho (Art.48).**- El Gerente General en la representación procesal pasiva de la Sociedad que le corresponde conforme la Ley podrá emplear el Abogado o Abogados que fueren necesarios.- El Gerente General estará en todo tiempo sujeto a las instrucciones, órdenes o recomendaciones que la Directiva le comunicare; y tendrá obligación de asistir a las sesiones de la Directiva, del Comité Ejecutivo, del Comité de Análisis y Resolución de Solicitudes y de la Junta General, suministrando en ellas los datos y explicaciones que le solicitaren.- **Artículo cuarenta y nueve (Art.49).**- Son atribuciones del Gerente General: a) nombrar los empleados inferiores, señalándoles sus sueldos y atribuciones, todo de acuerdo con la Directiva; b) comprar lo necesario para el servicio y buena marcha de la Sociedad; y celebrar los demás contratos relativos al giro ordinario de los negocios; c) firmar la correspondencia ordinaria de la Sociedad, y los demás documentos que resolviera la Directiva o el Comité Ejecutivo; d) vigilar que la contabilidad sea llevada en orden; e) imponer a la Directiva y al Comité Ejecutivo de la marcha de los negocios y operaciones, proporcionarles todo lo que fuere necesario para formular los informes y planes; f) preparar los Balances y Estados; practicar los Inventarios, dando cuenta de tales documentos a la Directiva; g) vigilar y tomar las medidas concernientes para que los fondos sociales sean manejados en la forma dispuesta por la Directiva o el Comité Ejecutivo; y hacer que se cobre lo que se deba a la Sociedad, señalando los empleados subalternos que suscriban los recibos y cancelaciones correspondientes o suscribiéndolos él mismo; h) tener la inspección de todos los negocios; i) desempeñar todas las demás funciones concernientes a su cargo o que se establezcan en los Reglamentos, o que le señalare la Directiva o el Comité Ejecutivo.- **Artículo cincuenta (Art.50).**- Son atribuciones del o los Gerentes Específicos: a) reponer al Gerente General en la manera que resolviera la Directiva; b) colaborar con el Gerente General, en todo lo que éste le indicare; y c) manejar bajo su responsabilidad los fondos sociales que le confiaren, respondiendo por el mal manejo y distracción de los fondos que administren, cuando la pérdida se ocasionare por su culpa o negligencia.- **Artículo cincuenta y uno (Art.51).**- Los funcionarios ejecutivos subalternos tendrán el carácter de mandatarios especiales de la Sociedad en los actos que ejecuten dentro del área de su responsabilidad y atribuciones propias; y deberán desempeñar sus cargos a satisfacción de la Directiva y del Comité Ejecutivo, que podrán removerlos a discreción. **V.) FISCALIZACION.- Artículo cincuenta y dos (Art.52).**- Para el cargo de Vigilante o para integrar la Junta de Vigilancia, en su caso, no podrán ser electos ninguno de los miembros que integren la Junta Directiva durante el período del ejercicio de sus cargos, ni de los demás funcionarios de la Sociedad.- La falta del Vigilante o de cualquiera de los integrantes de la Junta de Vigilancia en su caso, será llenada o llenadas por la Junta General que será convocada para ese efecto, aunque interinamente será llenada por la Directiva.- El Vigilante o los integrantes de la Junta de Vigilancia en su caso, dependerá o dependerán directamente de la Junta General a quien rendirá informe.- En el caso de que la Junta General opte por elegir una Junta de Vigilancia, ésta estará integrada por tres miembros y sus decisiones serán adoptadas por mayoría, el disidente podrá expresar por separado su

opinión.- Los integrantes de la Junta de Vigilancia podrán darse a sí mismo la organización que les convenga y regular su propio funcionamiento, designando un Presidente de su seno.- En sus actos el Vigilante o integrantes de la Junta de Vigilancia, no podrán interferir ni obstaculizar la administración de la Sociedad.- **Artículo cincuenta y tres (Art.53).**- Son atribuciones y deberes del Vigilante o de la junta de Vigilancia en su caso; a) velar por el cumplimiento de las regulaciones sociales y leyes generales o especiales en todos los actos y operaciones de la Sociedad, y dar cuenta a la Directiva de sus observaciones e irregularidades que constatare; b) comprobar, una vez al año por lo menos, los libros, la caja, cartera y la existencia de los valores o títulos propiedad de la Sociedad o recibidos por ella en prenda, caución o custodia; c) revisar los Estados y Balances; y dictaminar sobre la regularidad en la manera de llevar la contabilidad y sobre la correspondencia del Balance del Estado de Ganancias y Pérdidas con los resultados de los libros y documentos contables; d) hacer, cuando lo creyere conveniente, arqueos y comprobaciones de caja; e) asistir a las sesiones de la Junta General, y presentar en las ordinarias su informe; y f) todas las demás que le señalen las leyes o los Reglamentos que al efecto emita la Junta General.- **Artículo cincuenta y cuatro (Art.54).**- Corresponde al Auditor Interno; a) constatar los actos de administración interna de la Sociedad, inspeccionando y fiscalizando las operaciones y cuentas de la Sociedad; b) rendir al Vigilante un informe trimestral de sus labores.- **Artículo cincuenta y cinco (Art. 55).**- La Junta Directiva solo podrá limitar el derecho de inspección y examen del Vigilante y del Auditor Interno, en casos de excepcional importancia, cuando así lo exija el interés de la Sociedad o de los accionistas, informando de tal medida a la Junta General en su próxima reunión.- **VI. BALANCES E INFORMES:- Artículo cincuenta y seis (Art. 56).**- El Gerente General deberá practicar Balances de prueba mensuales, con un estado de las operaciones activas y pasivas, según lo que resulte de la contabilidad; documentos que serán presentados a la Directiva.-También preparará los demás estados contables que la Directiva estime convenientes.- Al finalizar cada ejercicio, el mismo Funcionario, y en su defecto la Directiva, practicarán Inventario general de bienes, y de acuerdo con los resultados de la contabilidad se formará el Balance General con Estado de Ganancias y Pérdidas, dándose cuenta de tales documentos la Junta Directiva para su conocimiento, estudio, aprobación, en su caso.- Dichos documentos, junto con un informe de las operaciones de la Sociedad durante dicho el respectivo período, que preparará la Directiva, deberán ser presentados por esta misma Directiva, a la Junta General, y ésta Junta en vista de tales documentos les dará su aprobación o imprecación.- **Artículo cincuenta y siete (Art.57).**- Los gastos de constitución, instalación o reformas podrán registrarse en el activo y en este caso deberán quedar amortizados dentro de un período no mayor de cinco años; y durante dicho período se hará figurar como activo el saldo pendiente de amortización.- **VII.-UTILIDADES Y RESERVAS.- Artículo cincuenta y ocho (Art.58).**-La distribución de dividendos o prorrata entre las acciones suscritas, será proporcional al valor nominal pagado de cada acción.- Los dividendos o participaciones que se decretaren por acción serán pagados a favor del accionista registrado en el Libro de Registro de Acciones de la Sociedad, o a la persona que ellos indicaren, a la fecha en que se haya reunido la Junta General o la Junta Directiva que decretó o acordó el pago de dividendos, salvo el caso de que existieren cupones de dividendos.- La Sociedad no reconocerá intereses ni gastos por sumas que los accionistas o dueños no hubieren retirado oportunamente, ya provengan de dividendos o de otra causa.- **Artículo cincuenta y nueve (Art.59).**- Cada una de las Reservas deberá ser individualizada en los

