



Geniographic

Universidad Politécnica De Nicaragua

POLI

Centro De Negocios Geneographic

Realizado por:

Alfa Sofía López López

Asesora Deydania Amador Garache



Contenido

Dedicatoria.....	6
Auditoria grupal.....	7
La Idea de Negocio.....	9
Resumen Ejecutivo.....	10
Capítulo I El Plan de Negocio.....	12
Justificación.....	13
Objetivos.....	14
Misión.....	15
Visión.....	15
Valores de la Empresa.....	15
Principios de la Empresa.....	15
Ventajas Competitivas.....	15
Distingos.....	15
Capítulo II El Mercado.....	16
Presentación del Producto o Servicio.....	16
La competencia.....	17
Tamaño del mercado.....	17
Consumo aparente.....	18
Demanda potencial.....	20
Participación de la competencia en el mercado.....	21
Niveles de precios.....	22
Encuesta.....	22
Sistema o metodología a utilizar.....	22
Riesgos y oportunidades de Mercado.....	31
Plan de Ventas.....	32
Distribución y Puntos de venta.....	33



Fijación y Políticas de precio	33
Empaque y Etiqueta.....	35
Plan de Publicidad.....	36
Garantía.....	36
Ventas Corto, Medio y Largo plazo	37
Capítulo III La Producción	39
Producto	39
Especificaciones del producto.....	39
Descripción del proceso de Producción	40
Diagrama de flujo del proceso.....	41
Características de la Tecnología o equipos	42
Equipos e Instalaciones	47
Materia Prima	48
Manejo de inventarios	48
Proveedores	48
Capacidad de producción máxima	49
Control de calidad	49
Capítulo IV La Organización	50
Objetivos del área de Organización	50
Estructura Organizacional.....	50
Funciones Específicas del puesto	51
Administración de Sueldo y Salario	52
Recursos Humanos	53
Selección y Contratación de Personal.....	54
Capacitación de Personal	54
Desarrollo de Personal	55
Capítulo V Las Finanzas.....	57



Flujo de efectivo	58
Balance General	59
Estado de resultado.....	60
Punto de equilibrio	61
Capítulo VI El marco legal.....	63
El manual de marca	64
Anexos	85



Dedicatoria Y Agradecimiento

Este trabajo está dedicado principalmente a Dios por prestarnos vida, salud, entendimiento y fuerza de voluntad para llegar al final de nuestra carrera y sellar el cumplimiento de la misma a través de este documento.

A nuestros maestros que con gran ímpetu y esmero estuvieron apoyándonos en cada momento y nos transmitieron conocimientos muy valiosos que ahora pondremos en práctica durante nuestra vida profesional, atesoramos cada palabra que despertó nuestra sed de conocimiento y nos motivó a retornos para ser cada día mejores.

A nuestras familias que con sus consejos y su apoyo constante e incondicional, formaron parte de nuestro desarrollo como profesionales.



Auditoria grupal

Nosotros somos Delfa López y Selena Amador, egresadas de la carrera de Diseño Gráfico. Nuestra gran pasión es la fotografía, nos encanta documentar e inmortalizar momentos, rostros, animalitos, plantas, paisajes, además de crear fotos comerciales y montajes de fantasía.

Tenemos una visión positiva de nuestro futuro y para esto asumimos nuestras responsabilidades para hacer que las cosas sucedan, buscamos resolver nuestros problemas por cuenta propia; pero cuando no está en nuestras manos resolver, buscamos ayuda con expertos.

Siempre estamos buscando información para conocer los recursos con los que podemos realizar nuestras tareas afrontando y adaptándonos a los cambios. Necesitamos enfocarnos en resolver primero lo primero, para que lo “urgente” no nos aleje del camino que queremos seguir; estamos logrando trabajar en equipo de una forma equitativa y estamos estudiando y adquiriendo hábitos que nos ayudaran a emprender de forma exitosa como son: la puntualidad y la facilidad de palabra. Tratamos de evitar a los ladrones de nuestro tiempo que son las personas o situaciones que nos distraen y hacen que no logremos terminar lo que teníamos agendado.

Ofrecemos amabilidad, respeto, honestidad y compromiso. Contamos con habilidades de apreciación estética, imaginación y originalidad que permiten el desarrollo de proyectos novedosos, creativos y de valor plástico. Agudeza visual, agilidad manual y precisión para el manejo de equipo y herramientas para la aplicación de procesos técnicos y artísticos. Poseemos habilidades para diseñar y dibujar, para conceptualizar y desarrollar proyectos a partir de la recopilación, interpretación y el análisis de la información.

Confiamos en que podemos emprender un negocio y salir de nuestra zona de confort para desarrollarnos profesionalmente y darle respuesta a las necesidades de diseño Audio-Visual de nuestros futuros clientes.

Ofrecemos ideas creativas para luego proyectarlas como comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales y con objetivos claros y determinados.

Nuestras familias nos ayudan de una forma incondicional y constante, nos ayudan económicamente, hacen tiempo para ayudarnos en labores que nos corresponde hacer en nuestros hogares cuando a nosotros no nos da tiempo, nos motivan a lograr nuestras metas.

Nuestros compañeros de trabajo nos ayudan a que el ambiente laboral sea agradable y a que nuestra jornada sea más productiva.

Durante nuestro quehacer diario Aseamos y ordenamos nuestras casas, organizamos y asistimos a reuniones, atendemos a nuestra familia, atendemos mascotas, diseñamos, dibujamos, hablamos por teléfono, revisamos y respondemos e- mail, nos comunicamos por redes sociales, leemos, ayudamos a nuestros clientes supliendo sus necesidades con asesorías, diseños y artes plásticas.

Preferimos relacionarnos con las personas cara a cara porque se crean lazos de confianza, pero también realizamos y recibimos llamadas telefónicas y correspondencia electrónica y física aunque ya no sea tan común usar correo, a veces se torna necesario. Las redes sociales son indispensables para nuestros planes de publicidad así que pretendemos usarlas para proyectarnos de forma digital y que nuestros futuros clientes conozcan nuestro trabajo y así nos recomienden para que vayamos ampliando nuestra cartera de clientes y obtener los recursos económicos, la estabilidad laboral y el sentimiento de bienestar necesarios para ir ampliando nuestro negocio.



Esta imagen nos representa porque es la suma de nuestras pasiones.





La Idea de Negocio

La percepción de la gente ha generado nuevos conocimientos para el campo del diseño y la publicidad que nos han servido de base y nos han permitido identificar tres ideas de negocios que presentamos a continuación:

- 1- Packaging: Ofrecer empaques personalizados no convencionales e interactivos con el consumidor, para productos que además de envolverlos y protegerlos, ayuden a identificarlos de su competencia.
- 2- Diseño de línea grafica de eventos sociales y corporativos: Ofrecer diseños funcionales y decorativos, para brindar una mejor presentación y orden a los eventos.
- 3- Estudio de imagen publicitaria: Ofrecer imágenes de carácter publicitario o comercial y personalizado utilizando técnicas para transmitir las cualidades que distinguen a nuestros clientes.

De las tres ideas que planteamos elegimos fusionar la segunda y la tercera, un estudio de imagen publicitaria y diseño gráfico, que permitirá desarrollarnos profesionalmente ya que contamos con las habilidades y los recursos necesarios para emprender este negocio al cual nombramos Geniographic porque pretendemos hacer fotografías y diseño gráfico con ingenio, utilizando design thinking, para lograr satisfacer las necesidades de comunicación visual de nuestros clientes. Este nombre surge de la fusión de nombres de una lluvia de ideas y consideramos que era el más adecuado para nuestro negocio, ya que describe nuestro servicio.



Resumen Ejecutivo

Este documento es un plan de negocios, elaborado como forma de culminación de la carrera de Diseño Gráfico. Por las estudiantes Delfa Sofía López López y Selena Deydania Amador Garache. Consiste en definir y evaluar la viabilidad, la organización y los recursos disponibles y necesarios para la puesta en práctica de un negocio que prestará servicios de Fotografía, diseño gráfico y Audiovisuales al cual nombramos Geniographic, ubicado en el distrito Uno de la ciudad de Estelí.

Geniographic iniciará con 8 empleados, los cuales son básicos para el buen funcionamiento del negocio.

En nuestro flujo de efectivo podemos observar que contamos con cifras positivas a partir del segundo mes, es decir, comenzamos a ganar a partir del segundo mes de operaciones. Además de ver que tendremos suficientes entradas de efectivo como para invertir y expandir el negocio.

En nuestro balance general se detalla nuestros activos y nuestros pasivos por C\$4,585,524.79, es decir los recursos y los deberes que tiene Geniographic. En el estado de resultados podemos ver que obtendremos una ganancia anual de C\$ 3,223,689.79 Córdoba. Para alcanzar nuestro punto de equilibrio debemos vender 84 unidades al mes, lo que indica que alcanzaremos nuestro punto de equilibrio a partir del segundo mes de operaciones.

Geniographic cuenta con dos socios, pretende iniciar operaciones en Diciembre del 2016, siendo una sociedad anónima y por cuestiones legales se agregaran 4 socios más en el primer semestre de operaciones.

A continuación se muestra la tabla de oportunidades del plan de negocios:

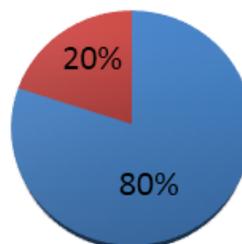


Tabla de Oportunidad de Plan de Negocio

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	Poca competencia	OPORTUNIDAD ALTA
% 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	Altos	OPORTUNIDAD BAJA
Costes de promoción	Altos	OPORTUNIDAD BAJA
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	Bajo	OPORTUNIDAD BAJA
Grado de control sobre distribuidores	Alto	OPORTUNIDAD ALTA
Barreras de entrada	Bajas	OPORTUNIDAD ALTA
Tecnología	De fácil adquisición	OPORTUNIDAD ALTA
Aporta innovación	Si	OPORTUNIDAD ALTA
Localización	Buena	OPORTUNIDAD ALTA
Equipo de gestión	Competente	OPORTUNIDAD ALTA
Posibilidades contractuales	Exclusividad	OPORTUNIDAD ALTA
Red de contactos	Amplia	OPORTUNIDAD ALTA
FACTORES FINANCIEROS		
Beneficio potencial s/ventas	Superior al 10 %	OPORTUNIDAD ALTA
Punto de equilibrio	A corto plazo	OPORTUNIDAD ALTA
Retorno de la inversión	Superior al 20 % anual	OPORTUNIDAD ALTA
Facilidad de salida	Difícil, costosa	OPORTUNIDAD BAJA
RESUMEN		
20	CRITERIOS CON	OPORTUNIDAD ALTA
5	CRITERIOS CON	OPORTUNIDAD BAJA

Gráfica de Oportunidad de Negocio

■ OPORTUNIDAD ALTA ■ OPORTUNIDAD BAJA





El Plan de Negocio

Surgimiento o Idea del Plan de Negocio

La idea de un estudio de imagen publicitaria surge de la necesidad de promover el valor de marca de las empresas pequeñas; mismas que tienen un presupuesto reducido para invertir en publicidad. Ofrecemos varios servicios la mayoría en el ámbito fotográfico todo es adaptable a cada cliente y sus necesidades.

Nuestra empresa quiere ofrecer imágenes publicitarias trabajadas científicamente aplicando psicología o neuromarketing para llevar un mensaje claro al consumidor de nuestros clientes, reflejando rostros y productos reales para que los consumidores no se creen falsas expectativas, logrando lazos de confianza entre estos.

Para promover nuestro proyecto definiremos nuestro público objetivo, es decir a quien va dirigida nuestra oferta y a quienes puedan estar interesados en convertirnos en sus proveedores, esto hará más fácil determinar los canales y el tipo de contenido que debemos mostrar.

Crearemos un perfil en las redes sociales más populares entre nuestro público objetivo, generaremos contenido periódicamente y las compartiremos primeramente haciendo uso de contactos personales y aprovechando las posibilidades que ofrecen las redes sociales para dar a conocer nuestro proyecto.

Crearemos una web propia en la que se encontrará información sobre nuestros servicios de forma extensa y con un diseño atractivo e interactivo.

Nuestro negocio estará ubicado en Estelí, en el barrio Alfredo Lazo, contiguo a donde fue el teatro Nancy. Elegimos esa ubicación porque es accesible para nuestros clientes y el local presta las condiciones para nuestras necesidades de espacio e iluminación.



Justificación

Este plan de negocios lo realizamos porque nos ayudará a emprender teniendo una visión clara y ordenada del proyecto de inversión, sus riesgos, ventajas y desventajas, así como conocer mejor los requerimientos y los recursos que se necesitaran para llevar a cabo el proyecto.

Ofertamos para pequeñas empresas como salones de belleza, talleres de mecánica, tiendas pequeñas etc. que quieren dar a conocer sus negocios pero no cuentan con un presupuesto para invertir en publicidad, ya que los medios convencionales tienen alto costo y no lo pueden asumir, pretendemos hacer que nuestros clientes luzcan atractivos ante los ojos del consumidor y para esto brindaremos asesoría como un plus para nuestros clientes.

Pretendemos que las tiendas tengan la oportunidad de externalizar la parte de la fotografía para publicitar sus productos, estamos en un mundo que cada vez se torna más digital y los negocios que no tengan un espacio en internet se irán quedando atrás. Nuestras fotografías y videos permitirán a nuestros clientes conectarse con sus clientes ya que permitirán la apreciación del producto tal como es, ya que le haremos retoques pero no cambiaremos el diseño original, logrando que los clientes de nuestros clientes no se sientan engañados.

Los datos estadísticos de los usuarios de ecommerce nos reflejan que:

El 68,1% de los usuarios que no compran en internet prefieren comprar en una tienda física.

Al 53,1% les preocupa que el producto no cumpla con sus expectativas.

El 35,7% de los compradores han devuelto algún producto en el último año.

Más del 80% indica que el producto era distinto al ofrecido en la web.

81% de los usuarios asegura que las fotos son muy pequeñas o de mala calidad.

El 79% de los usuarios se queja de la ausencia de material fotográfico.

El 52% se siente descontento por la escasez de fotos del producto.

Realmente los usuarios están demandando material fotográfico a las tiendas que ofertan online y que las fotografías de los productos mejore y sea fiel al producto. Nuestro labor será tratar de disminuir la devoluciones y los reclamos ayudando a nuestros clientes a ganar la confianza de sus clientes.



Objetivos

Objetivos Generales

Crear un estudio de imagen publicitaria que proporcione imágenes con estrategias efectivas que sumen valor y generen construcción de marca a través de impactos emocionales al consumidor; creando así experiencias vivenciales que permitan alcanzar fidelidad hacia las marcas y contribuya con el desarrollo comercial nuestro y de nuestros clientes.

Objetivos Específicos

Comunicar los beneficios y las cualidades que dan personalidad, diferencian e identifican a nuestros clientes de su competencia.

Contribuir a generar demanda o modificar las tendencias de consumo de los productos o servicios de nuestros clientes.

Crear conceptos y diseños novedosos.



Misión

Somos una empresa de imagen publicitaria que busca crear soluciones inteligentes y funcionales de diseño y fotografía publicitaria, adecuándonos a las necesidades del cliente y de esta manera lograr el éxito en cada trabajo que desarrollamos.

Visión

Deseamos ser una empresa de imagen publicitaria altamente eficiente, comprometida y socialmente responsable, basando nuestros resultados en la satisfacción de nuestros clientes.

Valores de la Empresa

Integridad: Estamos comprometidos en hacer lo correcto, honesto y justo.

Calidad: Nos dedicamos a producir consistentemente resultados que cumplen y exceden las expectativas de nuestros clientes.

Respeto: Valoramos las marcas y sus productos a tal grado que nos consideramos parte de los equipos de las empresas con quien trabajamos

Principios de la Empresa

Conseguir la calidad, la eficiencia y el rendimiento de nuestros proyectos.

La mejora continua de nuestros procesos de trabajo.

Transmitir con eficacia los valores de los productos o servicios de nuestros clientes.

Nos mueve la pasión por crear, innovar para obtener un trabajo bien hecho.

Ventajas Competitivas

Basamos nuestra estrategia comercial en la no competencia, apostamos por relaciones de mutua colaboración que generaran valor a nuestras marcas y a las marcas de nuestros clientes.

Ofrecemos una solución sólida y confiable, brindaremos muy buena atención porque en Geniográfico sabemos que el éxito de nuestros clientes es el nuestro.

Distingos

La utilización escenografías hechas por nosotros con materiales reutilizados que además de permitirnos hacer cosas diferentes, nos permitirá colaborar con el medio ambiente, una buena planificación del trabajo, máximo cuidado por el detalle y experiencia e innovación en la postproducción. Es nuestra forma de trabajar para entregar imágenes que venden.



Presentación del Producto o Servicio

Pretendemos crear una plataforma de e-commerce para conectar a nuestros clientes con su mercado meta, diseñaremos anuncios publicitarios y catálogos de venta funcionales y con excelentes resultados visuales. Para esto nuestra empresa también ofrecerá servicios como diseño gráfico, spot, fotografía publicitaria y documentales.

Diseño gráfico: Nuestra labor como diseñadores gráficos es la de encontrar la solución que mejor se ajuste a las necesidades de comunicación visual. Ya sea para un folleto promocional, o para diseñar toda la imagen corporativa de una empresa, diseño de logotipos, catálogos e imagen gráfica para eventos corporativos y sociales.

spot, Realizamos piezas audiovisuales ya sea a partir de gráficos en movimiento (motion graphics), de fotografías (stop motion) o de vídeo en alta resolución (Full HD)

Fotografía publicitaria, Están serán usadas ya sea en campañas publicitarias como en spot publicitarios tanto de nuestras empresa como de otras empresas de diseño que nos contraten para realizar sus fotografías. Serán fotografías para negocios que quieren dar vida o rostro a sus empresas y no quieren que se frivolicen su imagen con fotografías bajadas de la internet que pueden estar siendo utilizadas también por otras empresas con los mismos fines.