libros y balances de la Sociedad bajo la denominación que le corresponda y la Junta Directiva autorizará el uso que pueda hacerse de dichas Reservas en caso de necesidad.- **Artículo sesenta (Art.60).**- De acuerdo con lo dispuesto en la Cláusula Vigésima de la Escritura de Constitución, el precio de las acciones reemitidas se destinará al incremento de la Reserva de Capital; pero si las acciones fueron adquiridas con utilidades no destinadas a la Reserva de Capital, la Sociedad podrá aplicar dicho precio, en todo o en parte, a utilidades.- En todo caso, la parte del precio que constituya ganancia obtenida en la reemisión, se destinará a la Reserva de Capital.- **VIII.- COMPROMISO ARBITRAL.- Artículo sesenta y uno (Art.61).**- En el arbitraje a que se refiere la Cláusula Vigésima Primera de la Escritura de Constitución, los dos árbitros deberán dictar su fallo o laudo dentro de sesenta días contados desde la fecha del nombramiento y aceptación del tercer árbitro.- En caso de discordia de los dos primeros, el tercero podrá conocer y fallar el asunto en cualquier caso, aún sin tener conocimiento de los dos fallos anteriores, dentro de un término adicional de treinta días.- Las partes podrán ampliar el período señalado para laudo por el tiempo que crean conveniente.- **IX.-DISOLUCION.- Artículo sesenta y dos (Art.62).**- Disuelta la Sociedad ésta conservará su personalidad jurídica mientras la liquidación se realiza.- y los Directores no podrán iniciar nuevas operaciones, pero conservarán las facultades de gestión, administración y representación hasta tanto los liquidadores no sean nombrados o éstos no tomen posesión de sus cargos.-**Artículo sesenta y tres (Art.63).**- Disuelta la Sociedad la Junta Directiva deberá convocar a la Junta General, dentro del término de treinta días para las deliberaciones y acuerdos relativos a la liquidación.- **X.-DISPOSICIONES GENERALES.-Artículo sesenta y cuatro (Art.64).**- Los presentes Estatutos se considerarán parte del acto constitutivo de la Sociedad; y en todo cuanto contengan normas contradictorias, reformativas o de cualquier modo incompatibles con lo dispuesto en la Escritura de Constitución, serán de ningún efecto.- **Artículo sesenta y cinco (Art.65).**- En el Libro de Actas de la Junta Directiva se asentarán también las actas de las sesiones del Comité Ejecutivo, salvo que la Junta Directiva disponga que el Comité lleve libro por separado.- **Artículo sesenta y seis (Art.66).**- El año fiscal de la Sociedad será el comprendido del primero de julio al treinta de junio del año siguiente.- **Artículo sesenta y siete (Art.67).**- En todo lo no previsto en la Escritura de Constitución y los presentes Estatutos se aplicarán las disposiciones del Código de Comercio vigente y las leyes generales o especiales.- **SEGUNDA: ELECCION DE LOS MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA.- Artículo sesenta y ocho (Art.68).**- Por unanimidad de votos los comparecientes eligen a los miembros de la Junta Directiva así: **Presidente Luis José Alemán Fabián, Vicepresidente Alberto José Amador Rivas, Secretario Oscar Vicente Leiva Lara, Tesorero Mayesli Carolina López Castillo , Vocal Juan David Willis, Al Vigilante Ebert Manuel Carballo López y al Auditor Interno, éste último por un período de tres años, a Bladimir López Acuña, con cédula de identidad número 401-241075-0017C, Licenciado en Contaduría Pública mayor de edad, Casado y del domicilio de Masaya,. – Los elegidos quedan en posesión de los cargos ante la Junta General de Accionistas por el período establecido a partir de la fecha de esta escritura, día de la elección.- No habiendo más que tratar el Presidente levanta la sesión con la anuencia de los otros otorgantes.- Así se expresaron los comparecientes a quienes advertí y hago conocer el valor y trascendencia legal de esta escritura, el objeto de las cláusulas especiales que contiene, el de las que envuelven renunciaciones o estipulaciones explícitas e implícitas, el de las generales que aseguran la validez de este instrumento y sobre la necesidad de su**

inscripción en el Registro Público competente.- El suscrito Notario Público certifica _____, " es conforme con el original_____- Y leída que fue la presente escritura a los comparecientes, la aprueban, ratifican y firmamos. Doy fe de todo lo relacionado. (firmas).

Malva Editorial y Dieño			
Estado de resultados			
Para el año que finaliza el DD/MM/AÑO			
Ingresos:			
Ventas brutas			471,534.00
Menos: Devoluciones y provisiones			C\$ -
Ventas netas			C\$ 471,534.00
Costo de las ventas			
Inventario inicial		C\$ 20,000.00	
Más: Compras		C\$ 20,000.00	
Costo de los fletes entrantes		C\$ -	
Mano de obra directa		C\$ -	
Gastos indirectos		C\$ -	
		C\$ 40,000.00	
Menos: Inventario final		C\$ 5,000.00	
Costo de las ventas			C\$ 35,000.00
Ganancia (pérdida) bruta			C\$ 436,534.00
Gastos:			
Publicidad		C\$ 6,000.00	
Amortización		C\$ 5,000.00	
Incobrables		C\$ 5,693.28	
Gastos bancarios		C\$ -	
Donaciones de beneficencia		C\$ -	
Comisiones		C\$ -	
Mano de obra contratada		C\$ -	
Gastos de tarjetas de crédito		C\$ -	
Gastos de entrega		C\$ 2,000.00	
Depreciación		C\$ 5,621.00	
Membresías y suscripciones		C\$ -	
Seguros		C\$ 5,000.00	
Intereses		C\$ -	
Mantenimiento		C\$ 5,000.00	
Varios		C\$ -	
Gastos administrativos		C\$ -	
Gastos operativos		C\$ -	
Impuestos sobre salarios		C\$ -	
Permisos y licencias		C\$ -	
Franqueo postal		C\$ -	
Honorarios profesionales		C\$ -	
Impuestos sobre la propiedad		C\$ -	
Alquileres		C\$ 5,600.00	
Reparaciones		C\$ -	
Teléfono		C\$ -	
Viajes		C\$ -	
Servicios públicos		C\$ -	
Gastos de los vehículos		C\$ -	
Sueldos y salarios		C\$ 275,752.00	
Total de gastos			C\$ 315,666.28
Ingresos operativos netos			C\$ 120,867.72
Otros ingresos			
Beneficio (pérdida) por venta de activos		C\$ -	
Ingresos por intereses		C\$ -	
Total de otros ingresos			C\$ -
Ganancia (pérdida) neta			C\$ 120,867.72