Fotografía artística y surrealistas, Como diseñadoras amamos la fotografía y consideramos que las fotografías pueden desbordar arte y belleza, realizaremos fotografías artísticas ya sean para hogares o empresas ya que están serán conceptualizadas y funcionales en el caso de las empresas, y meramente decorativas en los hogares.

Fotografías familiares, Dentro de nuestros productos ofreceremos sesiones fotográficas familiares ya sea en eventos o sesiones organizadas.

Fotografías de mascotas, Con el interés de fomentar el amor familiar incluiremos fotografías de mascotas únicas e innovaras más allá de mostrar a una mascota será representar alegría y el amor que estas aportan a las familias.

Documentales, realizados con estética y calidad, son una excelente forma de presentación dinámica. En general se utilizan para presentar temas de interés social o científico.

Investigación del Mercado

El principal objetivo del estudio de mercado radica en descubrir si nuestros clientes potenciales estarían dispuestos a adquirir nuestros productos, en conocer a la competencia, el tamaño de nuestro mercado, el consumo aparente, la demanda potencial, los riesgos y oportunidades del mercado y crear un plan de ventas para nuestro negocio y así mismo realizar la fijación de precios.



La competencia

Competencia directa

En Geniographic Somos Una Empresa innovadora y queremos ingresar en el mercado un servicio poco común en la ciudad de Estelí por lo cual no tenemos una competencia directa ya que no ofreceremos los mismos servicios y estamos enfocados más en el área de imagen publicitaria. En Estelí hay empresas de publicidad pero están enfocadas en rotulaciones, mantas, vallas, etc. En cuanto a las fotografías si tenemos competencia pero indirectamente.

Esta competencia indirecta son tres empresas establecidas ya en la ciudad de Estelí, la primera es FOTOFILAMACIONES RIGO ellos son un estudio fotográfico, también esta STAMPA una agencia de diseño gráfico y por ultimo SOLUCIONES CREATIVAS también una agencia de diseño gráfico pero con un distinto enfoque.

Competencia indirecta

Foto Filmaciones Rigo, Es un estudio fotográfico enfocado en eventos sociales y personales ya que asisten a promociones de universidades y colegios además de cumple años y eventos del municipio, también entre sus servicios imprimen fotografías para carnet y pasaporte.

Stampa, es una agencia de diseño gráfico especializada en rótulos y spot publicitarios.

Soluciones creativas, Esta agencia de diseño es parte de nuestra competencia indirecta ya que dentro de sus productos esta la fotografía que utilizan para realizar su publicidad y productos gráficos.

Tamaño del mercado

El 92% de las MIPYMES del departamento de Estelí venden sus productos y servicios directamente en el local de la empresa, un 12% vende a través de vendedores/distribuidores, un 8% a través de las pulperías, un 7% exporta, un 4% vende en supermercados y un 3% a través de mayoristas.

El subsector de alimentos es el que tiene una red de distribución más variada, pues vende en la empresa, en supermercados, pulperías, a través de mayoristas y de vendedores y 2 de ellas incluso exportan. El subsector cuero y calzado y agro industria también venden a Diagnostico de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas del Departamento de Estelí 43% a través de varias formas. Pero los subsectores artesanías y metal mecánica comercializan exclusivamente en el local de la empresa.



Consumo aparente

Los datos antes mencionado en el apartado de tamaño de mercado son datos brindados por el MIFIC, es decir que el número de clientes potenciales es del 62% de las MIPYMES de Estelí, lo cual equivale a 1,165 MIPYMES,

de las cuales tomamos una muestra de 50 y obtuvimos que:

el 50% contrataría nuestros servicios mensualmente.

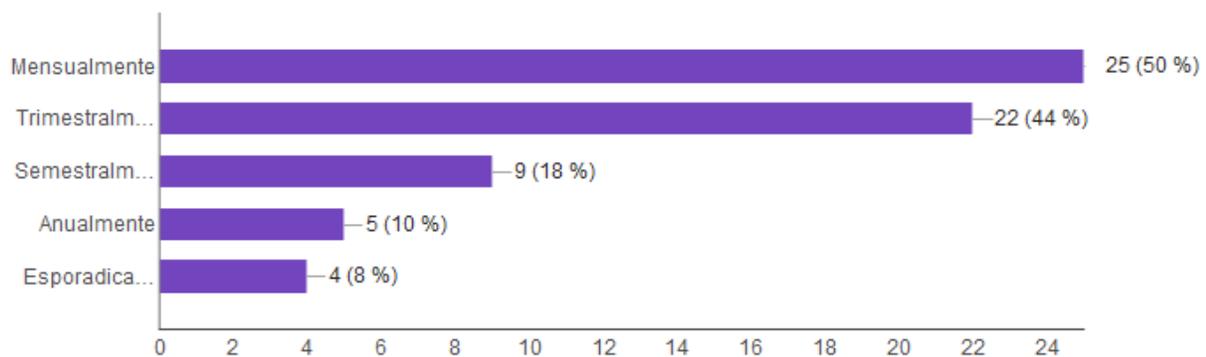
El 44% contrataría nuestros servicios de forma trimestral.

El 18% contrataría nuestros servicios de forma semestral.

El 10% contratarían nuestros servicios al menos una vez al año.

El 8% lo haría ocasionalmente o de forma esporádica.

¿Con que frecuencia a contratado publicidad? (50 respuestas)





En cuanto a nuestros servicios personalizados:

Nos concentraremos en el distrito 1 de la ciudad de Estelí el cual tiene 5,258 habitantes económicamente activos. Le realizamos nuestra entrevista a 50 personas de esta localidad.

El 16% contrataría nuestros servicios mensualmente.

El 24% Contrataría nuestros servicios trimestralmente.

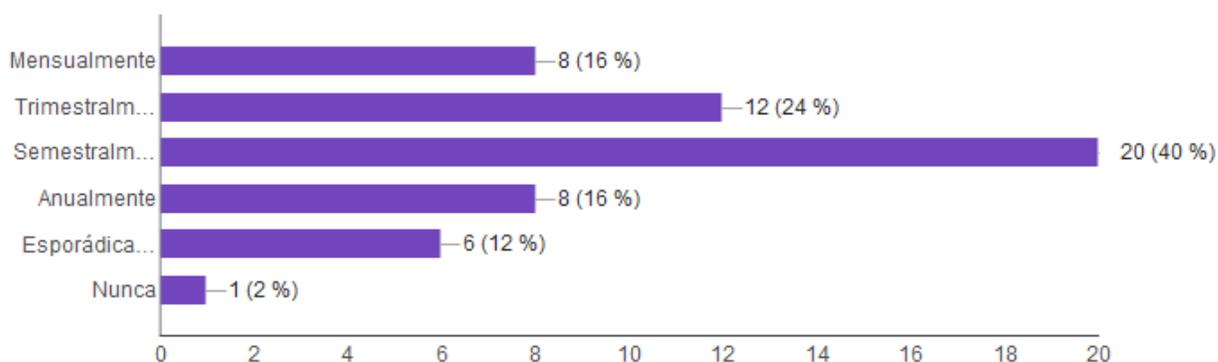
El 40% contrataría nuestros servicios semestralmente.

El 16% contrataría nuestros servicios anualmente.

El 12% contrataría nuestros servicios ocasionalmente.

El 2% nunca contrataría nuestros servicios.

¿Con que frecuencia les gustaría realizar estas sesiones? (50 respuestas)





Demanda potencial

Los subsectores que muestran un mayor crecimiento en número de unidades o establecimientos son, en primer lugar el de madera –mueble que en Estelí es una actividad muy importante porque también comprende la fabricación de cajas para puros

de exportación. En segundo lugar está el subsector de alimentos, que como dijimos anteriormente está representado en su mayor parte por panaderías caseras. En tercer lugar el cuero – calzado, una actividad muy tradicional que se dirige en mayor número a la producción de botas de lujo, del tipo botas – tubos, zapatos ortopédicos y deportivos.w

Nuestros clientes son dueños de sus pequeñas o medianas empresas que quieren darle la importancia que conlleva la publicidad en este caso en la fotografía, para representar sus negocios de manera eficaz y en relación con su entorno. Mipymes que necesitan soluciones en cuanto a fotografía y diseño gráfico para promover sus productos o servicios.

Nuestros clientes también son empresas de diseño que desean subcontratar el servicio de fotografías de calidad para realizar sus trabajos de diseño gráfico. Profesionales que quieren promover sus servicios mediante portafolios u otras necesidades de fotografía y diseño gráfico.

También nuestros clientes son familias que quieren preservar recuerdos de calidad para el futuro incluyendo las mascotas que son ahora consideradas parte de la familia.

$$Q = npq$$

$$Q = (1,165)(136.5)(1)$$

$$Q = 159,022.5$$



Participación de la competencia en el mercado

Nuestros competidores son estudios fotográficos y agencias de diseño gráfico.

Fotofilmaciones Rigo: Es la empresa de fotografía con mayor demanda en la ciudad de Estelí. Están ubicado a 400 metros de nuestra empresa en la calle central de la ciudad de Estelí. Son personas que realizan tramites de pasaporte, visas y cédulas, personas que se gradúan de sus carreras universitarias y colegios de la ciudad de Estelí, aquellos que solicitan servicio de fotografías para eventos especiales y personas que contratan servicios de sesiones fotográficas personalmente. Es la empresa con mayor demanda actualmente en Estelí ya que gracias a su participación en eventos y la calidad de sus productos son muy conocidos por los pobladores. Tiene ocho años de prestar sus servicios en la ciudad de Estelí. Cuentan con un establecimiento el cual alquilan en la ciudad de Estelí, cuentan con cámaras fotográficas profesionales NIKON, cuentan con reflectores e iluminadores artificiales, cuentan también con fondos falsos para fotografías y dos computadoras. Descuentos y promociones de temporadas. Arreglos florales, togas e iluminadores. Utilizan spot publicitarios en la televisión, viñetas de radio y publicidad en las redes sociales. Fotografías de calidad, responsabilidad con fechas de entrega, decoración del escenario para eventos.

Stampa y Soluciones Creativas son entre las más solicitadas en el área de spot publicitarios.

Stampa: están ubicados en la parte norte de Estelí, sobre la carretera panamericana a cinco kilómetros de nuestra empresa. Sus clientes son Empresas que buscan rotulaciones a gran formato y dueñas de empresas que quieren darse publicidad por medio de canales televisivos y de internet a través de medios audiovisuales. es una de las mejores empresas de rotulación de Estelí y es solicitada por las empresas más importantes de la ciudad empresas, actualmente cuenta con una pantalla digital interactiva en la carretera panamericana lo cual a causado que muchas empresas acudan a ellos para poder tener su espacio. Tiene diez años de estar establecida en la ciudad. Cuenta con un edificio propio, máquinas de impresión a gran formato, camionetas para transportar los rótulos y herramientas básicas de instalación, pantalla luminosa donde en carretera principal para llamar la atención del consumidor, gran variedad de servicios, innovación, acompañamiento en el proceso de instalación. las redes sociales son su primordial medio de difusión.

Soluciones Creativas: está ubicada sobre la calle central de Estelí a 800 metros de nuestra empresa son personas que realizan mantas para carreteras, también empresas que necesitan una identidad corporativa y personas que desean promover sus negocios a través de spot publicitarios. Nueva empresa en el mercado pero se ha dado a conocer rápidamente en la ciudad por su búsqueda de profesionalismo, trabaja en conjunto con otras empresas de diseño de la ciudad para entregar un mejor servicio. Tiene tres años de existir actualmente. Cuentan con un edificio propio, computadoras de para el área administrativas, diseño y contabilidad, además máquinas de impresión a gran formato. Descuentos por pedidos mayoristas. Utilizan mantas publicitarios, volantes, y las redes sociales. Búsqueda constante de la perfección y profesionalismo, entrega a tiempo, garantía de materiales de calidad.



Niveles de precios

Fotofilmaciones Rigo: Las fotografías de 12cm por 8cm cuestan 25C\$ cada una, Las fotografías tamaño carnet, diploma o pasaporte cuestan 60 C\$ las cuatro, Las sesiones fotográficas cuestan 20 dólares la hora, Las filmaciones cuestan 150 córdobas.

Stampa: Roller up 2mt x 0.85cm a u\$ 50 dólares,

Soluciones Creativas: sus spot publicitarios cuestan 200 dólares los treinta segundos.

Canales de distribución de la competencia

Fotofilmaciones Rigo: Una sesión de 100 fotografías son entregadas al cliente a los tres días de ser estas tomadas, las fotografías para tramites personales son entregadas inmediatamente. su producto ya en físico es entregado directamente al cliente desde su establecimiento.

Stampa: entrega las solicitudes de rótulos en un término de cuatro días después de estos ser pedidos. sus rótulos son entregados directamente al cliente ya que son instalados por ellos mismos.

Soluciones Creativas: El cliente retira sus trabajos en el establecimiento donde ellos están ubicados

Encuesta

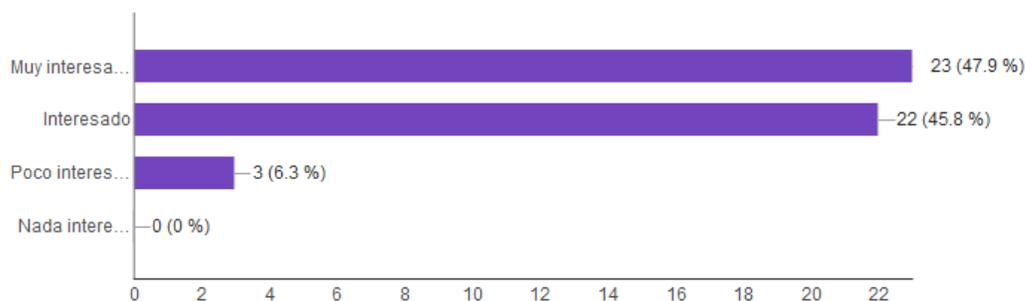
Sistema o metodología a utilizar

Contamos con una segmentación de mercado diferente para nuestros servicios por lo cual enviaremos vía correo electrónico dos cuestionarios, uno con dirigido a PYMES y otro dirigido a familias de clase media - alta de la ciudad de Estelí. Ambos cuestionarios elaborados con la herramienta forms de google para obtener resultados más rápidos.

Cuestionario

¿Qué tan interesado está en contratar servicios de publicidad para su negocio?

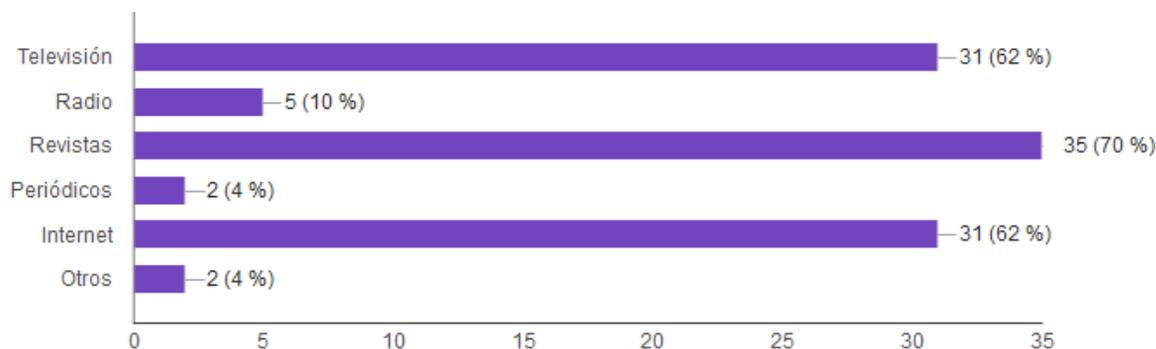
(48 respuestas)





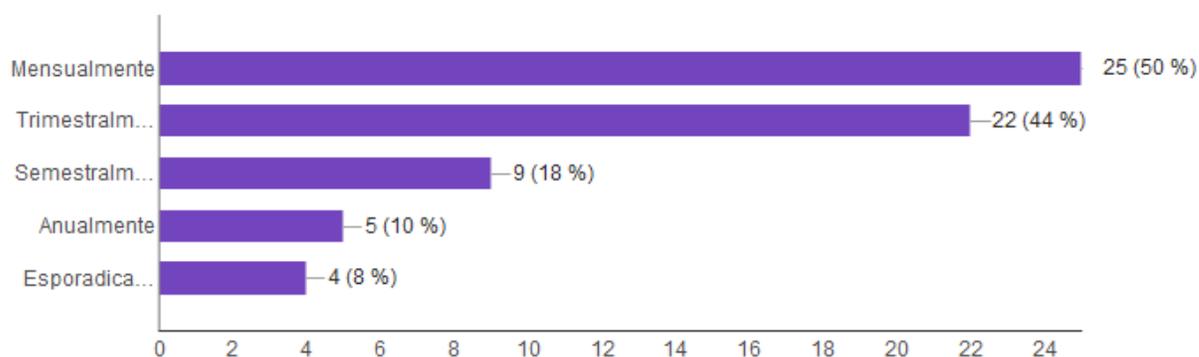
En el gráfico anterior podemos observar que de un total de 50 pymes de la ciudad de Estelí, el 47.9% respondió que están muy interesados en contratar servicios de publicidad, el 45.8% respondió estar interesado y el 6.3% respondió estar poco interesado. lo que implica que el 93.7% se mostro receptivo y el porcentaje restante poco receptivo.

¿Qué medios ha utilizado para hacer publicidad a su negocio? (50 respuestas)



En el gráfico podemos observar que de 50 pymes encuestadas, el 62% ha utilizado la televisión para hacer publicidad, el 10% radio, el 70% revistas, el 4% periódicos, el 62% Internet y el 4% ha utilizado otros medios. Lo que quiere decir que nuestra oferta para este sector tendrá bastante aceptación ya que se complementa con los medios que suelen utilizar.

¿Con que frecuencia a contratado publicidad? (50 respuestas)

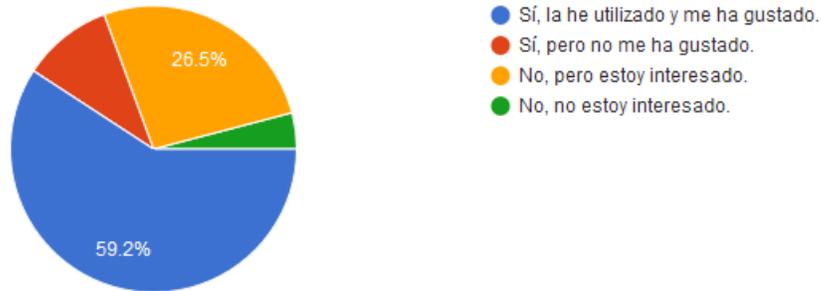


En el gráfico anterior vemos que el 50% de estas pymes suelen contratar publicidad mensualmente, el 44% trimestralmente, el 18% semestralmente, el 10% anualmente y el 8% de forma esporádica. Es decir que la frecuencia del consumo es alta.



¿Ha utilizado publicidad con fotografías reales de su negocio para atraer a sus clientes? ¿Le ha gustado?

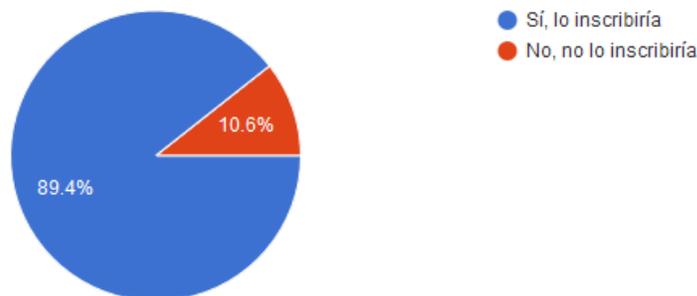
(49 respuestas)



Del gráfico anterior concluimos que el 59.2% han utilizado fotografías reales de su negocio para su publicidad y que les ha gustado el resultado, y que el 26.5% no las ha utilizado sin embargo les gustaría hacerlo. El porcentaje restante ya la uso y no gusto de los resultados y no está interesado en hacerlo.

¿Si existiera una página web en donde usted pueda inscribirse para contratar publicidad, inscribiría su negocio?

(47 respuestas)

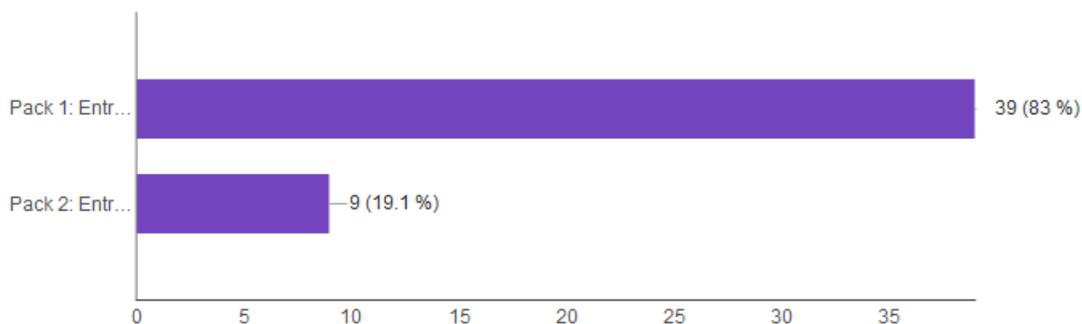


En el gráfico anterior vemos que el 89.4% inscribiría su negocio en una plataforma para contratar publicidad y el 10.6% no lo inscribiría. Lo que significa que mostraron aceptación.



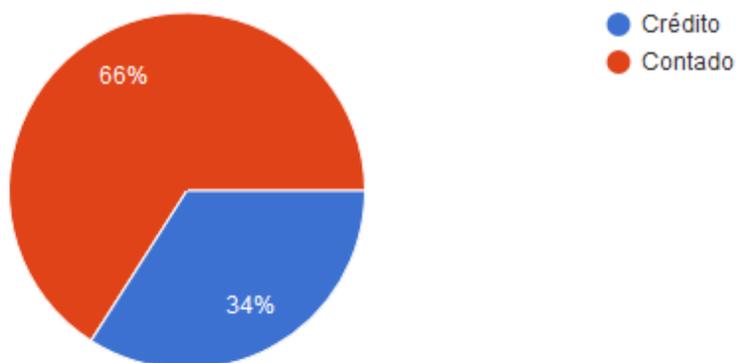
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una sesión de fotos para su empresa o para sus productos?

(47 respuestas)



El 83% está dispuesto a pagar \$100 dólares por nuestra oferta de pack 1 y el 19.1% está dispuesto a pagar \$150 dólares, lo que implica tiene mayor aceptación la oferta del pack 1.

¿En qué forma haría sus pagos? (47 respuestas)

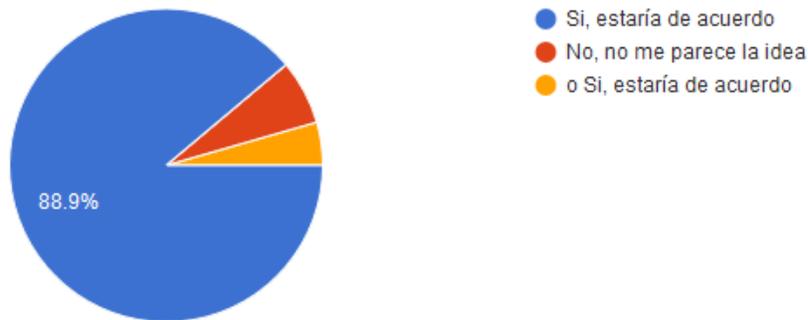


Nuestros clientes pagarían el 60% de contado y el 30% al crédito.



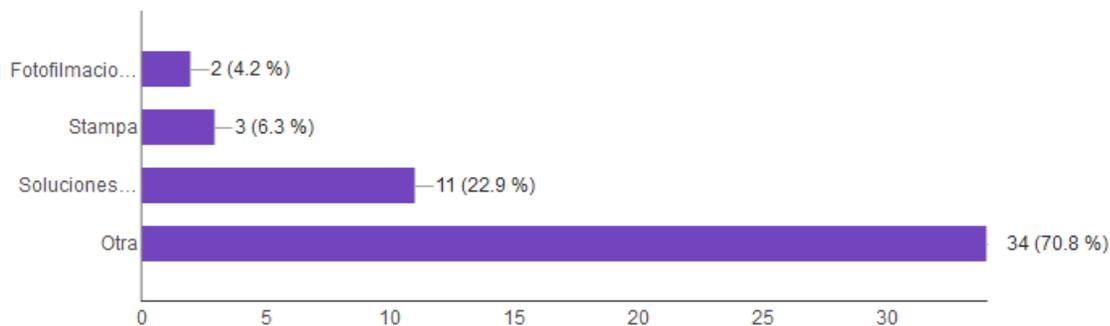
¿Estaría de acuerdo en que una empresa publicitaria se encargara de manejar su publicidad?

(45 respuestas)



De la respuesta a esta pregunta concluimos que el 89.9% de las pymes encuestadas estaría de acuerdo con que una empresa publicitaria manejara su publicidad en lugar de hacerlo por su cuenta y el porcentaje restante no estaría interesado en hacerlo.

¿Qué empresas de publicidad y fotografía conoce? (48 respuestas)

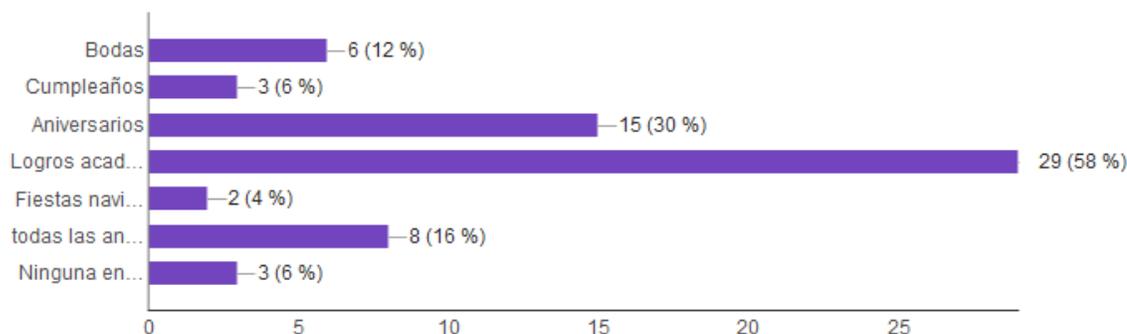


De la respuesta a esta pregunta concluimos que nuestra competencia aun no se ha posicionado y que la que muestra más ventaja es Soluciones creativas con un 22.9% , le sigue Stampa con el 6.3% y 4.2% fotofilmaciones Rigo. En el grafico podemos ver que el 70.8% conocen otras empresas de publicidad y fotografía lo que implica que este porcentaje conoce empresas fuera del distrito uno de la ciudad de Estelí.



¿En qué etapas de su vida le gustaría capturar sus recuerdos a través sesiones fotográficas profesionales?

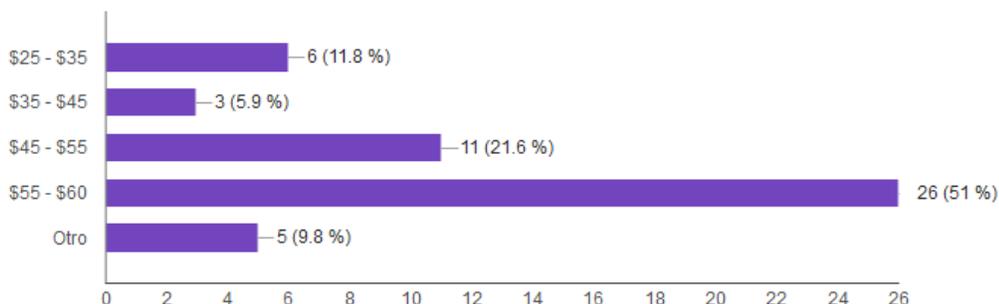
(50 respuestas)



De la respuesta a esta pregunta concluimos que los encuestados que gustan de hacerse sesiones fotográficas profesionales en sus logros académicos es un mayor porcentaje el 58% por lo cual presentaremos descuentos para estudiantes con buenas calificaciones académicas.

¿Cuándo ha contratado sesiones fotográficas profesionales cuanto es lo máximo que ha pagado?

(51 respuestas)

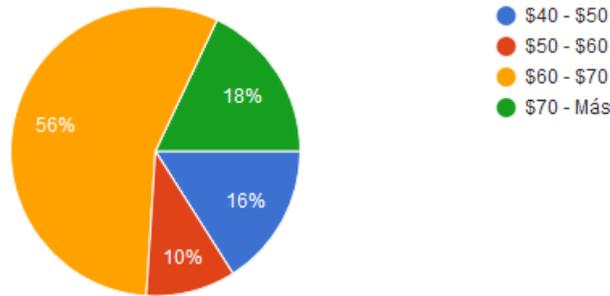


Lo menos que ha pagado el 11.8% entre \$25 y \$35 dólares y lo máximo que ha pagado el 51% de nuestros encuestados es entre \$55 y \$60 dólares. Por lo que nuestros precios más altos están dentro del parámetro del precio al que están acostumbrados a pagar por este servicio.



¿Cuánto está dispuesto a pagar por estas sesiones fotográficas? Opción de ejemplo: sesiones de una hora: 6 fotografías (6 pulg x 8 pulg), 1 fotografía de (11 pulg x 17 pulg) y entrega digital de todas las fotografías.

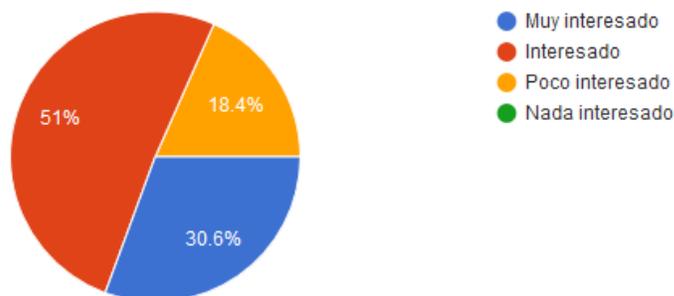
(50 respuestas)



De esta respuesta vemos que nuestros precios más altos tienen aceptación y los encuestados se muestran receptivos ante nuestra oferta.

¿Está interesado en fotografías de fantasía de distintos diseños surrealistas (de aventura, paisajes, neoclásicos) que le transporten a través del tiempo, espacio o llenen de arte su entorno?

(49 respuestas)

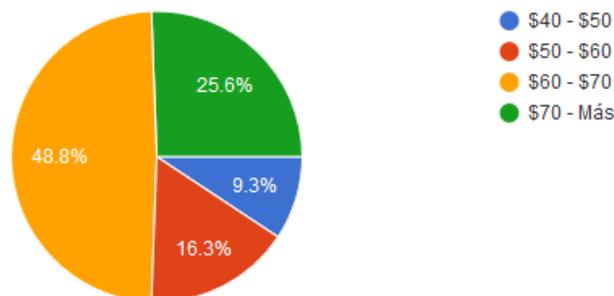


El 30.6% de los encuestados se mostró muy interesado en las sesiones de fotos artísticas, el 51% se mostró interesado y el 18.4% se mostró poco interesado, lo que significa que el 81.6% respondió de forma positiva.



¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas fotografías? sesiones de una hora: 6 fotografías (6 pulg x 8 pulg), 1 fotografía de (11 pulg x 17 pulg) y entrega digital de todas las fotografías. Nota: Tome en cuenta el trabajo de edición que conlleva este tipo de fotografías.

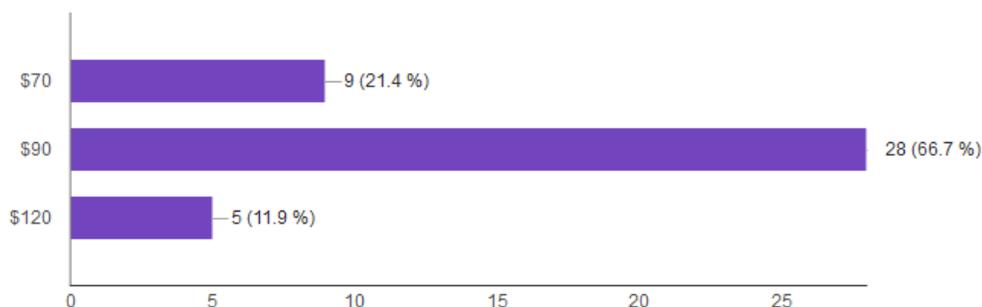
(43 respuestas)



El 48.8% de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre \$60 y \$70 dólares, el 25.6% estaría dispuesto a pagar más de \$70 dólares, el 16.3% entre \$50 y \$60 y el 9.3% entre \$40 y \$50 dólares. Lo que significa que nuestra nuestros precios son aceptados.

¿Te haz ha realizado sesiones para prestar servicios de modelaje o proyectar tu imagen mediante portafolio de imagenes o comp card?¿Cuanto estas dispuesto a pagar por este servicio?

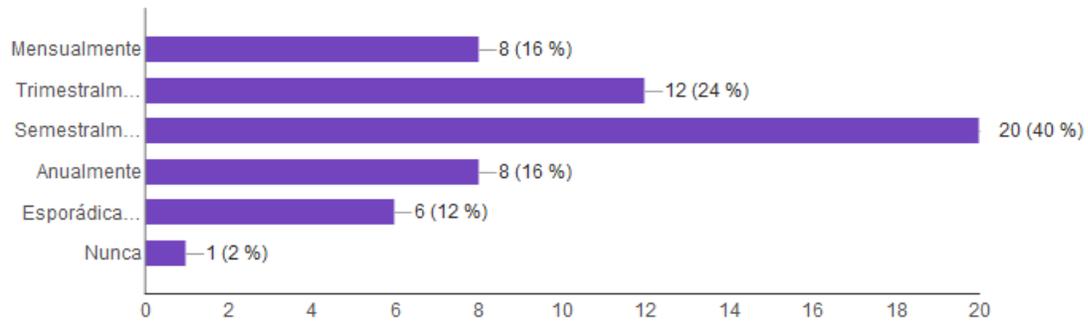
(42 respuestas)



De esta respuesta concluimos que el 66.7% está dispuesto a pagar \$90 por este servicio, el 21.4% está dispuesto a pagar \$70 y el 11.9% está dispuesto a pagar \$120 dólares. Lo que significa que el que tiene mayor aceptación es el de \$90.