[EMPRESA S.A. DE C.V.]													
Estado de Flujo de efectivo													
Periodo inicia en:	100												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Efectivo al inicio del mes	C\$ 100,00	C\$ 122	C\$ 133	C\$ 183	C\$ 214	C\$ 245	C\$ 275	C\$ 306	C\$ 336	C\$ 367	C\$ 398	C\$ 426	C\$ 457
Ingresos en efectivo	C\$ -	C\$ 123,402	C\$ 264,957	C\$ 449,681	C\$ 683,091	C\$ 971,255	C\$ 1320,848	C\$ 1739,214	C\$ 2096,554	C\$ 2470,691	C\$ 2900,021	C\$ 3417,791	C\$ 4044,385
Ventas (efectivo)	C\$ 471,534.00	C\$ 518,687.40	C\$ 570,555.74	C\$ 627,611.57	C\$ 690,373.16	C\$ 759,410.32	C\$ 835,351.03	C\$ 918,886.10	C\$ 1010,774.61	C\$ 1111,852.46	C\$ 1223,037.25	C\$ 1345,340.72	C\$ 1479,875.07
Cobranza	C\$ 30,000.00	C\$ 33,000.00	C\$ 36,300.00	C\$ 39,930.00	C\$ 43,923.00	C\$ 48,315.30	C\$ 53,146.53	C\$ 58,461.65	C\$ 64,308.17	C\$ 64,892.82	C\$ 71,382.28	C\$ 78,520.23	C\$ 86,372.02
Créditos / otros ingresos	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -
Total Ingresos en efectivo	C\$ 501,534.00	C\$ 551,687.40	C\$ 606,855.74	C\$ 667,541.57	C\$ 734,296.16	C\$ 807,725.62	C\$ 888,497.56	C\$ 977,347.76	C\$ 1075,082.78	C\$ 1176,745.28	C\$ 1294,419.53	C\$ 1423,860.95	C\$ 1566,247.10
Efectivo Total Disponible	C\$ 501,534.00	C\$ 675,089.40	C\$ 871,813.14	C\$ 1117,222.71	C\$ 1417,386.87	C\$ 1778,980.49	C\$ 2209,346.05	C\$ 2716,561.80	C\$ 3171,656.58	C\$ 3647,435.86	C\$ 4194,440.39	C\$ 4841,651.84	C\$ 5610,632.18
Egresos en efectivo	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -
Compra de mercadería	C\$ 20,000.00	C\$ 30,000.00	C\$ 40,000.00	C\$ 50,000.00	C\$ 60,000.00	C\$ 70,000.00	C\$ 80,000.00	C\$ 90,000.00	C\$ 100,000.00	C\$ 110,000.00	C\$ 120,000.00	C\$ 130,000.00	C\$ 140,000.00
Compras (especificar)													
Sueldos brutos	C\$ 275,752.00	C\$ 275,752.00	C\$ 275,752.00	C\$ 275,752.00	C\$ 275,752.00	C\$ 275,752.00	C\$ 275,752.00	C\$ 413,628.00	C\$ 482,566.00	C\$ 517,035.00	C\$ 534,289.50	C\$ 542,886.75	C\$ 547,195.38
Otros gastos de nómina y operativos	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -
Artículos de oficina y mantenimiento	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00
Gastos de publicidad	C\$ 6,000.00	C\$ 7,000.00	C\$ 8,000.00	C\$ 9,000.00	C\$ 10,000.00	C\$ 11,000.00	C\$ 12,000.00	C\$ 13,000.00	C\$ 14,000.00	C\$ 15,000.00	C\$ 16,000.00	C\$ 17,000.00	C\$ 18,000.00
Autos, entregas y viajes	C\$ 2,000.00	C\$ 3,000.00	C\$ 4,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 6,000.00	C\$ 7,000.00	C\$ 8,000.00	C\$ 9,000.00	C\$ 10,000.00	C\$ 11,000.00	C\$ 12,000.00	C\$ 13,000.00	C\$ 14,000.00
Contabilidad y legal	C\$ 5,600.00	C\$ 5,600.00	C\$ 5,600.00	C\$ 5,600.00	C\$ 5,600.00	C\$ 5,600.00	C\$ 5,600.00	C\$ 5,600.00	C\$ 5,600.00	C\$ 5,600.00	C\$ 5,600.00	C\$ 5,600.00	C\$ 5,600.00
Renta	C\$ 1,680.00	C\$ 1,680.00	C\$ 1,680.00	C\$ 1,680.00	C\$ 1,680.00	C\$ 1,680.00	C\$ 1,680.00	C\$ 1,680.00	C\$ 1,680.00	C\$ 1,680.00	C\$ 1,680.00	C\$ 1,680.00	C\$ 1,680.00
Teléfono	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00
Servicios públicos	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00
Seguros													
Impuestos													
Otros gastos													
Intereses													
(Especificar)													
SUBTOTAL	C\$ 322,532.00	C\$ 354,532.00	C\$ 366,532.00	C\$ 378,532.00	C\$ 390,532.00	C\$ 402,532.00	C\$ 414,532.00	C\$ 564,408.00	C\$ 645,346.00	C\$ 691,815.00	C\$ 721,049.50	C\$ 741,666.75	C\$ 757,975.38
Reserva y/o en depósito	C\$ 55,600.00	C\$ 55,600.00	C\$ 55,600.00	C\$ 55,600.00	C\$ 55,600.00	C\$ 55,600.00	C\$ 55,600.00	C\$ 55,600.00	C\$ 55,600.00	C\$ 55,600.00	C\$ 55,600.00	C\$ 55,600.00	C\$ 55,600.00
Retiro de los accionistas	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -
Total Egresos en efectivo	C\$ 378,132.00	C\$ 410,132.00	C\$ 422,132.00	C\$ 434,132.00	C\$ 446,132.00	C\$ 458,132.00	C\$ 470,132.00	C\$ 620,008.00	C\$ 700,946.00	C\$ 747,415.00	C\$ 776,649.50	C\$ 797,266.75	C\$ 813,575.38
Posición de Efectivo	C\$ 123,402.00	C\$ 264,957.40	C\$ 449,681.14	C\$ 683,090.71	C\$ 971,254.87	C\$ 1320,848.49	C\$ 1739,214.05	C\$ 2096,553.80	C\$ 2470,690.58	C\$ 2900,020.86	C\$ 3417,790.89	C\$ 4044,385.09	C\$ 4797,056.81

EMPRESA S.A. DE C.V			PASIVO	
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014			Pasivo Circulante	
ACTIVO			Proveedores	C\$ 60,000.00
			Acreeedores	C\$ 131,027.00
Activo Circulante			Intereses por pagar	C\$ -
Caja	C\$	2,000.00	IVA por pagar	C\$ -
Bancos	C\$	50,000.00	Anticipo de clientes	C\$ -
Inversiones a corto plazo	C\$	-	Total Pasivo Circulante	C\$ 191,027.00
Cuentas por cobrar	C\$	30,000.00	Pasivo a Largo Plazo	
Inventario	C\$	20,000.00	Documentos por pagar a largo plazo	C\$ 300,000.00
Total Activo Circulante	C\$	102,000.00	Total Pasivo Circulante	C\$ 300,000.00
Activo Fijo			SUMA DEL PASIVO	
Edificios	C\$	-		C\$ 491,027.00
Terrenos	C\$	-	CAPITAL CONTABLE	
Depreciación acumulada	C\$	-	Capital social	C\$ 300,000.00
Mobiliario y equipo.	C\$	120,000.00	Reservas	C\$ 50,000.00
Depreciación acumulada	C\$	2,500.00	Resultados de ejercicios anteriores	C\$ -
Equipo de transporte	C\$	-	Resultados del ejercicio	C\$ -
Depreciación acumulada	C\$	-	Total Capital contable	C\$ 350,000.00
Equipo de cómputo	C\$	310,906.00	SUMA DEL CAPITAL CONTABLE	
Depreciación acumulada	C\$	5,621.00		C\$ 350,000.00
Total Activo Fijo	C\$	439,027.00	SUMA DEL PASIVO + CAPITAL CONTABLE	
Activo diferido				C\$ 841,027.00
Rentas pagadas por anticipado	C\$	-	SUMA DEL PASIVO + CAPITAL CONTABLE	
Otros activos diferidos	C\$	300,000.00		C\$ 841,027.00
Total Activo Diferido	C\$	300,000.00	SUMA DEL PASIVO + CAPITAL CONTABLE	
SUMA DEL ACTIVO	C\$	841,027.00		C\$ 841,027.00

PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIOS DE DISEÑO

Datos iniciales	
Precio Venta	223.31
Costo Unitario	111.66
Gastos Fijos Mes	75,682.00
Q Equilibrio	678
\$ Equilibrio	151,371