¿Con que frecuencia les gustaría realizar estas sesiones? (50 respuestas)



De esta respuesta concluimos que la frecuencia de consumo de este servicio es baja ya que los perfiles profesionales solo se necesitan cuando las modelos o profesionales quieren inscribirse o solicitar trabajo o al iniciar un negocio de freeland .



Riesgos y oportunidades de Mercado

MATRIZ FODA		Análisis interno	
		Fortalezas	Debilidades
		-Habilidad, destreza creativa. -Calidad de servicio y accesibilidad. -Alto nivel estético.	-Poca experiencia en cuanto al servicio publicitario. -Elevados costos de inversión tecnológica
Análisis del entorno	Oportunidades	FO (Maxi-Maxi)	DO (Mini-Maxi)
	-Brindar servicios que les permitan a nuestros clientes abrirse a nuevos mercados. -Crecer rápidamente contribuyendo con nuestro medioambiente. -Aliarnos con negocios que puedan mejorar nuestra capacidad competitiva.	-Atraer a nuestros clientes ofreciendo un servicio de calidad. -Procurar reutilizar materiales para beneficiar a nuestra empresa y a nuestro medioambiente. -Ofrecer servicios atractivos tanto física como económicamente.	-Posicionarnos como una empresa innovadora dispuesta a realizar alianzas para mejorar nuestra capacidad competitiva. -Elaborar elementos de escenografía y equipos con materiales reutilizables. -Capacitación y actualización contante en técnicas que ayudaran a brindar un mejor servicio.
	Amenazas	FA (Maxi-Mini)	DA (Mini-Mini)
	-Cambios en el crecimiento económico nicaragüense. -Cambios constantes en las necesidades y gustos de los clientes en cuanto a la publicidad. -Vulnerabilidad en la capacidad adquisitiva de nuestros clientes.	-Adaptarnos a los cambios rápidamente para suplir las necesidades cambiantes de nuestros clientes. -Adecuar nuestros servicios en paquetes para satisfacer distintas necesidades, sin sacrificar la estética y la calidad.	- Contar con proveedores confiables para ofrecer un servicio de calidad. - Contratar personal capacitado para el área administrativa. - Estudiar las expectativas de cada cliente y ofrecer soluciones acordes a su capacidad.



Plan de Ventas

- Dispondremos de un catálogo con los servicios que ofrece la empresa.
- Realizaremos visitas comerciales a empresas para captar clientes.
- Crearemos una página web en la que se publiciten los servicios que ofrece la empresa.

En la siguiente tabla se muestra el pronóstico de ventas para el primer año:

Plan de ventas x unidades al mes

Productos		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Ventas anuales x servicio	
Audio visuales	Spot publicitario	a	1	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	37
		b	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	31
		C	1	1	1	2	2	2	2	2	3	3	4	4	4
	Documentales	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	29
Una persona	a	5	7	9	11	13	15	17	19	21	23	25	27	192	
	b	6	7	10	11	12	15	16	18	22	23	24	28	192	
	c	8	9	10	11	12	14	16	18	21	22	25	26	192	
	a	6	8	9	10	11	12	13	14	15	16	18	20	152	
	b	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	102	
	c	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	90	
fam y de mascotas	a	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	156	
	b	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	23	25	168	
	c	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	90	
	a	9	10	11	12	13	14	16	18	20	22	25	28	198	
	b	7	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	161	
	c	4	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	125	
Fotografías	surrealista	a	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	78
		b	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	156
		c	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	90
	Manual de identidad corporativa	a	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	90
		b	6	8	9	10	10	12	14	16	18	20	22	24	169
		c	6	8	9	10	10	12	14	16	18	20	22	24	169
Diseño gráfico	Logotipo	6	8	9	10	10	12	14	16	18	20	22	24	169	
	Ventas totales	64	88	108	128	146	167	188	211	236	256	281	305	2178	



Distribución y Puntos de venta

Usaremos un canal directo de distribución. Entregaremos nuestros productos fotográficos y audiovisuales directamente a nuestros clientes. Estaremos ubicados en Estelí donde fue el teatro Nancy en un amplio local que cuenta con espacio suficiente para satisfacer nuestras necesidades de producción, ahí atenderemos a nuestros clientes ofreciéndoles un espacio agradable y una buena atención.

Fijación y Políticas de precio

Fijaremos nuestros precios en base a nuestros costos de producción y analizando cuanto están dispuestos a pagar nuestros clientes por los beneficios que recibirán con nuestro trabajo.

Audiovisuales:

-Spot publicitarios-

(Precios básicos supuestos a cambios según las necesidades del cliente y los costos de producción).

a) Spot publicitario de 10 segundos \$250

b) Spot publicitario de 15 segundos \$300

c) Spot publicitario de 20 segundos \$380

Documentales-

Precio básico de \$400 dólares por documental de 8 minutos. Sujeto a cambios por presupuesto de producción y necesidades del cliente.

Fotografía:

-Sesiones fotográficas:

-Retratos una persona- Tiempo estimado 30 minutos - 1 hora

a) 1 impresión (4x6), 1 impresión de (8x10) y entrega digital de la fotografía seleccionada.

\$35

b) 3 impresiones (4x6), 1 impresión de (8x10) ó 4 de (2x3) y entrega digital de la fotografías seleccionadas.

\$45



c) 6 impresiones (4x6), 1 impresión de (8x10) y entrega digital de las fotografías seleccionadas.

\$65

-Retratos familiares y de mascotas- Tiempo estimado 45 minutos - 2 horas

a) 1 impresión (5x7), 1 impresión de (8x10) y entrega digital de la fotografía seleccionada.

\$45

b) 2 impresiones (5x7), 1 impresión de (8x10) ó 4 de (2x3) y entrega digital de las fotografías seleccionadas.

\$60

c) 4 impresiones (5x7), 1 impresión de (8x10) y entrega digital de las fotografías seleccionadas.

\$70

- Portafolios de imagen para profesionales - Tiempo estimado 45 minutos - 2 horas

a) 10 tomas, diseño e impresión del portafolio, 1 comp card y entrega digital de las fotografías seleccionadas.

\$90

b) 15 tomas, diseño e impresión del portafolio, 1 comp card y entrega digital de las fotografías seleccionadas.

\$120

c) 20 tomas, diseño e impresión del portafolio, 1 comp card y entrega digital de las fotografías seleccionadas.

\$150

-Fotografía surrealista- Tiempo estimado 45 minutos - 2 horas

a) 1 impresión (8x10), 1 impresión de (18x24) y entrega digital de la fotografía seleccionada.

\$50

b) 2 impresiones (8x10), 1 impresión de (18x24) y entrega digital de las fotografías seleccionadas.

\$70

c) 4 impresiones (8x10), 1 impresión de (18x24) y entrega digital de las fotografías seleccionadas.



\$80

-Fotografía de productos- Tiempo estimado 45 minutos - 2 horas

Las impresiones se realizarán a solicitud del cliente y se entregarán de forma digital las fotografías seleccionadas.

a)Pack 1: Entre 15 y 20 tomas finales y diseño de catálogo.

\$100

b)Pack 2: Entre 20 y 30 tomas finales y diseño de catálogo

\$120

-Diseño Gráfico-

Manual de identidad corporativa:\$ 200

Creación de diseños varios: \$50

Empaque y Etiqueta

Somos una empresa mayormente digital por lo tanto no entregaremos gran cantidad de productos en físico. Los productos que entregaremos en físico son fotografías impresas de sesiones fotográficas profesionales, las cuales las entregaremos en cajas estilo álbum diseñado y ensamblado por nuestra empresa y con nuestra marca reflejada en su cobertura.

Al entregar fotografías para cuadros grandes serán entregados en bolsas con nuestro logo impreso, que además serán reutilizables.

Promoción del Producto o Servicio

Promocionar descuentos en sesiones fotográficas:

Descuentos del 10% a estudiantes con promedios altos.

Cada mes ofreceremos un especial de sesión del mes, el cual promocionaremos mediante nuestras redes sociales. Por ejemplo descuentos para sesiones familiares en mayo y junio.

Tarjeta de descuentos para clientes frecuentes.

Plan de Publicidad Digital

Como una empresa publicitaria y de carácter audio visual debemos demostrar nuestra calidad a través



de la manera que pretendemos dar solución a la necesidad de nuestros clientes.

Las redes sociales serán nuestra principal herramienta y nuestros spot publicitarios serán difundidos por distintas redes para lograr mayor alcance. esto lo haremos de forma permanente.

Los spot publicitarios que realicemos serán también transmitidos en la publicidad de las salas de cine del Cine Siglo Nuevo, también nos daremos publicidad en pantallas digitales ubicadas en el centro de la ciudad de Estelí que será una de nuestras herramientas también.

Impresa

Volantes y panfletos repartidos en ferias y llevadas también directamente a las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Estelí.

Estrategia introducción al mercado

Consideramos de mucha importancia que nuestros futuros clientes interactúen con prototipos de nuestros productos y se familiaricen con un nuevo concepto de fotografías profesionales y cree una experiencia que lo induzca a la adquisición de nuestros productos.

Tomar fotografías en parques entregarlas al instante junto a nuestra información (Tipo comp card). Con el previo permiso de las personas a quienes les tomemos las fotos.

Creación de un escenario para sesiones fotográficas en el centro comercial multcentro y ahí mismo hacer una muestra de nuestros productos para darlos a conocer.

Enviaremos cartas con tarjetas de presentación en el interior invitando a las pymes a contactarnos.

Medios de Publicidad

Televisión: Para introducirnos al mercado vamos a contratar durante el primer mes 5 reproducciones diarias de nuestro spot en el canal local. con un costo de \$120.

Promoción permanente de nuestros servicios y creación de contenidos en las redes sociales.

Garantía

Cada imagen contará con nuestra garantía de satisfacción absoluta, por lo tanto si nuestro cliente no está satisfecho con la calidad de nuestros productos y lo expresa y justifica de forma inmediata, reprogramaremos su cita y volveremos a realizarlo libre de costo.

Las fotografías y videos con propósitos comerciales se mantendrán bajo sigilo antes de ser conocidas por el público a quien se dirigirá nuestro cliente. Luego de eso con el consentimiento de nuestros clientes, podrán ser publicadas en nuestra página web y nuestras redes sociales como un plus para nuestros clientes y como portafolio para nosotros.

Ventas Corto, Medio y Largo plazo



Para el primer año de operaciones esperamos vender \$ 229,700 aumentando las ventas en un 5% anual, venderíamos \$253,244.25 a mediano plazo (3 años) y \$ 279,201.79 a largo plazo (5 años)

Plan de ventas del primer año en \$

Productos		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Ventas anuales x servicio		
Audio Visuales	Spot Publicitario	A	\$250.00	\$500.00	\$500.00	\$750.00	\$750.00	\$750.00	\$750.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$9,250.00	
		B	\$300.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$900.00	\$900.00	\$900.00	\$900.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$9,300.00
		C	\$380.00	\$380.00	\$380.00	\$760.00	\$760.00	\$760.00	\$760.00	\$1,140.00	\$1,140.00	\$1,520.00	\$1,520.00	\$1,520.00	\$1,520.00	\$11,020.00
	Documentales		\$400.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,600.00	\$1,600.00	\$1,600.00	\$11,600.00	
Una Persona		A	\$175.00	\$245.00	\$315.00	\$385.00	\$455.00	\$525.00	\$595.00	\$665.00	\$735.00	\$805.00	\$875.00	\$945.00	\$6,720.00	
		B	\$270.00	\$315.00	\$450.00	\$495.00	\$540.00	\$675.00	\$720.00	\$810.00	\$990.00	\$1,035.00	\$1,080.00	\$1,260.00	\$8,640.00	
		C	\$520.00	\$585.00	\$650.00	\$715.00	\$780.00	\$910.00	\$1,040.00	\$1,170.00	\$1,365.00	\$1,430.00	\$1,625.00	\$1,690.00	\$1,690.00	\$12,480.00
Fam Y De Mascotas		A	\$270.00	\$360.00	\$405.00	\$450.00	\$495.00	\$540.00	\$585.00	\$630.00	\$675.00	\$720.00	\$810.00	\$900.00	\$6,840.00	
		B	\$180.00	\$240.00	\$300.00	\$360.00	\$420.00	\$480.00	\$540.00	\$600.00	\$660.00	\$720.00	\$780.00	\$840.00	\$6,120.00	
		C	\$140.00	\$210.00	\$280.00	\$350.00	\$420.00	\$490.00	\$560.00	\$630.00	\$700.00	\$770.00	\$840.00	\$910.00	\$6,300.00	
Comp Card Modelos		A	\$140.00	\$280.00	\$420.00	\$560.00	\$700.00	\$840.00	\$980.00	\$1,120.00	\$1,260.00	\$1,400.00	\$1,540.00	\$1,680.00	\$10,920.00	
		B	\$270.00	\$450.00	\$630.00	\$810.00	\$990.00	\$1,170.00	\$1,350.00	\$1,530.00	\$1,710.00	\$1,890.00	\$2,070.00	\$2,250.00	\$15,120.00	
		C	\$240.00	\$360.00	\$480.00	\$600.00	\$720.00	\$840.00	\$960.00	\$1,080.00	\$1,200.00	\$1,320.00	\$1,440.00	\$1,560.00	\$1,560.00	\$10,800.00
Fotografías	Productos	A	\$720.00	\$800.00	\$880.00	\$960.00	\$1,040.00	\$1,120.00	\$1,280.00	\$1,440.00	\$1,600.00	\$1,760.00	\$2,000.00	\$2,240.00	\$15,840.00	
		B	\$700.00	\$900.00	\$1,000.00	\$1,100.00	\$1,200.00	\$1,300.00	\$1,400.00	\$1,500.00	\$1,600.00	\$1,700.00	\$1,800.00	\$1,900.00	\$16,100.00	
		C	\$480.00	\$720.00	\$840.00	\$960.00	\$1,080.00	\$1,200.00	\$1,320.00	\$1,440.00	\$1,560.00	\$1,680.00	\$1,800.00	\$1,920.00	\$15,000.00	
Diseño Grafico	Surrealista	A	\$480.00	\$720.00	\$840.00	\$960.00	\$1,080.00	\$1,200.00	\$1,320.00	\$1,440.00	\$1,560.00	\$1,680.00	\$1,800.00	\$1,920.00	\$15,000.00	
		B	\$100.00	\$200.00	\$300.00	\$400.00	\$500.00	\$600.00	\$700.00	\$800.00	\$900.00	\$1,000.00	\$1,100.00	\$1,200.00	\$7,800.00	
		C	\$300.00	\$600.00	\$900.00	\$1,200.00	\$1,500.00	\$1,800.00	\$2,100.00	\$2,400.00	\$2,700.00	\$3,000.00	\$3,300.00	\$3,600.00	\$23,400.00	
Diseño Grafico	Manual De Identidad Corporativa		\$400.00	\$600.00	\$800.00	\$1,000.00	\$1,200.00	\$1,400.00	\$1,600.00	\$1,800.00	\$2,000.00	\$2,200.00	\$2,400.00	\$2,600.00	\$18,000.00	
		Varios	\$300.00	\$400.00	\$450.00	\$500.00	\$500.00	\$600.00	\$700.00	\$800.00	\$900.00	\$1,000.00	\$1,100.00	\$1,200.00	\$8,450.00	
Ventas Totales			\$6,535.00	\$9,545.00	\$11,380.00	\$13,755.00	\$15,450.00	\$17,400.00	\$19,640.00	\$22,255.00	\$24,795.00	\$27,050.00	\$29,880.00	\$32,015.00	\$229,700.00	

I año	II Año	III año	IV año	V año
-------	--------	---------	--------	-------



\$9,250.00	\$9,712.50	\$10,198.13	\$10,708.03	\$11,243.43
\$9,300.00	\$9,765.00	\$10,253.25	\$10,765.91	\$11,304.21
\$11,020.00	\$11,571.00	\$12,149.55	\$12,757.03	\$13,394.88
\$11,600.00	\$12,180.00	\$12,789.00	\$13,428.45	\$14,099.87
\$6,720.00	\$7,056.00	\$7,408.80	\$7,779.24	\$8,168.20
\$8,640.00	\$9,072.00	\$9,525.60	\$10,001.88	\$10,501.97
\$12,480.00	\$13,104.00	\$13,759.20	\$14,447.16	\$15,169.52
\$6,840.00	\$7,182.00	\$7,541.10	\$7,918.16	\$8,314.06
\$6,120.00	\$6,426.00	\$6,747.30	\$7,084.67	\$7,438.90
\$6,300.00	\$6,615.00	\$6,945.75	\$7,293.04	\$7,657.69
\$10,920.00	\$11,466.00	\$12,039.30	\$12,641.27	\$13,273.33
\$15,120.00	\$15,876.00	\$16,669.80	\$17,503.29	\$18,378.45
\$10,800.00	\$11,340.00	\$11,907.00	\$12,502.35	\$13,127.47
\$15,840.00	\$16,632.00	\$17,463.60	\$18,336.78	\$19,253.62
\$16,100.00	\$16,905.00	\$17,750.25	\$18,637.76	\$19,569.65
\$15,000.00	\$15,750.00	\$16,537.50	\$17,364.38	\$18,232.59
\$7,800.00	\$8,190.00	\$8,599.50	\$9,029.48	\$9,480.95
\$23,400.00	\$24,570.00	\$25,798.50	\$27,088.43	\$28,442.85
\$18,000.00	\$18,900.00	\$19,845.00	\$20,837.25	\$21,879.11
\$8,450.00	\$8,872.50	\$9,316.13	\$9,781.93	\$10,271.03
\$229,700.00	\$241,185.00	\$253,244.25	\$265,906.46	\$279,201.79



La Producción

Producto

Nuestros servicios son:

Servicios fotográficos

Servicios Audiovisuales

Servicios de Diseño gráfico

Especificaciones del producto

Spot publicitarios

Crearemos spot publicitarios para distintas empresas los difundiremos en nuestra página web donde les damos publicidad y también en las redes sociales para causar un mayor impacto en la población, si el cliente lo desea publicará sus spot por canales nacionales.