< Agregar datos de plan

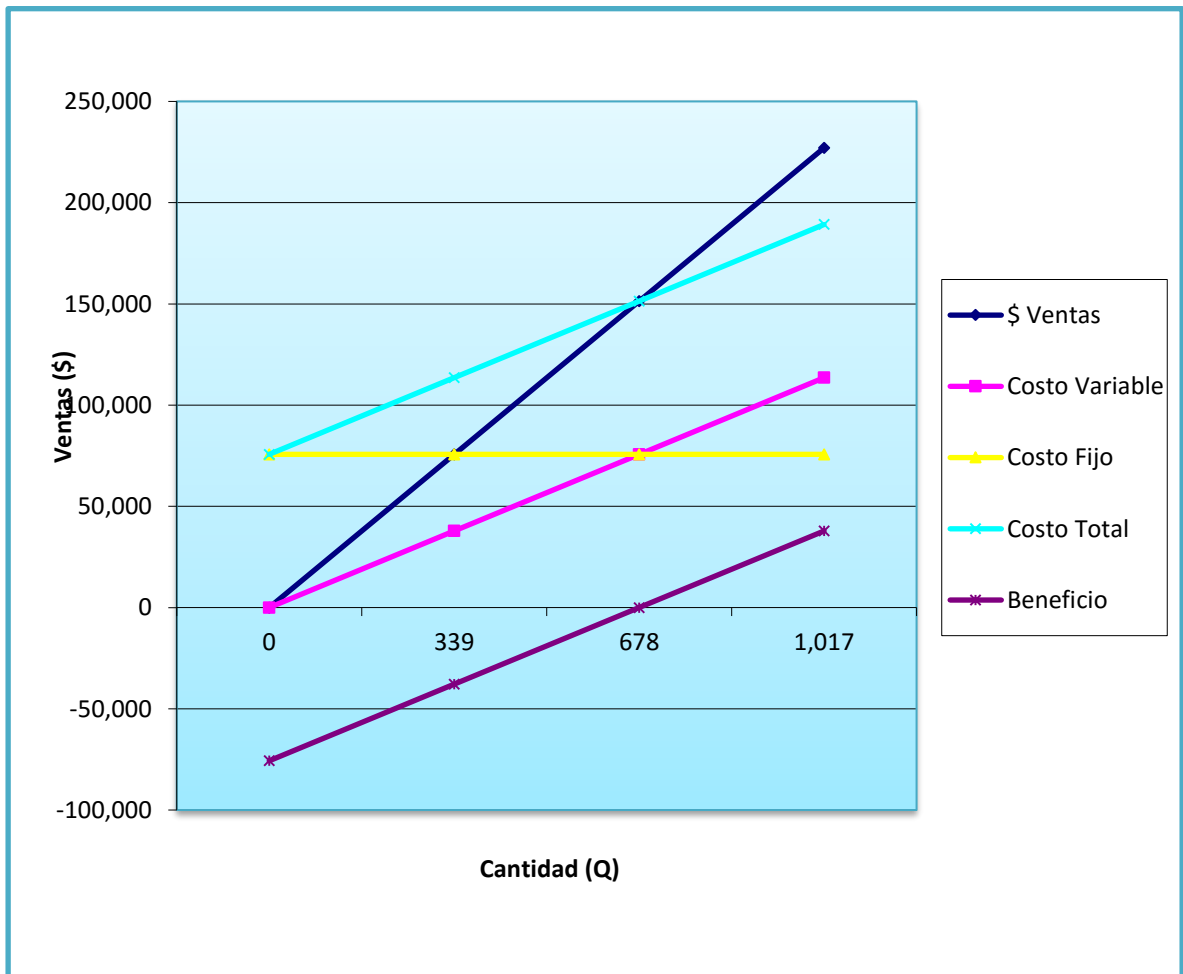
< Agregar datos de plan

< Agregar datos de plan

Pto Equilibrio en unidades producidas

Pto de Equilibrio en ventas netas

Datos para el gráfico		PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q Ventas	0	339	678	1,017
\$ Ventas	0	75,685	151,371	227,056
Costo Variable	0	37,844	75,689	113,533
Costo Fijo	75,682	75,682	75,682	75,682
Costo Total	75,682	113,526	151,371	189,215
Beneficio	-75,682	-37,841	0	37,841
Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 677.850 unidades al mes				



VENTAS SERVICIOS DE DISEÑO

		dólares	precio	costo del papel	impresión	Costo de la tarjeta de graduación	punto de equilibrio	Margen de ganancia	precio de venta	total de la venta	ganancia
	Clientes/Servicios		diseño								
	UNIVERSIDADES	cantidades/precio	30.00	1.00	10.00		Costo de 1 tarjeta	100%			
	1 UPOLI	600	30.00	1.00	6,000.00	6,031.00	10.05	10.05	20.10	12,062.00	6,031.00
	2 UNICIT	450	30.00	1.00	4,500.00	4,531.00	10.07	10.07	20.14	9,062.00	4,531.00
	3 UNIRUPAC	800	30.00	1.00	8,000.00	8,031.00	10.04	10.04	20.08	16,062.00	8,031.00
	4 UNIVERSIDAD DEL VALLE	500	30.00	1.00	5,100.00	5,41.00	1.08	1.08	2.16	1,082.00	541.00
	5 LUCA	400	30.00	1.00	4,000.00	4,031.00	10.08	10.08	20.16	8,062.00	4,031.00
	6 UNAM	1200	30.00	1.00	12,000.00	12,031.00	10.03	10.03	20.05	24,062.00	12,031.00
	7 UNICA	600	30.00	1.00	6,000.00	6,031.00	10.05	10.05	20.10	12,062.00	6,031.00
	8 UAM	700	30.00	1.00	7,000.00	7,031.00	10.04	10.04	20.09	14,062.00	7,031.00
	9 UDE M	800	30.00	1.00	8,000.00	8,031.00	10.04	10.04	20.08	16,062.00	8,031.00
	10 UNIVERSIDAD AGRARIA	1100	30.00	1.00	11,000.00	11,031.00	10.03	10.03	20.06	22,062.00	11,031.00
	11 UCC	430	30.00	1.00	4,300.00	4,331.00	10.07	10.07	20.14	8,662.00	4,331.00
	12 UNIVERSIDAD DE CIENCIAS MEDICAS	400	30.00	1.00	4,000.00	4,031.00	10.08	10.08	20.16	8,062.00	4,031.00
	1- tarjetas de graduacion	7980	360.00	12.00	75,310.00	75,682.00	111.86		223.31	151,364.00	75,682.00
	2- diseño de tarjeta										



Escuela de
Diseño

Proyecto:

Manual de la Imagen Empresarial



Autores:

Mayesli Carolina López Castillo

Alberto José Amador Rivas

Luis José Alemán Fabián

Managua, Lunes 19 de Septiembre del 2016



Universidad
Politécnica
de Nicaragua

Sirviendo a la Comunidad

Índice

1.	Introducción.....	1
2.	Breve Historia.....	2
3.	El Logotipo.....	3-4
	a) Positivo	
	b) Negativo	
4.	Red de Construcción del Logotipo.....	5
5.	Estándar de Color.....	6
6.	Proporción del Logotipo.....	7
7.	Tipografía.....	8-9
8.	Papelería Externa e Interna.....	10
	a) Tarjeta de Presentación.....	10
	b) Hoja Membretada Tamaño Carta.....	11
	c) Factura.....	12
	d) Proforma.....	13
9.	Misceláneos.....	14-15
10.	Conclusión.....	16

Introducción

Este manual es un documento de carácter normativo que presentará, describirá y explicará los signos que definen nuestra identidad corporativa. El objeto de este manual es presentar a la compañía y velar por la coherencia de la imagen y de la marca a lo largo del tiempo, teniendo en cuenta las distintas situaciones posibles.

Este manual debe ser consultado por todos aquellos profesionales que tengan la responsabilidad de aplicar la imagen de Malua editorial y diseño.

Las piezas no definidas en este manual se realizarán respetando los criterios generales y el estilo marcados por éste. Malua editorial y diseño está intentando ir un paso más allá en el sector de diseño. Para ello nuestro compromiso es darles a nuestros clientes un servicio cercano, distinguido y de calidad.

En definitiva, hacer de su visita una experiencia especial. Para transmitir nuestros valores hemos creado una marca sencilla, reconocible que transmite limpieza, discreción. Los principales atributos sobre los que se apoya la marca son: la excelencia y la unidad.

El logotipo también ha sido desarrollado para otorgar modernidad y seguridad al negocio así como cercanía hacia sus clientes

Breve Historia

Esta empresa nace por el deseo de implementar los conocimientos adquiridos en la carrera de diseño gráfico, somos un grupo de jóvenes profesionales emprendedores, responsables, íntegros, trabajadores, confiables y seguros de sí mismos, comprometidos al desarrollo y funcionamiento de nuestra sociedad. Nos encanta la solución de problemas. Encontrar una solución que transmita energía como ninguna otra cosa. Somos profesionales egresados de la carrera de Diseño gráfico egresados de la Universidad Politécnica de Nicaragua, Alberto Amador, Luis Alemán y Mayesli López, jóvenes amantes del arte, del trabajo publicitario, la fotografía, etc; Nuestro objetivo es colaborar con la sociedad o pymes para resolver sus problemas de negocio visualmente, ya sean las más pequeñas puedan darse a conocer al público ofreciendo sus servicios o las más grandes que necesitan mantenerse dentro del mercado. Contamos con el apoyo tanto de nuestra familia como de amistades, estos son un pilar importante que da el motor para seguir adelante en nuestro proyecto. Dentro de nuestra rutina diaria por el momento es trabajar y como forma de culminación de estudios crear este negocio Malua editorial y diseño es un negocio propio que será útil, eficiente y capaz de mostrar los conocimientos adquiridos en nuestra carrera y contribuir al desarrollo y funcionamiento de nuestro país.

Como jóvenes emprendedores queremos ofrecer un servicio o producto que pueda contribuir a la sociedad, primeramente analizando cual es el problema, el producto que queremos ofrecer, el o los clientes potenciales, como lo podemos ofrecer y distribuir; Realizar un plan que a cierto tiempo que sea útil para la creación de la empresa y producto, que le pueda dar credibilidad a nuestras propuestas para que el jefe, cliente e inversor pueda adquirir confianza a lo que se le ofrece y vende.

Como toda empresa que suele comenzar, debemos saber que no siempre obtendremos lo que necesitamos en ese momento, todo inicio es duro, pero nuestra satisfacción no es tanto la ambición de obtener la mayor cantidad de dinero, si no la satisfacción que podemos tener al servir a los demás con nuestro trabajo, dedicación, tiempo invertido y ellos puedan estar seguros que es la mejor opción para adoptar.

El Logotipo

Uso en positivo y negativo de la marca

Uso en positivo

Los componentes del logotipo guardan una relación exacta entre ellos y han sido cuidadosamente diseñados para representar a la marca en cualquier tipo de formato y soporte. Existen dos tipos de configuraciones permitidas de la marca, estas son Marca corporativa (1) y versión reducida (2).

Siempre debe emplearse la marca corporativa. En caso de que esta configuración no se adapte a la situación gráfica, se debe emplear la versión reducida de la misma.

Nunca deben cambiarse o rediseñarse las dimensiones y proporciones relativas de los elementos o combinarse con otros elementos que no aparezcan en este manual.



Uso en negativo

Aquí reproduciremos las versiones en negativo de nuestra marca. Su utilización se limita estrictamente a casos específicos en los que la marca esté forzada a utilizarse sobre fondo negro.

Existen dos tipos de configuraciones permitidas de la marca, estas son Marca corporativa (1) y versión reducida (2).

Siempre debe emplearse la marca corporativa. En caso de que esta configuración no se adapte a la situación gráfica, se debe emplear la versión reducida de la misma.

Nunca deben cambiarse o rediseñarse las dimensiones y proporciones relativas de los elementos o combinarse con otros elementos que no aparezcan en este manual.



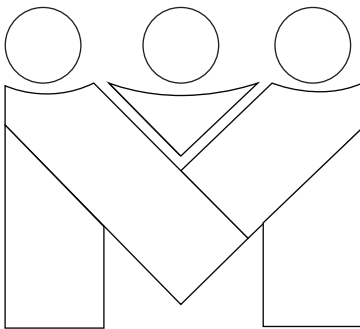
Uso en blanco y negro

Siempre se debe utilizar la versión en colores de la marca corporativa. Solo en casos en los que la reproducción en colores no sea posible.

se debe emplear la versión en blanco y negro (prensa y hojas de fax). Ésta versión nunca debe ser utilizada en formatos digitales.

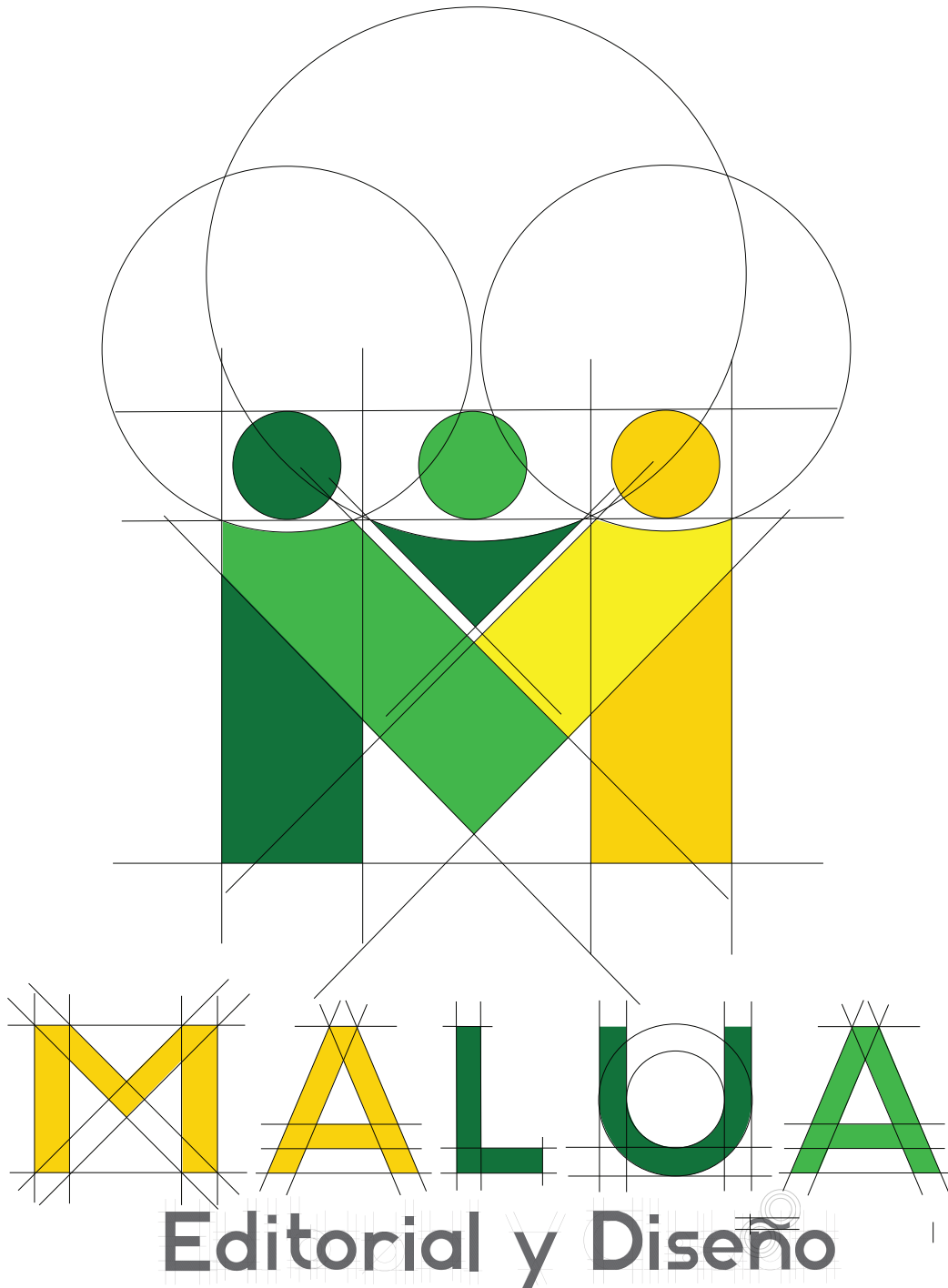
Nunca deben cambiarse o rediseñarse las posiciones y proporciones relativas de los elementos o combinarse con otros elementos que no aparezcan en este manual.