Documentales

Muchas empresas medianas o pequeñas, principalmente OGN necesitan documentales principalmente para utilizarlas en campañas sociales, realizaremos este tipo de documentales los cuales publicaremos en nuestra página web además de ser promovidos por las redes sociales y también serán promovidos por distintos canales nacionales.

Fotografías publicitarias o de productos:

Crearemos una página para promover las empresas las cuales les damos publicidad y cubriremos los eventos que realicen por medio de fotografías que serán publicadas en las redes sociales para informar al mercado sobre las acciones a tomar de las empresas ya sean promociones que quieren introducir o nuevos productos.

Fotografías familiares e individuales: Estas fotografías serán realizadas en nuestro estudio y si nuestros clientes quieren hacer la sesión de fotos fuera del estudio esto conllevará costos adicionales.

Fotografías surrealistas: queremos implementar un nuevo tipo de fotografía que vaya más allá de las fotografías que vemos, profundizar y crear fotografías de arte que digan algo más, que además de ser bellas sean conceptuales y aporten a las artes plásticas del país.

Fotografías de mascotas: En nuestro estudio fotográfico ofreceremos fotografías con las mascotas de nuestros clientes ya sean en el interior de nuestro estudio como fuera de él. Estas fotografías tendrán un enfoque artístico y original, serán entregadas en digital y en físico en un papel fotográfico de calidad que será duradero.



Descripción del proceso de Producción

Fotografías

Luego de concretar una cita con el cliente y acordar lo que necesita, nos aseguramos de contar con lo necesario para la realización el día acordado. Tomaremos las fotografías si es una sesión fotográfica puede tardar entre una o dos horas y si es cubrir un evento empresarial nos sujetaremos a la duración del mismo. Luego de seleccionar las fotografías junto al cliente, procedemos a la parte de edición, para la cual tomaremos un día para realizar este proceso ya que consiste en que estas imágenes serán editadas esto conlleva un detallado procesamiento que puede incluir suavizado de pieles, eliminación de arrugas, y tatuajes, corrección de color, mejoramientos de tonos, y fotocomposición.

Luego pasaran al área de impresión donde se imprimirán en diferentes formatos dependiendo la solicitud del cliente, la impresión será de alta calidad.

Luego serán entregadas al cliente.

Spot publicitarios y documentales

Requiere pasos previos como reuniones con el cliente y el equipo de trabajo para elaborar y acordar la propuesta estética, o en otras palabras, lo que se quiere hacer; esto permitirá realizar:

Diseño de presupuesto, Creación del plan de producción, Logística, además de asegurarse de que se cuenta con el personal de producción necesarios y otros profesionales como modelos por ejemplo.

Otras cosas que hay que evaluarse antes de iniciar la producción son las siguientes:

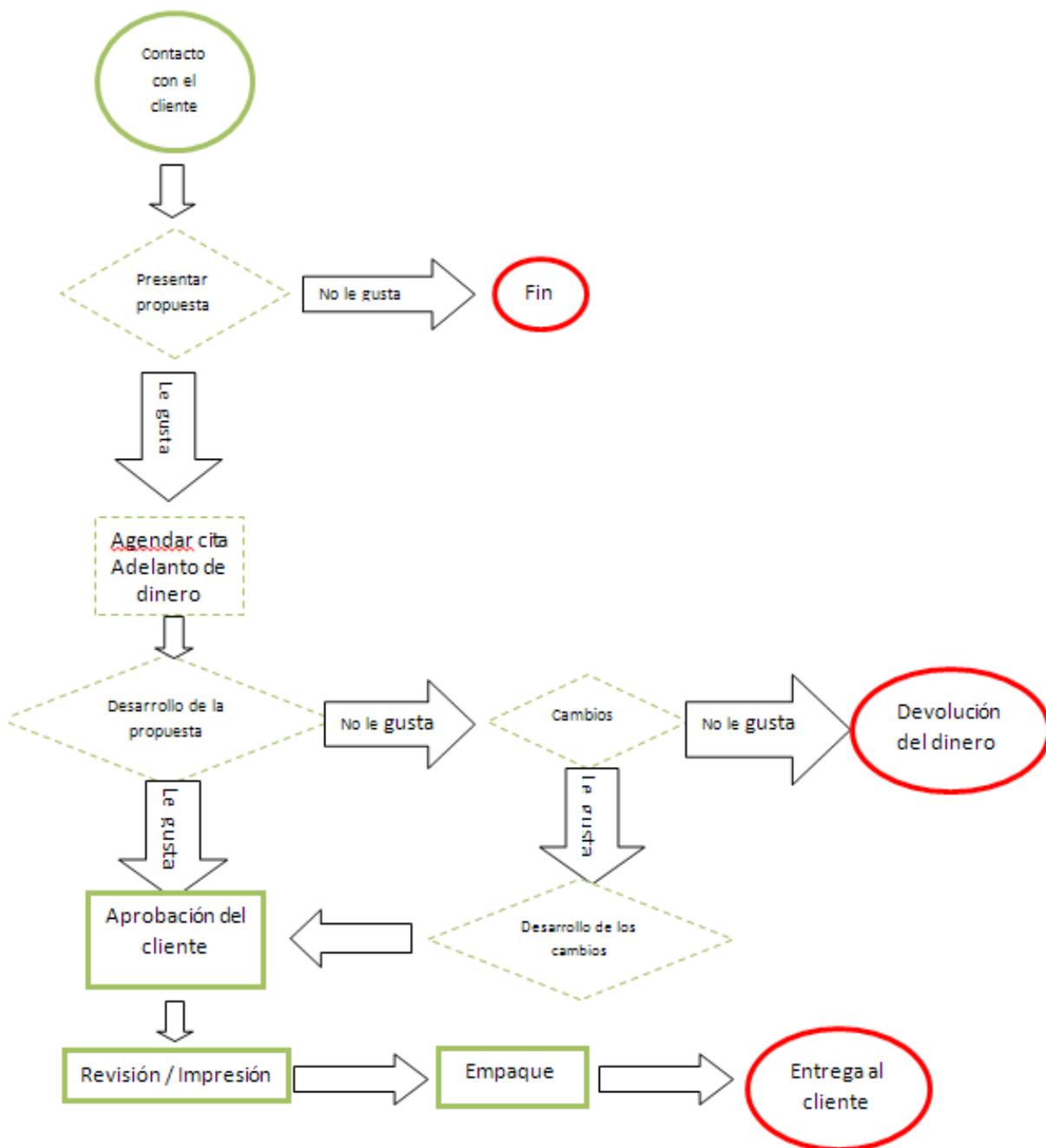
- Casting: Uno de los momentos clave de la preproducción especialmente cuando en lugar de objetos, son personas las que serán fotografiadas. Aquí, la contratación de modelos será fundamental para conseguir el efecto que se desea.
- Scouting o búsqueda de locaciones: Si bien lo ideal es contar con locaciones fijas ya que cada salida significa un importante presupuesto, muchas veces el objetivo a cumplir obliga a la agencia a salir y buscar lugares propicios que pueden ser miles. Playas, plazas, aeropuertos, parques, monumentos históricos, etcétera.
- Solicitud de permisos: Aquí entra la parte administrativa de la que hablábamos. Ocurre con bastante frecuencia que la toma de fotografías o una producción –especialmente si se hace en lugares públicos– requiere de permisos especiales de municipalidades, negocios, institutos, ministerios u otros.

- Contratación de Proveedores / Servicios
- Realización de la Escenografía
- Alquiler o compra de Utilería / Accesorios
- Prueba de vestuario
- Reuniones de pre-producción
- Citaciones



Se inicia el proceso de grabación y cuando se tiene todo el material de grabación procedemos al área de edición de video, el cual es un proceso por el cual colocaremos fragmentos de vídeo, fotografías, gráficos, audio, efectos digitales y cualquier otro material audiovisual en una cinta o un archivo informático con la aprobación del cliente. El objetivo de esta edición será presentar un producto terminado para emitirlo por televisión por cuenta del cliente y si el cliente lo autoriza por nuestro principal medio de difusión nuestras redes sociales.

Diagrama de flujo del proceso





Características de la Tecnología o equipos

Cámaras



Usaremos 2 cámaras canon EOS rebel T5i Las características de las cámaras son :Facilidad de uso mejorada gracias al dial 360° y una configuración de modo SCN que agrupa los modos de escena: nocturna sin trípode, control de luz de fondo HDR y retrato nocturno.

- El exterior tiene un recubrimiento levemente grueso que brinda mayor resistencia y una apariencia superior.
- Los filtros creativos utilizados para las fotografías se pueden ver en tiempo real al grabar en el modo vista en vivo.
- Los íconos del dial se graban con relieve y un tratamiento de metal en lugar de imprimirse, lo que crea formas definidas con nitidez.
- El lente del kit se convierte en “STM” (EF-S 18-55 mm f/3.5-5.6 IS STM) para permitir un enfoque más rápido y más silencioso durante la toma de video en el modo vista en vivo.

Y también usaremos una Cámara fotográfica Nikon D5300

Sensor de imagen CMOS de formato DX y 24.2 mega píxeles

Sistema de enfoque automático de alta densidad y 39 puntos con 9 sensores tipo cruz

Grabación de videos deslumbrantes en Full HD 1080p con micrófono estéreo integrado

Wi-Fi integrado para compartir imágenes al instante y controlar la cámara y GPS integrado para etiquetar geográficamente sus capturas

Pantalla LCD extra grande de ángulo variable de ultra alta resolución que a gira 180°

Fuentes de Luz



1. Luz continúa: Son todas aquellas fuentes de luz que “brillan en todo momento”. Este tipo de equipamiento, como puede ser una lámpara fluorescente, una lámpara de tungsteno, un reflector led o un foco halógeno, etc. permitirá que el “motivo”, este constantemente iluminado sin importar si se dispara o no la cámara (a diferencia del flash que se activa al dispararla). Esta es su principal ventaja, ya que, al ser su luz continua, te permitirá observar con todo detalle como la luz incide en tu modelo, las sombras que se forman, etc.

Flash externo: es la fuente de luz más potente, compacta y versátil, ya que por su tamaño, es fácil de trasladar y puedes dispararlos directamente sobre tus motivos o rebotarlo o difuminarlo según lo creas conveniente. Puedes además, trabajar con un conjunto de ellos ya que, al colocarlos alrededor de la escena y dispararlos remotamente, podrás iluminarla sin cables ni conexión a la red eléctrica, como con la luz continua, aunque su luz puede no ser tan potente como éstos últimos. El flash Speedlite YONGNUO YN-568EX, es una alternativa tan accesible como confiable.

Flashes De Estudio



Estos son más potentes que los flashes externos, su potencia y versatilidad los hacen ideales para modelar la luz en el estudio.

2- Luz de modelado:

No solo la generación de la luz es importante, sino que también lo es, su manipulación.

Para poder modelar la luz a tu antojo, te será de mucha utilidad, contar con los siguientes accesorios:



Pantallas reflectoras: estas pantallas son muy utilizadas a la hora de modelar la luz ya que permiten reflejarla, intensificarla o reducirla. Dependiendo del material con que está hecha su superficie, la luz se reflejará de una u otra forma: cambiará su color, su dirección, su intensidad, etc. Existen de varios tipos: blancas para dispersar la luz, doradas para lograr una luz más cálida, plateada para una luz más fría, negras para absorberla.

Ventanas de luz:



las ventanas de luz o “softbox” son un accesorio que permite suavizar la luz del flash o fuente de luz que se esté utilizando. Al situarlo por delante de estos, hacen de la luz que la atraviesa, más difusa y natural. También se puede dirigir la luz ya que, al tener solo un lado traslucido, la luz se concentra allí. Dependiendo del material con que estén fabricados, de su tamaño y de la distancia a la cual sean colocados del sujeto, la luz será más o menos natural, es decir, más o menos difusa.

Sombrillas:



las sombrillas o “paraguas” permite rebotar la luz del flash en estos de modo de que “la mancha de luz” sea mucho más amplia. De este modo, la luz llegará a tu sujeto de un modo mucho más suave y natural. Dependiendo de cuan cerca o lejos se coloque al flash de la sombrilla, la dureza o suavidad de la luz variará, por lo que es importante que no solo se cuente con una sombrilla, sino también con un soporte que te permita alterar dicha distancia.



Trípodes:



Los trípodes no son solo útiles para lograr mayor estabilidad en cada una de las tomas o para que puedas trabajar más cómodo en ellas, también serán de gran ayuda para disponer todos los elementos lumínicos dentro de tu estudio.

Computadoras:



Trabajar con aplicaciones de diseño gráfico es algo que a día de hoy la mayoría de ordenadores pueden hacer. La diferencia es que algunos equipos son más recomendables que otros puesto que hay determinadas características que impactan de forma notable en el rendimiento.

Hacer uso de Photoshop, Illustrator, Firework, Corel Draw, Gimp, etc requiere una serie de características que nos permita trabajar de forma fluida. Por ejemplo, a la hora de aplicar filtros en Photoshop es importante que el procesador sea rápido. Si el archivo tiene varias capas con degradados, vectores y texturas es necesario disponer de bastante memoria RAM para evitar pérdidas de tiempo al cargar los datos de la memoria virtual que se crea en el disco duro.

Las características de las computadoras que estarán en el área de producción son:

- Procesador, es el centro de todo. Los procesadores actuales rinden muy bien pero según el modelo obtendremos un mayor o menor rendimiento. Actualmente la velocidad no es un indicador de rendimiento. Por eso, no es lo mismo un procesador Intel Core i7 a 2,4 Ghz que un Core 2 Duo a 2,4 Ghz.

Dos procesadores que ofrecen un gran rendimiento son la familia Intel Core i5 e i7. Gracias a su capacidad de proceso podremos aplicar efectos complejos, convertir formatos más rápidamente así como agilizar la carga de datos.



- Memoria RAM, otro de los componentes importantes. A mayor cantidad de RAM no sólo las aplicaciones irán más fluidas, pudiendo tener abiertas varias, sino que también podremos aplicar efectos, trabajar con diferentes archivos y manejar altas resoluciones sin tener que cargar datos de forma constante.
- Disco duro. Es importante que tenga una capacidad acorde al tipo de trabajo que realizamos. Además, debe ser lo suficientemente rápido a la hora de acceder a los datos así como guardarlos. Unidades SATA a 5.400 o 7.200 rpm suele ser suficiente y es casi el estándar hoy en día.
- Tarjeta gráfica, no es el componente más determinante a menos que trabajemos con animaciones. Aun así, hay aplicaciones que aprovechan su capacidad de proceso para ayudar al procesador y así descargarlo de trabajo. Si es importante que la memoria sea integrada pues así no estaremos usando la del sistema.
- Pantalla, importante que tenga una buena resolución. Primero porque nos ofrecerá una mayor área de escritorio, útil para disponer de las herramientas y ventana de trabajo sin que estorben. En segundo lugar porque podremos ver con más detalle cómo está quedando sin tener que recurrir al zoom (tanto para acercar como alejar).

Fondo de vinilo



de 3mts de ancho por 5mts de alto: Se utiliza para obtener un resultado estético y profesional, ya que el fondo forma parte de la composición fotográfica.

Mini estudio fotográfico:



Este es portátil y fácil de llevar, será necesario para las sesiones de productos, ya que se adecua a necesidades del resultado final.



Impresora Epson stylus PRO 9700:

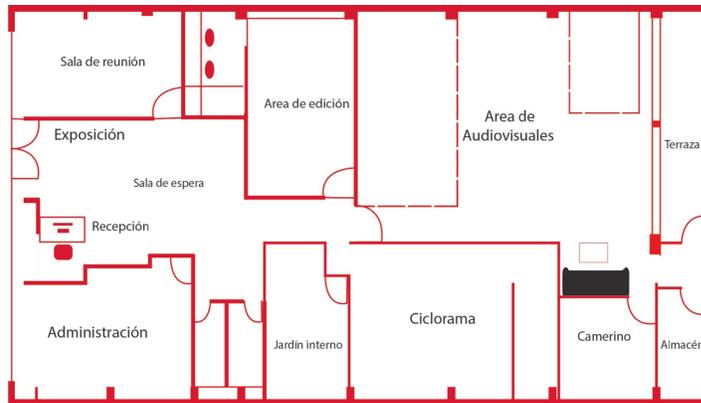


Se caracteriza por una impresión rápida y eficiente. imprime de 24 y 44 pulgadas se adapta a las necesidades de impresión y ofrece resultados de calidad y velocidad.

Equipos e Instalaciones

En la siguiente tabla se muestran la cantidad, precio y vida útil de nuestros equipos

No.	Descripción	Cantidad	Precio en C\$	Vida útil
1	Cámaras	6	197,200.00	5 años
2	Kit completo de iluminación de estudio	4	27,840.00	5 años
3	Flash externo	4	9,860.00	5 años
4	Computadoras para selección y edición	4	98,600.00	5 años
5	Impresora tipo plotter	1	85,550.00	5 años
6	Pantallas reflectoras	15	3,045.00	5 años
7	softbox	8	6,960.00	5 años
8	sombrillas	4	1,624.00	5 años
9	Fondos sin fin	8	11,600.00	5 años
10	Cortinas	6	1740.00	5 años
		Total	444,019.00	



Rentaremos el local de nuestro negocio por C\$14,500.00 al mes y tendremos gastos de acondicionamiento por C\$464000.00 Córdobas.

Materia Prima

Fotografiar es dibujar con luz. En consecuencia, es nuestra materia prima y sobre ella aplicaremos un proceso técnico creativo para obtener un producto final que será la fotografía impresa.

Este proceso técnico creativo, implica capturar la fotografía, editarla e imprimirla por lo tanto consideramos que nuestra materia prima es el papel y la tinta con que imprimimos nuestros productos finales.

El papel fotográfico premium luster rollo de 24" x 100 pies de largo, se harán tres compras de papel al año. Este tiene un costo de C\$ 34800.00 Córdobas.

El paquete de cartuchos Epson cuesta C\$ 14,500.00 Córdobas y se comprarán cuatro veces al año. Cd's se comprarán de forma semestral C\$ 4,350.00 Córdobas.

Los diferentes tipos de papel que usaremos para imprimir se comprarán por rollo en papelsa el costo promedio es de C\$ 17,400.00 por rollo y se comprarán 2 veces al año.

Manejo de inventarios

Utilizaremos un sistema de inventarios perpetuo automatizado y verificaremos periódicamente que este todo en orden. Esto nos permitirá ejercer un mejor control sobre el manejo de la mercancía y nos facilitara también la toma de decisiones inmediata en cuanto a las compras que deban realizarse por ejemplo.

Proveedores

Nuestros proveedores serán:

Comtech: Nos proveerá las impresoras y las computadoras, los rollos de papel fotográfico, los cd's y la tinta. El proveedor sustituto será Impoval.

Sony: Nos proveerá las cámaras fotográficas profesionales, nuestro proveedor sustituto en este caso será la curacao.



Sipsa: Nos proveerá los fondos de vinil, en caso de no contar con este proveedor, el mismo y el producto serán sustituidos por telas compradas en almacén Alejandría.

Papelsa: Nos proveerá papelería para desarrollar el proceso de producción en el área de diseño. El proveedor sustituto será PBS.

Capacidad de producción máxima

Nuestra impresora para fotografías nos permitirá imprimir 360 fotografías por hora. tenemos capacidad para realizar 16 producciones audiovisuales sencillas al mes, prestar 171 servicios fotográficos al mes, prestar 21 servicios de diseño grafico al mes.

Control de calidad

El objetivo es mejorar constantemente nuestros servicios, para conseguir la competitividad permaneciendo en el mercado para proporcionar puestos de trabajo por medio de la innovación, la investigación, el mejoramiento continuo y el seguimiento adecuado.

Para esto debe inspeccionarse cada proceso de producción, lo cual aminora costos y permite aumentar la calidad. Se pretende crear relaciones solidas con nuestros proveedores inclinándonos por la calidad y no por el precio para cada una de nuestras materias primas y equipos de producción que Geniographic adquiera. El entrenamiento y las capacitaciones de los empleados es fundamental para conseguir mejores resultados en cuanto a calidad y costos.

Nuestro líder debe tomar un papel de orientador que dirija y colabore con el empleado mediante una buena comunicación de las ordenes de trabajo.



La Organización

Objetivos del área de Organización

1. Asegurar el funcionamiento de la empresa
2. Contratar el personal
3. Garantizar la adquisición de la materia prima e insumos, en cantidades y calidades que se requieran
4. Administrar eficientemente los recursos que requiere la empresa
5. Elaborar el reglamento interno del personal o manual de funciones
6. Elaborar un sistema de control de inventarios.

Estructura Organizacional

Elegimos el organigrama circular porque deseamos que nuestra empresa esté dispuesta a recibir los aportes que cada área brinda para el mejor funcionamiento de la empresa, sin que las áreas se sientan subordinadas unas a otras.





Funciones Específicas del puesto

Dirección General	Coordinar y representar las áreas de: Administración, Marketing, Producción.	Formular proyecto o plan y pedir los informes para llevar control. Vigilar que se cumpla el plan de trabajo al pie de la letra. Medición y cumplimiento de los objetivos y programas establecidos.
Administración	Asegurar el funcionamiento de la empresa. Asegurar el personal requerido para el buen funcionamiento de la empresa.	Coordinar específicamente el trabajo y controlar su cumplimiento. Hacer que todos conozcan las órdenes específicas. Elegir personal calificado para cada área de la empresa.
Finanzas	Asegurar la rentabilidad de la empresa.	Hacer un inventario de todo del capital de la empresa y llevar la contabilidad de la empresa.
Producción	Dirigir la producción de nuestros servicios	Planificación. Diseño. Elaborar procesos de producción eficiente.
Marketing	Lograr el posicionamiento y reconocimiento de la empresa	Establecer marca y publicidad en la empresa y realizar promociones. Promover producto y establecernos como empresa



Administración de Sueldo y Salario

GENIOGRAFIC - PLANILLA QUINCENAL

TC: 29.0000

No	Nombres y Apellidos	F. Ingreso	No Cedula	No INSS	Departamento	Cargo	Salario Mensual	Salario por quin-cena	Salario Por día	Salario por hora	Horas Extras	Monto HE	Salario Bruto Quin-cenal	Deducción INSS	Deducción IR	Total a percibir	Salario Anual Dolares
1	Maricela López	06/12/2016			Administración	Director	15,000.00	7,500.00	491.80	61.48		-	7,500.00	468.75	429.69	6,601.56	5,463.36
2	Cristiana Rodríguez	07/12/2016			Administración	Asistente	10,000.00	5,000.00	327.87	40.98		-	5,000.00	312.50	78.12	4,609.38	3,814.66
3	Selena Amador	07/12/2016			Marketing	Director	15,000.00	7,500.00	491.80	61.48		-	7,500.00	468.75	429.69	6,601.56	5,463.36
4	Delfa López	08/12/2016			Producción	Director Diseñador/	15,000.00	7,500.00	491.80	61.48		-	7,500.00	468.75	429.69	6,601.56	5,463.36
5	Augusto Marchena	09/12/2016			Producción	fotógrafo Diseñador/	12,000.00	6,000.00	393.44	49.18		-	6,000.00	375.00	218.75	5,406.25	4,474.14
6	Carlos Pérez	10/12/2016			Producción	fotógrafo	12,001.00	6,000.50	393.48	49.18		-	6,000.50	375.03	218.82	5,406.65	4,474.47
7	Juan Pérez	10/12/2016			Producción	Asistente	10,000.00	5,000.00	327.87	40.98		-	5,000.00	312.50	78.12	4,609.38	3,814.66
8	Pedro Martínez	10/12/2016			Finanzas	Contador	13,000.00	6,500.00	426.23	53.28		-	6,500.00	406.25	289.06	5,804.69	4,803.88
9								-	-	-		-	-	-	-	-	-
10								-	-	-		-	-	-	-	-	-
Totales:							102,001.00	51,000.50	3,344.30	418.04	-	-	51,000.50	3,187.53	2,171.94	45,641.02	37,771.88



Recursos Humanos

Selección y Contratación de Personal

El área administrativa se encargara de proveer el personal que necesite el área de producción o cualquier otra área, para esto el área solicitante, tendrá que enviar al área administrativa una solicitud que incluya el título del puesto, las funciones y requerimientos o requisitos que exige el puesto.

El área administrativa se encargará de convocar a los aspirantes al puesto y solicitar los documentos necesarios para comprobar si cumple con los requisitos, una vez entrevistados los candidatos se procederá a seleccionar al personal según los requerimientos brindados por el área solicitante, aplicando pruebas de selección para que luego el área solicitante elija el candidato idóneo para el puesto.

El candidato elegido estará en un proceso de adiestramiento durante el primer mes y se pondrá a prueba por un periodo de 2 meses, firmará el contrato trabajo y se registrá bajo el reglamento interno de la empresa, se le puede leer en anexos. (Fig. No. 1)

Contrato Individual De Trabajo

Nosotros Delfa Sofía López López , mayor de edad, casada y del domicilio de Estelí, con identificación No. 161-210286-0004V actuando en nombre y representación de Geniographic. Quien en lo sucesivo se denominará “El empleador” y _____cédula No. _____ mayor de edad, soltero y del domicilio de _____ (Dirección _____); que en lo sucesivo se denominará “El Empleado” hemos convenido en celebrar el siguiente Contrato de Trabajo:

CLAUSULA PRIMERA:

EL EMPLEADO se compromete a prestar sus servicios a EL EMPLEADOR en el cargo de _____, en las oficinas de Geniographic, Sociedad Anónima, ubicadas en donde fue el cine Nancy en la ciudad de Estelí, Nicaragua, obligándose concretamente a asumir las responsabilidades que le exige su cargo, y por las características del negocio apoyo en sus funciones asignadas según necesidades de la Empresa y hoja de responsabilidad, que forma parte de este contrato.

CLAUSULA SEGUNDA:

El horario de trabajo del EMPLEADO será de Lunes a Viernes de 8:00 AM a 5:00 PM y el día Sábado de 8:00 AM a 1:00 PM. EL EMPLEADOR se compromete a pagar a EL EMPLEADO en concepto de sueldo mensual, por sus servicios prestados, la cantidad de C\$_____ (Descripción en letras), más comisión de un _____ pactados cuando se defina como proyectos con el empleador por proyecto realizado y ejecutado más las prestaciones sociales a que tiene derecho menos las deducciones que de conformidad con las leyes respectivas, tengan que hacerse durante el tiempo que dure el Contrato.



CLAUSULA TERCERA:

El presente Contrato tiene vigencia a partir del ____ de ____ al ____ de _____ del 2016, y tiene validez de 1 año a partir de la firma del mismo.

CLAUSULA CUARTA:

No obstante en lo estipulado en la cláusula Tercera, EL EMPLEADOR se reserva el derecho de poder prescindir este contrato en cualquier momento, en base a las causales señales explícitamente en el Código del Trabajo, y por el Reglamento Interno del personal de la empresa.

CLAUSULA QUINTA:

Queda plenamente entendido por EL EMPLEADO que en cuanto a sus funciones y demás, se somete al reglamento y disposiciones internas de trabajo establecidas por EL EMPLEADOR así como a las leyes señaladas en el Código de trabajo vigente.

CLAUSULA SEXTA:

EL EMPLEADOR podrá trasladar por mutuo acuerdo al EMPLEADO según el desempeño de sus labores.

En fe de lo anterior firmamos en dos tantos de un mismo tenor, en el municipio de Estelí, departamento de Estelí, el ____ de _____ del dos mil _____.

Delfa Sofía López López

EL EMPLEADOR

EL EMPLEADO

Capacitación de Personal

Cada jefe de área proporcionara un programa de adiestramiento diseñado para desarrollarlo durante el primer mes del contrato, este debe contener la instrucciones que el empleado necesitara para desempeñar su trabajo de la forma más eficiente y eficaz que el puesto requiera. Cada área verá las necesidades que tenga en cuanto a capacitaciones a si mismo cada área deberá comunicar al área administrativa si hay alguna capacitación que se necesite para mejorar el desempeño del empleado. Y el área administrativa comprobará la viabilidad de la solicitud y si la respuesta es positiva la aprobara siempre tomando en cuenta que la empresa podrá pedir estas capacitaciones al Inatec.



Desarrollo de Personal

Como empresa consideramos que el desarrollo del personal está estrechamente vinculado con el crecimiento y desarrollo de la misma, sobre todo en la nuestra ya que somos una empresa pequeña y cada empleado juega un papel vital en las funciones más importantes de la compañía. Esto significa que nuestra empresa tendrá pocas esperanzas de sobrevivir si contamos con empleados poco capacitados o motivados para el desarrollo de las actividades que les corresponden. Por otro lado si contamos con un personal altamente capacitado y motivado, su crecimiento estará impulsado por cada uno de ellos y contaremos así con muchas mayores posibilidades de éxito. Por esto tomaremos algunas medidas que consideramos nos ayudaran a mantener ese ánimo en nuestros trabajadores.

Asignaremos tutores a los nuevos empleados. Estos tutores darán a los nuevos empleados la oportunidad de aprender de lo que nuestros trabajadores más experimentados ya conocen. Los empleados se sentirán más cómodos si saben exactamente a quien acudir cuando se enfrente a nuevos retos en los que requieran apoyo. Los tutores pueden inspirar a los empleados a exigirse más para lograr mayores niveles de éxito. Ofreceremos recompensas por la capacitación. Será vital para nosotros Apoyar el deseo de nuestros empleados de educarse y capacitarse de manera permanente ya que nos beneficiara incrementando la base de conocimiento de la compañía. Lo que a largo plazo podría hacer las operaciones más eficientes, reduciendo así la necesidad de contratar expertos externos.

Las evaluaciones de rendimiento y las revisiones programadas.

Preguntaremos a nuestros empleados sobre lo que han aprendido, que nuevas responsabilidades han adquirido y en cuales oportunidades estarán interesados para el futuro.

Daremos reconocimientos en la compañía tales como “el empleado del mes”, así como en recompensas, aumentos salariales y promociones y cuando la compañía tenga una posición vacante, consideraremos promover a un empleado actual.



Evaluación de desempeño

Como método para evaluar a nuestros trabajadores realizaremos un instrumento de medición como es la siguiente una tabla

ÁREA DEL DESEMPEÑO	M U Y BAJO	BAJO	MODE- RADO	ALTO	M U Y ALTO	PUNTAJE
	1	2	3	4	5	
ORIENTACIÓN DE RESULTADOS						
Termina su trabajo oportunamente						
Cumple con las tareas que se le encomienda						
Realiza un volumen adecuado de trabajo						
CALIDAD						
No comete errores en el trabajo						
Hace uso racional de los recursos						
No Requiere de supervisión frecuente						
Se muestra profesional en el trabajo						
Se muestra respetuoso y amable en el trato						
RELACIONES INTERPERSONALES						
Se muestra cortés con los clientes y con sus compañeros						
Brinda una adecuada orientación a los clientes						
Evita los conflictos dentro del equipo						
INICIATIVA						
Muestra nuevas ideas para mejorar los procesos						
Se muestra asequible al cambio						
Se anticipa a las dificultades						
Tiene gran capacidad para resolver problemas						
TRABAJO EN EQUIPO						
Muestra aptitud para integrarse al equipo						
Se identifica fácilmente con los objetivos del equipo						
ORGANIZACIÓN						
Planifica sus actividades						
Hace uso de indicadores						
Se preocupa por alcanzar las metas						
PUNTAJE TOTAL:						



Las Finanzas

Objetivos:

Presentar información contable a nivel de pre factibilidad.

Determinar el sistema contable que se va a desarrollar.

Elaborar un catálogo de cuentas.

Realizar balance general, estado de resultados, punto de equilibrio, elegir un sistema de financiamiento.

Sistema Contable de la Empresa

El sistema contable que vamos a implementar es el sistema de partida doble, ya que es el adecuado para nuestro negocio. Utilizaremos un sistema contable llamado Contpaq, ya que nos facilitará el registro y control de nuestra actividad comercial.

Seleccionamos este programa porque es modular, es fácil de usar y trae instructivos de capacitación en videos y tiene soporte técnico garantizado. Cuenta con las siguientes funciones:

ContPAQi Contabilidad:

Catálogos de cuentas, activos fijos para control de depreciaciones, captura de pólizas y/o comprobantes de diario, ingresos y egresos, reportes de estados financieros, múltiples informes exportables a Excel, PDF y HTML, así como la concentración de bases de datos para obtener informes de estados financieros consolidados de varias empresas o filiales que sean seleccionadas por el usuario.

ContPAQi Bancos:

- Presupuestos: control presupuestal de ingresos y egresos;
- Categorías: tipos de ingresos y egresos por área o concepto;
- Catálogos: empresas, bancos, cuentas bancarias, beneficiarios y pagadores, monedas, sucursales; Movimientos y calendario financiero: depósitos, cheques, cargos y abonos, traspasos de cuentas, ingresos y egresos proyectados;
- Flujo de efectivo: vista dinámica para conocer compromisos de pago y cobranza día a día;
- Conciliación bancaria.

ContPAQi Comercial:

- Proveedores: catálogo, políticas comerciales, cuentas por pagar;
- Compras: compras, órdenes de compra, mercancía en consignación, devoluciones;
- Inventarios: entradas de mercadería o productos, salidas de productos, costos;
- Ventas: facturas de crédito/contado, pedidos, cotizaciones, devoluciones, productos en consignación;
- Clientes: catálogo, políticas comerciales (crédito, cobranza, otros), cuentas por cobrar, Etc.
- Interfaz con ContPAQi Contabilidad para asentar los movimientos.



Flujo de efectivo

El flujo de efectivo se realiza para determinar la capacidad de la empresa de generar efectivo, con el cual pueda cumplir con las obligaciones y los proyectos de inversión y expansión. En nuestro caso podemos observar que contamos con cifras positivas a partir del segundo mes, es decir, comenzamos a ganar a partir del segundo mes de operaciones. Además de ver que tendremos suficientes entradas de efectivo como para invertir y expandir el negocio.