A continuación mostramos las distintas versiones en escala de grises y blanco y negro puros, sobre los diferentes fondos neutros.



Red de Construcción

Para elaborar el diseño de la marca se han utilizado tres elementos gráficos: circunferencia, rectángulo y forma. La forma base de la que se ha partido para crear las letras ha sido el rectángulo. A la cual se le ha asignado un grosor específico en el borde, dando lugar a la primera letra. La M del logo representa la cantidad de socios que trabajamos en la empresa, la unión de un grupo de jóvenes diseñadores gráficos. Este consta de 4 pasos.



Estándar de Color

El verde es el color de la vegetación, por esta misma razón, se le asocia con la fertilidad. Simboliza esperanza, dinero y también lo venenoso.

Este color resulta de la mezcla del azul con el amarillo. Al igual que este último, es muy variable; ya que una pizca de otro color puede transformarlo completamente, asimismo, cambia con facilidad cuando está bajo luz artificial.






El verde no tiene connotaciones negativas, ni positivas por sí mismo; por esta razón, se dice que es intermedio. También se le asocia con la tranquilidad, la armonía y con lo agradable.

Los atributos positivos o negativos de este color dependen de con cuáles otros colores se combinen. Cuando el verde se combina con tonos marrones, simboliza lo amargo, cuando lo hace con el amarillo; lo agrio, y cuando lo hace con el azul; lo fresco.

También simboliza la buena suerte, lo cual no nos resulta extraño si tomamos en cuenta que el trébol verde es el símbolo por excelencia de la buena fortuna.

Es el color de la juventud, lo cual no a todos causará sorpresa; basta con que pensemos que la mayoría de frutas y vegetales cuando son muy nuevas, presentan un color verde.

El color amarillo significa diversión, inteligencia, juventud, belleza, traición, sensualidad, creatividad... Definitivamente, son muchos significados para un sólo color; El amarillo es uno de los colores primarios, ya que no es el resultado de ninguna mezcla. Es un color claro y luminoso, razón por la cual se le asocia con el sol; de ahí que al mismo tiempo, también se relacione con el conocimiento y la inteligencia; ya que tanto lo primero como lo segundo, a lo largo de la historia se ha representado simbólicamente mediante el astro rey (sol=luz=conocimiento). Sólo hay que recordar cómo en la mitología griega, Apolo (a quien se relacionaba con el conocimiento y la ciencia) era también, dios del sol. Asimismo, se le llamó "Siglo de las Luces" o "Ilustración" a esa época en la que el intelecto y la racionalidad estaban en su apogeo.

MUESTRA	PANTONE	CMYK
	7403 M	C=89 M=29 Y=93 K=18
	7403 M	C=70 M=0 Y=87 K=0
	7403 M	C=3 M=16 Y=0 K=0
	7403 M	C=6 M=0 Y=87 K=0
	7403 M	C= M= Y= K=68

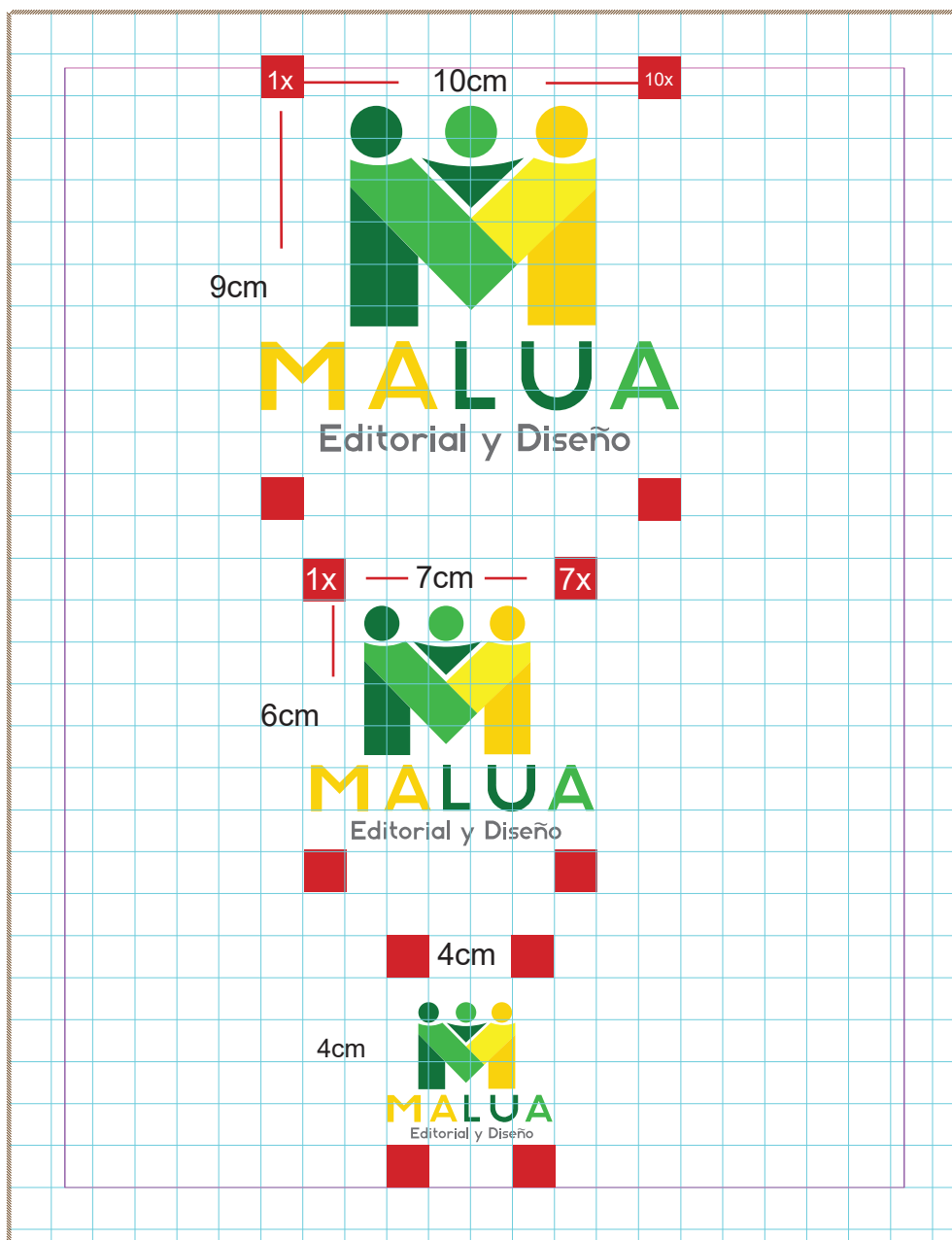
Proporción del Logotipo

Hoja tamaño carta (reducción 60%)

Para mantener la identidad visual y la correcta legibilidad de la marca existen unos tamaños mínimos.