[Geniographic S.A.] Estado de flujo de efectivo

Periodo inicia en:	C\$ 1450,000.00											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Octubre	Noviembre	Diciembre
	C\$ 1450,000.00	C\$ 1450,015	C\$ 1450,046	C\$ 1450,074	C\$ 1450,105	C\$ 1450,135	C\$ 1450,166	C\$ 1450,196	C\$ 1450,227	C\$ 1450,258	C\$ 1450,288	C\$ 1450,319
Efectivo al inicio del mes	C\$ -	C\$ -32,767	C\$ 52,258	C\$ 199,631	C\$ 413,523	C\$ 680,674	C\$ 1001,801	C\$ 1385,352	C\$ 1842,069	C\$ 2372,173	C\$ 2967,314	C\$ 3638,714
Ingresos en efectivo												
Ventas (efectivo)	C\$ 132,660.50	C\$ 193,763.50	C\$ 231,014.00	C\$ 279,226.50	C\$ 313,635.00	C\$ 353,220.00	C\$ 398,692.00	C\$ 451,776.50	C\$ 503,338.50	C\$ 549,115.00	C\$ 606,564.00	C\$ 649,904.50
Cobranza	C\$ -	C\$ 56,855	C\$ 83,042	C\$ 99,006	C\$ 119,669	C\$ 134,415	C\$ 151,380	C\$ 170,868	C\$ 193,619	C\$ 215,717	C\$ 235,335	C\$ 259,956
Créditos /otros ingresos	C\$ 56,854.50	C\$ 83,041.50	C\$ 99,006.00	C\$ 119,668.50	C\$ 134,415.00	C\$ 151,380.00	C\$ 170,868.00	C\$ 193,618.50	C\$ 215,716.50	C\$ 235,335.00	C\$ 259,956.00	C\$ 278,530.50
Total Ingresos en efectivo	C\$ 189,515.00	C\$ 333,660	C\$ 413,062	C\$ 497,901	C\$ 567,719	C\$ 639,015	C\$ 720,940	C\$ 816,263	C\$ 912,674	C\$ 1000,167	C\$ 1101,855	C\$ 1188,391
Efectivo Total Disponible	C\$ 189,515.00	C\$ 300,893	C\$ 465,320	C\$ 697,532	C\$ 981,242	C\$ 1319,689	C\$ 1722,741	C\$ 2201,615	C\$ 2754,742	C\$ 3372,340	C\$ 4069,169	C\$ 4827,105
Egresos en efectivo												
Compra de mercancía	C\$ 35,162.50	C\$ 38,678.75	C\$ 42,546.63	C\$ 46,801.29	C\$ 51,481.42	C\$ 56,629.56	C\$ 62,292.51	C\$ 68,521.77	C\$ 75,373.94	C\$ 82,911.34	C\$ 91,202.47	C\$ 100,322.72
Sueldos brutos	C\$ 102,001.00	C\$ 102,001.00	C\$ 102,001.00	C\$ 102,001.00	C\$ 102,001.00	C\$ 102,001.00	C\$ 102,001.00	C\$ 102,001.00	C\$ 102,001.00	C\$ 102,001.00	C\$ 102,001.00	C\$ 102,001.00
Artículos de oficina y operativos	C\$ 22,500.00	C\$ 23,625	C\$ 24,806	C\$ 26,047	C\$ 27,349	C\$ 28,716	C\$ 30,152	C\$ 31,660	C\$ 33,243	C\$ 34,905	C\$ 36,650	C\$ 38,483
Gastos de publicidad	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00
Renta	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00	C\$ 14,500.00
Teléfono e internet	C\$ 1,800.00	C\$ 1,890	C\$ 1,985	C\$ 2,084	C\$ 2,188	C\$ 2,297	C\$ 2,412	C\$ 2,533	C\$ 2,659	C\$ 2,792	C\$ 2,932	C\$ 3,079
Servicios públicos	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
Impuestos	C\$ 28,427.25	C\$ 50,048.93	C\$ 61,959.23	C\$ 74,685.15	C\$ 85,157.78	C\$ 95,852.25	C\$ 108,141.00	C\$ 122,439.45	C\$ 136,901.03	C\$ 150,024.98	C\$ 165,278.25	C\$ 178,258.65
Intereses	C\$ 1,890.97	C\$ 1,890.97	C\$ 1,890.97	C\$ 1,890.97	C\$ 1,890.97	C\$ 1,890.97	C\$ 1,890.97	C\$ 1,890.97	C\$ 1,890.97	C\$ 1,890.97	C\$ 1,890.97	C\$ 1,890.97
SUBTOTAL	C\$ 222,281.72	C\$ 248,635	C\$ 265,689	C\$ 284,009	C\$ 300,568	C\$ 317,887	C\$ 337,390	C\$ 359,546	C\$ 382,569	C\$ 405,026	C\$ 430,455	C\$ 454,535
Total Egresos en efectivo	C\$ 222,281.72	C\$ 248,635	C\$ 265,689	C\$ 284,009	C\$ 300,568	C\$ 317,887	C\$ 337,390	C\$ 359,546	C\$ 382,569	C\$ 405,026	C\$ 430,455	C\$ 454,535
Posición de Efectivo	C\$ -32,766.72	C\$ 52,258	C\$ 199,631	C\$ 413,523	C\$ 680,674	C\$ 1001,801	C\$ 1385,352	C\$ 1842,069	C\$ 2372,173	C\$ 2967,314	C\$ 3638,714	C\$ 4372,571



Balance General

A continuación se detalla nuestros activos y nuestros pasivos por C\$4,585,524.79, es decir los recursos y los deberes que tiene Geniographic.

Geniographic, s.a.		PASIVO	
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017		Pasivo Circulante	
ACTIVO		Proveedores	
Activo Circulante		Acreedores	
Caja	C\$ 699,436.50	Intereses por pagar	C\$ 9,004.58
Bancos	C\$ 2143,516.01	IVA por pagar	C\$ 163,692.24
Inversiones a corto plazo		Anticipo de clientes	
Cuentas por cobrar	C\$ 599,517.00	Total Pasivo Circulante	C\$ 172,696.82
IVA por compras	C\$ 327,882.68		
Inventario		Pasivo a Largo Plazo	
Total Activo Circulante	C\$ 3770,352.19	Documentos por pagar a largo plazo	C\$ 1189,138.18
		Total Pasivo Circulante	C\$ 1189,138.18
Activo Fijo		SUMA DEL PASIVO	C\$ 1361,835.00
Edificios			
Terrenos		CAPITAL CONTABLE	
Depreciación acumulada		Capital social	
Mobiliario y equipo.	C\$ 908,019.00	Reservas	
Depreciación acumulada	C\$ -132,286.40	Resultados de ejercicios anteriores	
Equipo de transporte		Resultados del ejercicio	C\$ 3223,689.79
Depreciación acumulada		Total Capital contable	C\$ 3223,689.79
Equipo de cómputo	C\$ 49,300.00		
Depreciación acumulada	C\$ -9,860.00	SUMA DEL CAPITAL CONTABLE	C\$ 3223,689.79
Total Activo Fijo	C\$ 815,172.60		
Activo diferido		SUMA DEL PASIVO + CAPITAL CONTABLE	C\$ 4585,524.79
Rentas pagadas por anticipado			
Otros activos diferidos			
Total Activo Diferido	C\$ -		
SUMA DEL ACTIVO	C\$ 4585,524.79		



Estado de resultado

En el estado de resultados podemos ver que obtendremos una ganancia anual de C\$ 3,223,689.79 Córdoba. w

Geniographic, s.a.

Estado de resultados

Para el año que finaliza el 31/12/2017

Ingresos:

Ventas brutas	C\$ 6661,300.00
Menos: Devoluciones y provisiones	C\$ -
Ventas netas	C\$ 6661,300.00

Costo de las ventas

Materia prima	C\$ 758,885.05
Costos indirectos de producción	C\$ 253,920.00
Depreciación de equipos	C\$ 39,486.40
	C\$ 1052,291.45
Menos: Inventario final	C\$ -
Costo de las ventas	C\$ 1052,291.45
Ganancia (pérdida) bruta	C\$ 5609,008.55

Gastos:

Publicidad	C\$ 174,000.00
Donaciones de beneficencia	C\$ -
Mano de obra contratada	
Gastos de tarjetas de crédito	C\$ -
Gastos de entrega	C\$ -
Depreciación	C\$ 102,660.00
Membresías y suscripciones	C\$ -
Seguros	C\$ -
Intereses	C\$ 120,183.83
Mantenimiento	C\$ -
Varios	C\$ -
Gastos administrativos	C\$ 69,600.00
Gastos operativos	C\$ -
Impuestos sobre salarios	C\$ 249,660.13
Permisos y licencias	C\$ -
Franqueo postal	C\$ -
Honorarios profesionales	C\$ 69,600.00
Impuestos sobre la propiedad	C\$ -
Alquileres	C\$ 243,600.00
Servicios públicos	C\$ 59,160.00
Diferencial cambiario	C\$ 66,354.90
Sueldos y salarios	C\$ 1230,499.90



Total de gastos		C\$	2385,318.76
Ingresos operativos netos		C\$	3223,689.79
Otros ingresos			
Beneficio (pérdida) por venta de activos	C\$	-	
Ingresos por intereses	C\$	-	
Total de otros ingresos		C\$	-
Ganancia (pérdida) neta		C\$	3223,689.79

Punto de equilibrio

Para alcanzar nuestro punto de equilibrio debemos vender 84 unidades al mes, lo que indica que alcanzaremos nuestro punto de equilibrio a partir del segundo mes de operaciones.

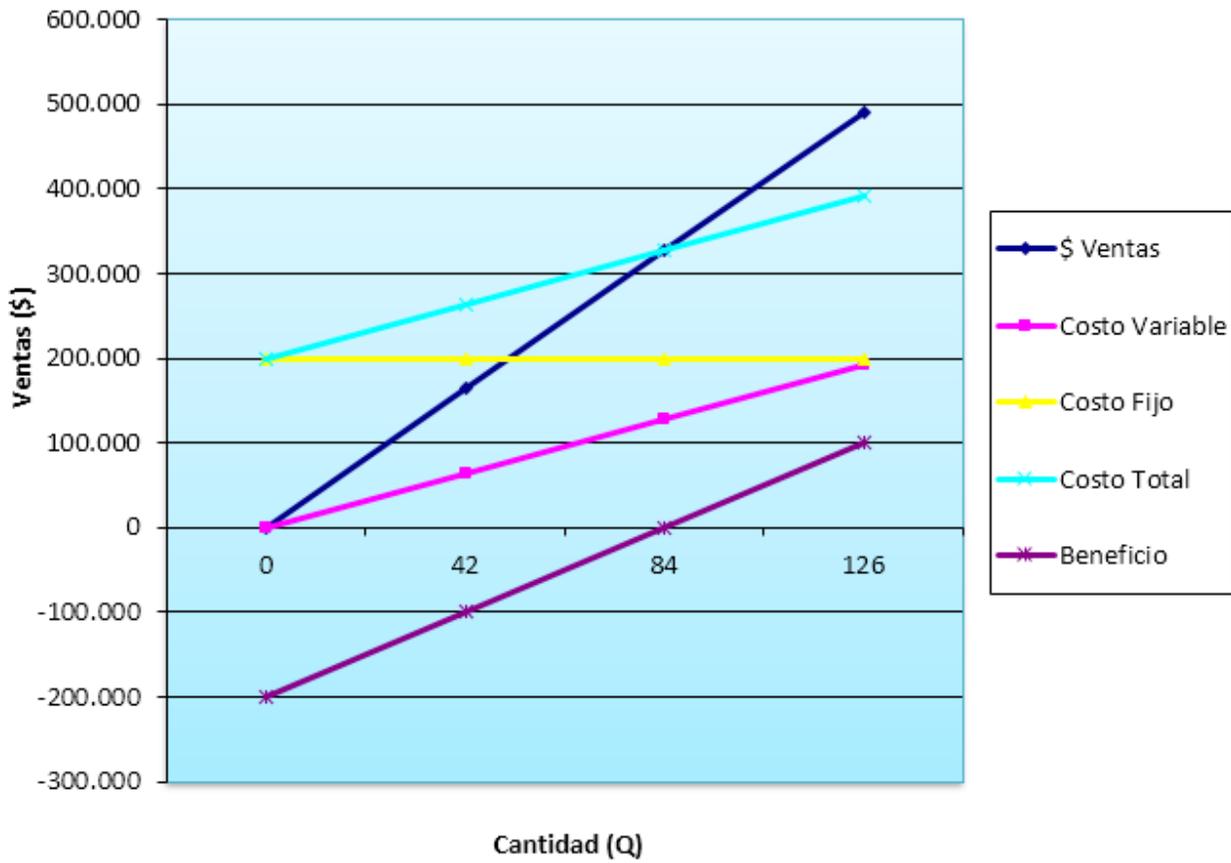
Datos iniciales		
Precio Venta	3,890	
Costo Unitario	1,525	
Gastos Fijos Mes	198,777	
Q Equilibrio	84	Pto Equilibrio en unidades producidas
\$ Equilibrio	326,904	Pto de Equilibrio en ventas netas

Datos para el gráfico		PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q Ventas	0	42	84	126
\$ Ventas	0	163,452	326,904	490,355
Costo Variable	0	64,064	128,127	192,191
Costo Fijo	198,777	198,777	198,777	198,777
Costo Total	198,777	262,840	326,904	390,967
Beneficio	-198,777	-99,388	0	99,388

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 84.032 unidades al mes



En este gráfico se muestra el resultado de las cifras





Plan De Negocios - Delfa López - Selena Amador



Geniographic





INTRODUCCIÓN

El presente Manual tiene como fin recoger los elementos de identidad gráfica de Geniographic y la gama de aplicaciones de uso más generalizado. La denominación, la tipografía y los colores corporativos serán de utilización exclusiva para todos los documentos que se editen, no estando permitida su utilización en versiones y formatos distintos a los que se especifican en los apartados correspondientes de este Manual.

Las normas contenidas en este documento deben respetarse y mantenerse constantes, a fin de facilitar una difusión única y reforzar y asentar definitivamente su Identidad Visual.



TERMINOLOGÍA

Imagen Corporativa. Percepción que una determinada persona o un colectivo tienen de una institución. Es la imagen mental ligada a lo que ella representa.

Identidad Corporativa. El conjunto de características específicas y personales de una entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorable de sí misma y la diferencian de las demás entidades.

Logo. Es el elemento visual de la identidad corporativa. Es un conjunto de elementos gráficos, de líneas, figuras geométricas y colores que hacen que la imagen pictográfica de la entidad sea única y memorable para el público.

Logotipo. Es el conjunto de logo y nombre que le sirve a una entidad a un grupo de personas para representarse. Es parte de la identidad visual de una institución que combina la parte gráfica y la parte tipográfica.

Tipografía Corporativa. Tipo de fuente o letra que se utiliza de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la imagen institucional. La normalización de la tipografía es un factor adicional en todo programa de identidad visual. Busca conferir unidad y armonía en todas las presentaciones.

Colores corporativos. Son los colores determinados por la institución que van a representarlos. Son colores planos ubicados dentro de un registro de color, por lo general estos colores son los únicos permitidos por la empresa para ser utilizados en cualquier elemento de promoción: papelería, señalización, publicaciones, uniformes, material, etc.



Logotipo

Geniographic es una empresa innovadora inteligente y funcional dedicada a mejorar la calidad publicitaria de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Estelí, nuestra identidad corporativa está dedicada a expresar esos valores a través de nuestra marca.



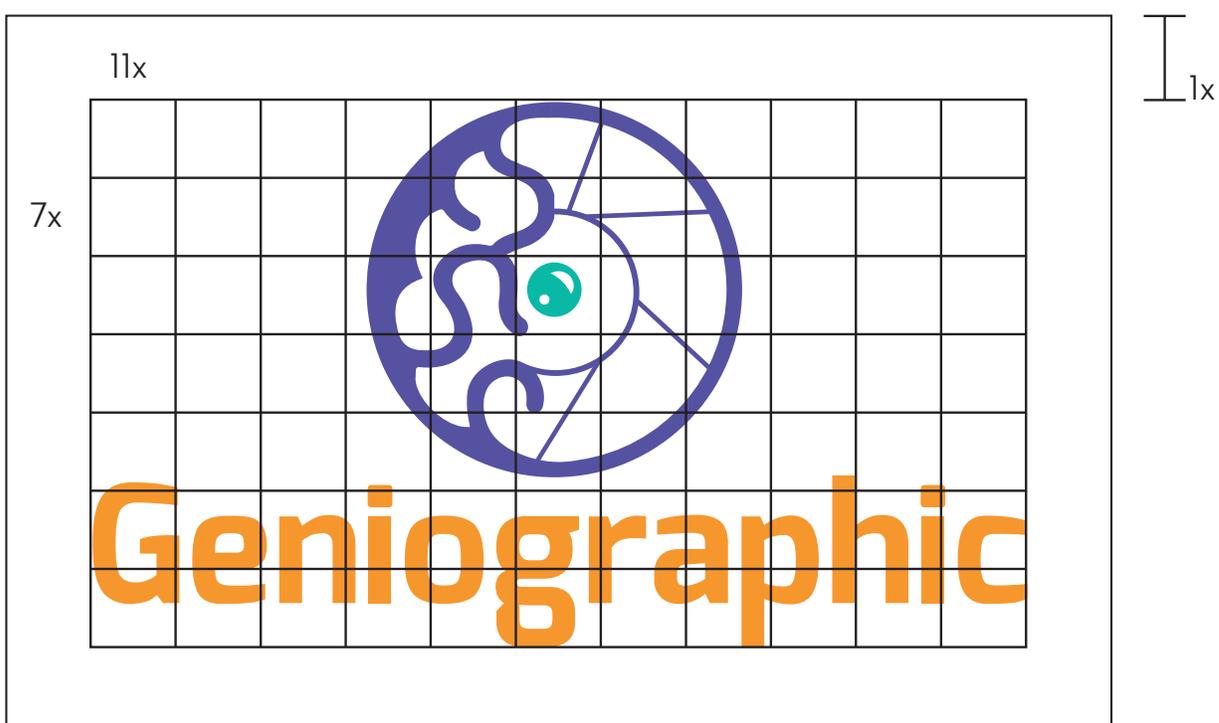
Geniographic



Proporciones

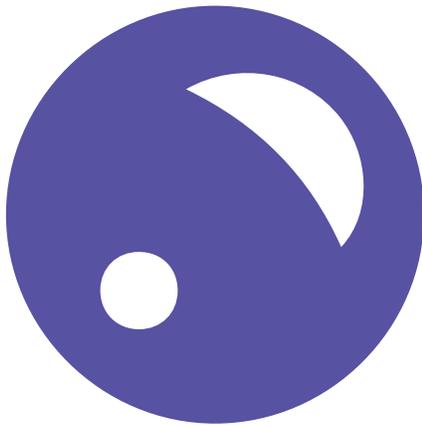
Para mantener la proporcionalidad de la marca, La misma se ha diseñado sobre una cuadrícula constructiva de 11 módulos horizontales por 7 Módulos verticales.