La marca no se podrá reducir menos de 4 cm de largo y 4 cm de ancho. Tampoco se admitirá cualquier tipo de achatamiento o estiramiento, o cualquier tipo de deformación que estropeen la imagen de la marca.

En todo caso, la reducción debe hacerse a escala para no modificar la marca.



TIPOGRAFÍA DEL LOGOTIPO

Se utilizó la tipografía R&C Demo como base para la creación del logotipo, letras mayúsculas y minúsculas.

Font name: R&C Demo
Version: Version 001.000
OpenType Layout, PostScript Outlines

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
!@ # \$ % & ' () * + , - . / =

12 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 12 456789

18 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 12 456789

24 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 12 456789

36 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 12 456789

48 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 12 456789

60 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 12 456789

72 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 12 456789

Arial

Malua, no sólo desea transmitir sus valores de marca a través de formas gráficas y colores, sino también a través de la tipografía. Por este motivo se ha elegido la familia de fuentes Arial para el manual y papelería en general, y de igual manera esta fuente es la recomendada para las diversas piezas publicitarias.

Arial Regular

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q
R S T U V W
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r
s t u v w x y z
1 2 3 4 6 7 8 9 0

Arial Italic

*A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q
R S T U V W
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r
s t u v w x y z
1 2 3 4 6 7 8 9 0*

Arial Bold Italic

***A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q
R S T U V W
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r
s t u v w x y z
1 2 3 4 6 7 8 9 0***

Arial Black

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P
Q R S T U V W
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r
s t u v w x y z
1 2 3 4 6 7 8 9 0**

PAPELERÍA EXTERNA E INTERNA

a) Tarjeta de presentación

Tamaño: 3.5" x 2.0"



b) Hoja Membretada

Tamaño Carta:
Ancho: 8.5"
Alto: 11.0"

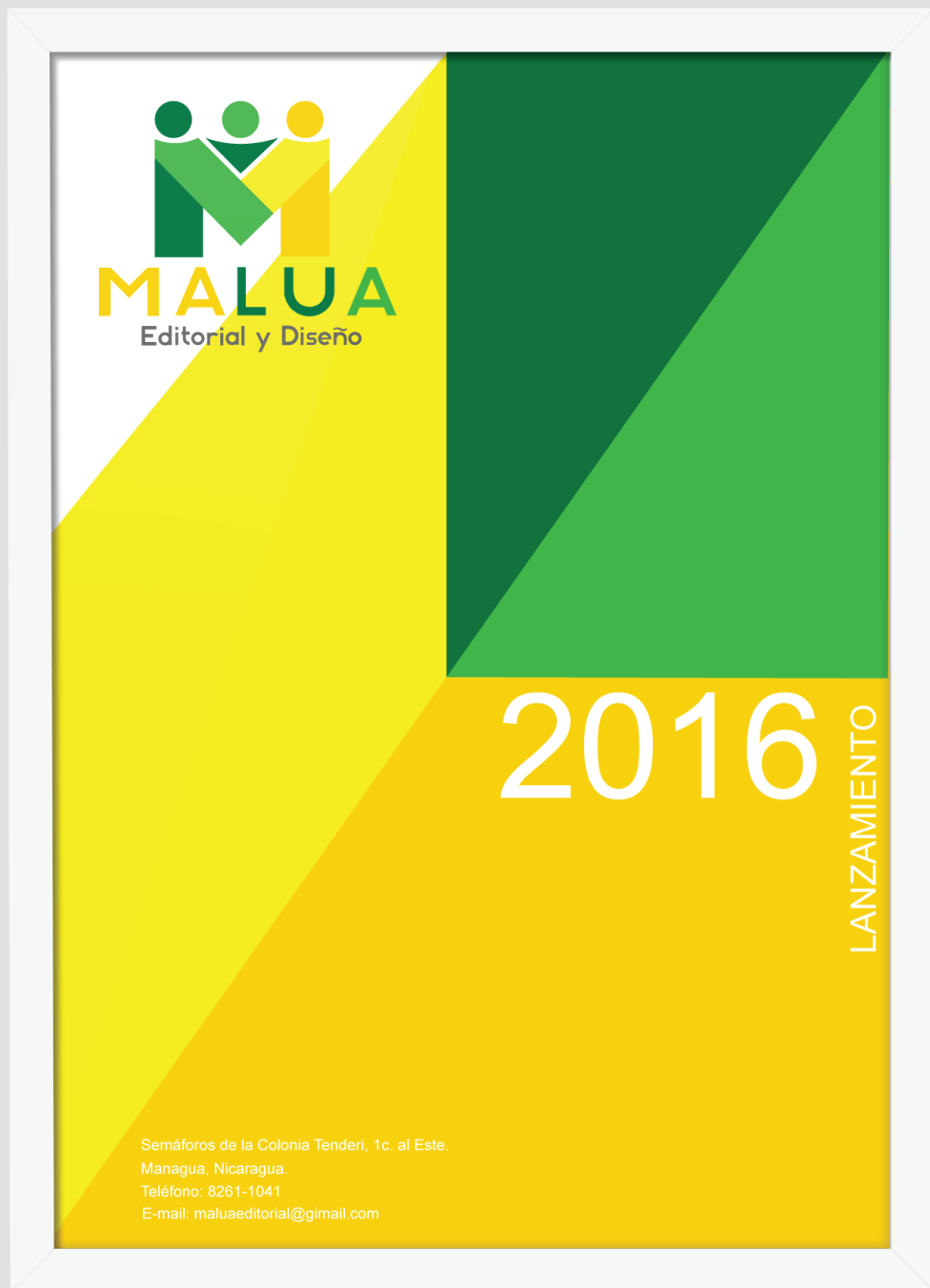
Nota:

Tiene el logotipo de la empresa de fondo como marca de agua, con una opacidad de 20%. Así mismo para efecto de presentación la hoja tamaño carta se redujo a una escala del 60%.





Poster



Conclusión

La imagen empresarial es lo que hace la diferencia. El logotipo Malua Editorial y Diseño, es la forma de distinguirse y diferenciarse de los demás.

Con el logotipo se quiere dar la imagen que la empresa quiere transmitir a sus clientes. En definitiva, hacer de su visita una experiencia especial. Para transmitir nuestros valores hemos creado una marca sencilla, reconocible que transmite limpieza, discreción. Los principales atributos sobre los que se apoya la marca son: la excelencia y la unión. El logotipo también ha sido desarrollado para otorgar modernidad y seguridad al negocio así como cercanía hacia sus clientes.

Otro componente que lleva la imagen empresarial, es la estética. Es necesario elaborarla de la forma más atractiva y adecuada para el público lo que hace que se diferencie de las demás.

Revista

Revista Universitaria
Vol.1

idea!

JÓVENES EMPREENDEDORES

Cómo 
Emprender

Aprende
(El arte) 

 **AI
GYM**

 **El
Negocio**

Vamos 
de Tour



Logotipo



Hemos escogido oe! para la revista ya que es una palabra popular muy utilizada por los Nicaraguenses, siendo nuestro público meta a quien va dirigido, en su mayoría a jóvenes.

La revista tendrá temas variados como educativos y de entretenimiento.

Será distribuida de manera gratuita cada 15 días en puntos estratégicos, siendo la revista completamente sustentada por las empresas que deseen publicarse en ella

Tipografía Logotipo

Arial Narrou

Tipografía cuerp de texto

Arial Regular

Muestra Infográfica de la Revista

NOMBRE DEL ARTÍCULO **NOMBRE DE TEMA** **EDICIÓN**

N° DE PÁGINA Y NOMBRE DE REVISTA

NOMBRE DEL ARTÍCULO **EDICIÓN**

N° DE PÁGINA Y NOMBRE DE REVISTA

NOMBRE DEL ARTÍCULO **NOMBRE DE TEMA** **EDICIÓN**

N° DE PÁGINA Y NOMBRE DE REVISTA

NOMBRE DEL ARTÍCULO **EDICIÓN**

NOMBRE DE TEMA

N° DE PÁGINA Y NOMBRE DE REVISTA

NOMBRE DEL ARTÍCULO **EDICIÓN**

NOMBRE DE TEMA

N° DE PÁGINA Y NOMBRE DE REVISTA

NOMBRE DEL ARTÍCULO **EDICIÓN**

NOMBRE DE TEMA

N° DE PÁGINA Y NOMBRE DE REVISTA

Medidas y Hohas de estilo

Hojas de estilo

3 columnas

MARGEN SUPERIOR
2cm

Hojas de estilo

2 columnas

MARGEN LATERAL DERECHO E IZQUIERDO 1cm	Nombre del artículo		Nº. DE EDICIÓN	Nombre del artículo					
	TEMA								
<p>El arte (del latín ars, artis, y éste del griego τέχνη téchnē)¹ es entendido generalmente como cualquier actividad o producto realizado por el ser humano con una finalidad estética y también comunicativa, mediante la cual se expresan ideas, emociones o, en general, una visión del mundo, a través de diversos recursos, como los plásticos, lingüísticos, sonoros, corporales y mixtos.² El arte es un componente de la cultura, reflejando en su concepción los sustratos económicos y sociales, y la transmisión de ideas y valores inherentes a cualquier cultura humana a lo largo del espacio y el tiempo.</p> <p>Se suele considerar que con la aparición del Homo sapiens el arte tuvo en principio una función ritual, mágica o religiosa (arte</p>		<p>pero esa función cambió con la evolución del ser humano adquiriendo un componente estético y una función social pedagógica, mercantil o simplemente ornamental.</p> <p>La noción de arte continúa sujeta a profundas disputas, dado que su definición está abierta a múltiples interpretaciones, que varían según la cultura, la época, el movimiento, o la sociedad para la cual el término tiene un determinado sentido.</p> <p>El vocablo 'arte' tiene una extensa acepción, pudiendo designar cualquier actividad humana hecha con esmero y dedicación,</p>		<p>o cualquier conjunto de reglas necesarias para desarrollar de forma óptima una actividad; se habla así de "arte culinario", "arte médico", "artes marciales", "artes de arrastre" en la pesca, etc. En ese sentido, arte es sinónimo de capacidad, habilidad, talento o experiencia. Sin embargo, más comúnmente se suele considerar al arte como una actividad creadora del ser humano, por la cual produce una serie de objetos (obras de arte) que son singulares, y cuya finalidad es principalmente estética.</p>		<p>La definición de arte es abierta, subjetiva y discutible. No existe un acuerdo unánime entre historiadores, filósofos o artistas. A lo largo del tiempo se han dado numerosas definiciones de arte, entre ellas: «el arte es el recto ordenamiento de la razón» (Tomás de Aquino); «el arte es aquello que establece su propia regla» (Schiller); «el arte es el estilo» (Max Dvořák); «el arte es expresión de la sociedad» (John Ruskin); «el arte es la libertad del genio» (Adolf Loos); «el arte es la idea» (Marcel Duchamp); «el arte es la novedad» (Jean Dubuffet); «el arte es la acción, la vida» (Joseph Beuys); «arte es todo aquello que los hombres llaman arte» (Dino Formaggio); «el arte es la mentira que nos ayuda a ver la verdad» (Pablo Picasso); «arte es vida, vida es arte» (Wolf Vostell).</p>		<p>El arte ha sido desde siempre uno de los principales medios de expresión del ser humano, a través del cual manifiesta sus ideas y sentimientos. La forma como se relaciona con el mundo. Su función puede variar desde la más práctica hasta la ornamental, puede tener un contenido religioso o simplemente estético, puede ser duradero o efímero. En el siglo XX se pierde incluso el sustrato material: decía Beuys que la vida es un medio de expresión artística, destacando el aspecto vital, la acción. Así, todo el mundo es capaz de ser artista.</p> <p>El término arte procede del latín ars, y es el equivalente al término griego τέχνη (téchnē, de donde proviene 'técnica').</p>	
PUBLICIDAD		Nombre de revista		Nº de Página					
Nº de Página y nombre de revista		Nombre de revista		Nº de Página					

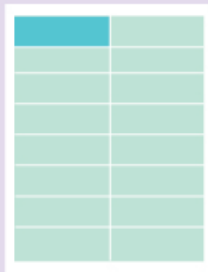
MARGEN INTERNO
0.5cm

El diseño de la revista varía en dependencia del tema que deba abarcarse.

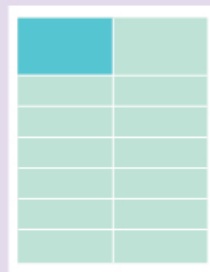
No se permitirá cambios en las medidas de los márgenes establecidos.

Tamaño y precio de espacio publicitario

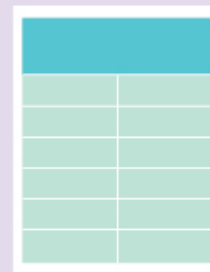
REVISTA TAMAÑO CARTA



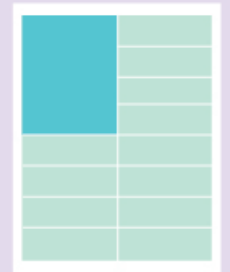
4.25X1.3" / 1 MÓDULO



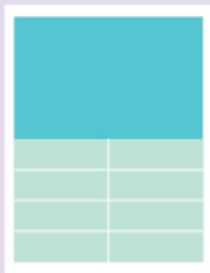
4.25X2.7" / 2 MÓDULOS



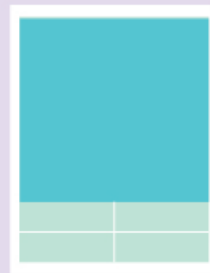
8.5X2.7" / 4 MÓDULOS



4.25x5.5" / 4 MÓDULOS



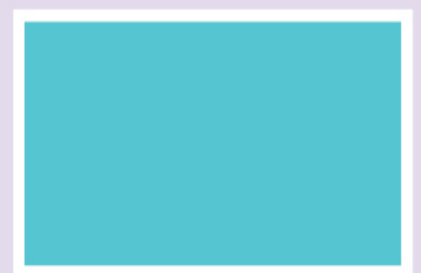
1/2 PÁGINA/8 MÓDULOS



8.5x8" / 12 MÓDULOS



1 PÁGINA/16 MÓDULOS



BISAGRA/32 MÓDULOS

Tamaño de espacios de revista	Precio \$
BISAGRA	700.00
1 PAGINA	300.00
8.5x8" PÁGINA	150.00
1/2 PAGINA	75.00
4.25x5.5" PÁGINA	35.00
8.5X2.7" PÁGINA	125.00
4.25X2.7" PÁGINAS	100.00
4.25X1.3" PÁGINAS	20.00
	1,505.00

De!

JÓVENES EMPREENDEDORES

Cómo  **Emprender**

Aprende
(El arte) 

 **AI
GYM**

El  **Negocio**

Vamos  **de Tour**