Area de Proteccion 1x





Cuatricromia CYMK



C: 77%
M: 78%
Y: 0%
K: 0%



C: 74%
M: 0%
Y: 44%
K: 0%



C: 0%
M: 48%
Y: 92%
K: 0%



Reduccion Maxima



Geniographic

18 mm x 10mm



Geniographic

50.38 px x 28.35 px

Positivo y Negativo



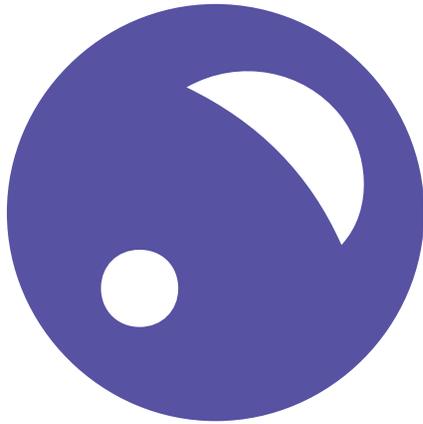
Geniographic



Geniographic



Cuatricromia CYMK



R: 91%

G: 73%

B: 152



R: 33%

G: 178%

B: 163%



R: 244%

G: 152%

B: 30%



Equivalente Grises



69%



26%

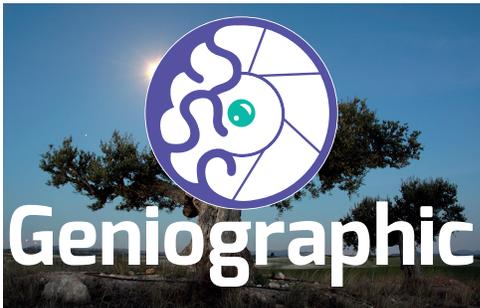


38%

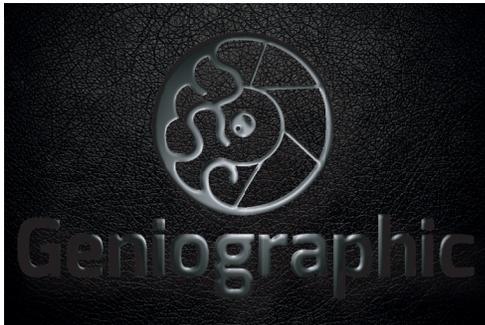


Aplicaciones Permitidas

Sobre Fondo No Corporativo.



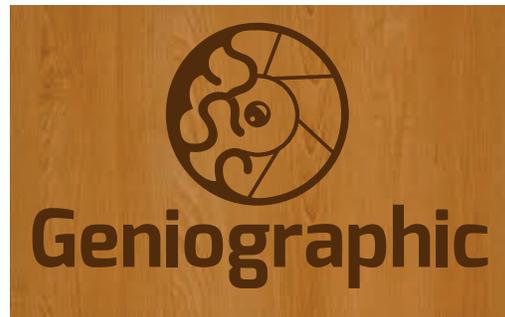
Sobre Cuero



Sobre Vidrio



Sobre Madera





Aplicaciones No Permitidas

Deformaciòn Vertical



Geniographic

Deformaciòn Horizontal



Geniographic

Tipografia Incorrecta



Geniographic

Alterar color Corporativo



Geniographic

Alterar Ubicacion de los elementos



Geniographic

Desproporcion de elementos



Geniographic



La Tipografia

AQ Exo Thin
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AQ *Exo Thin Italic*
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AQ Exo ExtraLight
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AQ *Exo ExtraLightItalic*
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AQ Exo Light
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AQ *Exo Light Italic*
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AQ Exo Regular
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AQ *Exo Italic*
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AQ Exo Medium
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AQ *Exo MediumItalic*
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AQ Exo DemiBold
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AQ *Exo DemiBold*
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789



Tipografía Secundaria

volkorn

AQ

Volkorn Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AQ

Volkorn Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AQ

Volkorn Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AQ

Volkorn Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Josefin Sans

Josefin Sans Thin
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Josefin Sans Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Josefin Sans Light Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Josefin Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Josefin SemiBold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



Aplicaciones Hoja Membretada



Geniographic

Contiguo a donde fue el Teatro Nancy, Barrio Alfredo Lazo, Esteli, Nicaragua.
Tel: 2713 7786 o Cel: 84140160,
email: ventas@geniografic.com.



Factura



Serie: 0001

RUC#. 000000

Contiguo a donde fue el Teatro Nancy,
Barrio Alfredo Lazo, Estelí, Nicaragua.

2713-7786 84140160

ventas@geniografic.com

Día	Mes	Año

Ciente:
Dirección:
RUC o Ced:

CANT	DESCRIPCIÓN	PRECIO	TOTAL

Favor Elaborar Ck A Nombre De: Geniografic, S.A

Sub - Total:	
IVA: (15%)	
TOTAL:	

Original cliente: 1' copia azul contabilidad 2' copia verde, ventas.

RECIBÍ CONFORME

ENTREGUÉ CONFORME



Orden De Trabajo



Día	Mes	Año

Geniographic

ORDEN DE TRABAJO

Cliente:	Cotizacion N°
Material:	
Calidad de imresion:	Vendedor:
Diseño:	Fecha de entrega:

CANT	DESCRIPCIÓN

Elaborado por

Responsable de Diseño



Recibo Oficial de Caja



Geniographic

RUC#: 000000

Contiguo a donde fue el Teatro Nancy, Barrio Alfredo Lazo, Esteli, Nicaragua.

☎ 2713-7786 84140160

✉ ventas@geniografic.com

RECIBO OFICIAL DE CAJA

Fecha:

Recibo de:

La Cantidad de:

En Concepto de:

Efectivo: Cheque: N°.Ck: Banco:

Recibí Conforme



Sobre Americano



Geniographic





CD





Caja de CD





Tarjeta de Presentacion



📍 Contiguo a donde fue el Teatro Nancy,
Barrio Alfredo Lazo, Estelí, Nicaragua.

☎ 2713-7786 84140160

✉ ventas@geniografic.com



Articulos Varios





Anexos



Fig. No. 1 Reglamento interno de trabajo de la empresa Geniographic, S.A.

DISPOSICIONES GENERALES

DE LA COMPETENCIA Y OBLIGATORIEDAD

El presente Reglamento Interno tiene carácter complementario, para la legislación laboral nicaragüense, las estipulaciones del contrato de trabajo y el Estatuto Social de la Empresa. Es normativo de las relaciones de la Empresa con su personal y de este último entre si y tiene como finalidad preservar el entendimiento laboral en beneficio de una óptima productividad. La incorporación del personal al servicio de Geniographic, supone el pleno conocimiento de este reglamento, y la aceptación absoluta de sus disposiciones. El presente Reglamento será igualmente de aplicación a los trabajadores eventuales en lo que sea pertinente. En todo lo que no se encuentre expresamente previsto en el código laboral de nuestro país respecto a la Productividad y Competitividad Laboral o en el presente Reglamento, será de aplicación en cuanto resulte pertinente y en forma supletoria las normas y procedimientos que al respecto emita Geniographic.

Todo servidor recibirá una copia del Reglamento Interno de Trabajo, con el fin de que conozca sus deberes y obligaciones, quedando obligado a respetar y cumplir todas sus normas, firmando una constancia en señal de recepción y acatamiento de las mismas. Es derecho exclusivo de la empresa, planear, organizar, coordinar, dirigir, orientar, supervisar y controlar el personal del centro de trabajo. Este derecho, comprende entre otras las siguientes prerrogativas:

- a) Ser el único evaluador para determinar la capacidad e idoneidad de cualquier servidor para el puesto, tarea o función a que haya designado, así como para contemplar los méritos o decidir su ascenso y/o mejora de remuneración, salvo en este último caso las medidas que se disponga conforme a Ley.
- b) La introducción y aplicación de nuevos métodos de trabajo.
- c) La designación del trabajo y/o de las personas que lo han de realizar, pudiendo adoptar medidas disciplinarias correspondientes de acuerdo con las disposiciones de este Reglamento y normas vigentes.
- d) Reclutamiento, selección, evaluación y contratación del personal.
- e) Establecer las descripciones y los deberes correspondientes a cada posición o función dentro del campo de acción de la Empresa.
- f) Cambiar de puesto o colocación a cualquier servidor, sin que esto constituya hostilidad ni rebaja de remuneración, ni que cause perjuicio al servidor.
- g) Dar estricto cumplimiento a las leyes y al presente Reglamento Interno de Trabajo.
- h) Brindar una supervisión racional fundada en el respeto a la persona humana y dignidad del trabajador, procurando mantener la armonía, comprensión, camaradería y mutuo respeto dentro de las relaciones de trabajo.
- i) Cumplir con las obligaciones que como empleador señale la legislación laboral.



- j) Disponer que los diversos niveles de supervisión presenten oportuna y debida atención a las quejas y sugerencias de los trabajadores.
- k) Efectuar evaluaciones periódicas del desempeño del trabajador a fin de obtener, información que sustente sus promociones, cambios o reemplazos.
- l) Proporcionar un ambiente de trabajo adecuado, incluyendo los equipos, materiales y herramientas básicas para realizarlo en forma eficiente, segura y económica.
- m) Supervisar las labores de los trabajadores, señalando objetivos concretos y evaluando los resultados con el propósito de procurar que el trabajo sea efectuado al mínimo costo posible y conforme a estándares de productividad, calidad y eficiencia.
- n) Promover la capacitación y entrenamiento de los trabajadores con el fin de aumentar sus conocimientos y especialización profesional.
- o) Formular las directivas, normas y reglamentos que se requieren para mejorar la gerencia y gestión de la empresa, en todas las áreas y niveles.
- p) Los Horarios de trabajo, podrán ser variados en función de los requerimientos de la empresa de acuerdo a las necesidades del servicio, sujetándose a las limitaciones establecidas por la legislación vigente.
- q) En los días feriados extraordinarios, la empresa se sujetará a lo que establezca el dispositivo legal correspondiente.
- r) La empresa debe velar por el bienestar y seguridad del personal, así como la integridad y seguridad de sus instalaciones.

CAPÍTULO I

DEL INGRESO: REQUISITOS Y CONDICIONES

ARTICULO I

El ingreso de personal es determinado por las necesidades de servicio y se efectuará previo proceso de evaluación y selección. No obstante que la selección del personal se efectúe a través de exámenes o concursos de carácter general, ello no implicará en ningún caso la exoneración del periodo de prueba fijado por ley.

Al incorporarse al servicio de Geniographic, el nuevo trabajador recibirá la orientación adecuada a fin de que pueda conocer su área y ámbito de trabajo, sus deberes y responsabilidades y beneficios que le corresponden.

Al ingresar al servicio de la empresa, será necesario que el candidato sea mayor de edad y presente los siguientes documentos:

- a) Copia de su Documento Nacional de Identidad (Cedula).
- b) Certificados de Antecedentes Policiales,



Penales, de Salud y Domiciliario.

- c) 2 Fotografías de frente tamaño carnet.
- d) Currículum documentado
- e) Certificado de Trabajos anteriores.
- f) Copia de su(s) Título(s) profesional(es), de Colegiatura y Certificados de Estudio.

CAPÍTULO II

DEL PERIODO DE PRUEBA

ARTICULO 2

Los tres primeros meses de todo nuevo trabajador, corresponden al periodo de prueba. En los casos de personal de Dirección o Trabajadores de Confianza, o para las labores que requieran un término mayor capacitación o de adaptación, o que por su naturaleza o grado de responsabilidad tal prolongación pueda resultar justificada, el periodo de prueba podrá ser ampliado de acuerdo a la legislación vigente.

ARTICULO 3

Los nombramientos del personal de Dirección y de los trabajadores de Confianza serán aprobados por el Director.

CAPÍTULO III

DE LA ASISTENCIA Y PUNTUALIDAD

ARTÍCULO 4

El Área de Administración y Finanzas es la responsable de hacer cumplir las normas que aseguren el control de asistencia, puntualidad y permanencia en el puesto de trabajo del personal.

Siendo la puntualidad del personal, absolutamente necesaria para el correcto funcionamiento de la empresa, es obligación de los trabajadores llegar puntualmente a sus labores, de acuerdo al horario de trabajo, que la empresa expondrá en forma permanente y en lugar visible.

Aquellos trabajadores que no cumplan con el horario de trabajo, serán sancionados de acuerdo a lo previsto en el presente Reglamento y en la legislación vigente.

ARTÍCULO 5

A su llegada, el personal de la empresa, registrará su hora de entrada al inicio de sus labores cotidianas, procediendo de igual forma a registrar su hora de salida.

ARTÍCULO 6

Está prohibido registrar el control de asistencia de otro trabajador. Hacerlo será considerado como falta grave, de acuerdo a lo señalado en la legislación vigente.



ARTÍCULO 7

En el caso de los Gerentes, estos no estarán sujetos al control de asistencia y puntualidad mencionada en el Art. 5; sin embargo, estarán igualmente impedidos de marcar la asistencia de otro u otros trabajadores, aplicándoseles, en caso de hacerlo, las mismas sanciones.

ARTÍCULO 8

Los permisos por inasistencias y salidas en horas de trabajo se obtendrán del Gerente General y serán comunicados al responsable de Recursos Humanos. Se exceptúan los permisos por Comisiones de Servicios.

ARTÍCULO 9

Todo trabajador deberá dar aviso a su Jefe inmediato a primera hora si no le es posible asistir al trabajo, indicando el motivo de su falta. En caso de enfermedad, deberá el trabajador comunicarlo a su inmediato superior, para luego acreditarla oportunamente con el Certificado Médico.

ARTÍCULO 10

La ausencia al trabajo sin motivo, priva al trabajador de la remuneración respectiva. Adicionalmente, y según las circunstancias, oportunidad, reiterancia, etc., se le aplicarán las sanciones previstas en el presente Reglamento y en la legislación vigente.

ARTÍCULO 11

En los casos de descanso médico prescrito por el Facultativo, se exigirá necesariamente la presentación del certificado respectivo.

La Empresa se reservará el derecho de enviar un médico con la finalidad de verificar el real estado del trabajador que se haya reportado enfermo o con descanso médico.

ARTÍCULO 12

El otorgamiento de licencias con o sin goce de remuneración es una facultad discrecional del empleador, la cual debe gestionarse por escrito, ante la Gerencia de Administración y Finanzas y requiere de la aprobación expresa de su respectiva Gerencia y de la Gerencia General.

CAPÍTULO IV

DE LA PERMANENCIA DEL PERSONAL EN LA EMPRESA

ARTÍCULO 13

Están prohibidas todas las salidas del personal fuera del área de la Empresa en horas de trabajo, salvo que la naturaleza de sus funciones así lo requiera o por causa de suma urgencia de tipo personal, debidamente autorizadas.

Las salidas del personal por motivo de sus funciones deberán ser autorizadas por el Jefe inmediato, y los permisos de tipo personal deberán ser autorizados por el Gerente General.

ARTÍCULO 14



El ingreso a la Empresa fuera de las horas de trabajo, deberá ser autorizado por el Gerente de Administración y Finanzas y únicamente para realizar trabajos extraordinarios o especiales.

ARTÍCULO 15

Permiso es toda autorización que faculta al trabajador a interrumpir sus labores habituales. El permiso se otorga por horas y en caso de requerirse plazos mayores, se le denominará licencia.

Todo permiso o licencia, cualquiera sea el motivo que lo origine, debe ser autorizado por el jefe inmediato y será solicitado con la debida anticipación, salvo casos de fuerza mayor.

La empresa reconoce las siguientes clases de permisos:

- a) Permiso sin goce de haber.
- b) Permiso personal, se otorgará de manera excepcional y no conlleva la pérdida del goce de haberes hasta un límite de 1.5 horas por día y no por más de tres días consecutivos o alternos al mes.
- c) Permiso por enfermedad, debidamente acreditada y hasta el límite fijado por las Normas Vigentes. No conlleva la pérdida del goce de haberes hasta el tope de ley.
- d) Permiso por fallecimiento de algún familiar directo del trabajador. No conlleva la pérdida del goce de haberes.

Todo permiso sin goce de haber priva al trabajador de la remuneración correspondiente, en forma proporcional al tiempo dejado de laborar.

Los permisos sin goce de haber por asuntos personales se supeditarán a las necesidades de trabajo y se otorgan a juicio del jefe respectivo.

El trabajador que se ausente sin haber obtenido el permiso respectivo, incurrirá en inasistencia injustificada, descontándose de su haber, el tiempo de inasistencia correspondiente.

La acumulación de inasistencias, según su naturaleza genera pérdida del derecho vacacional y es causal de despido de acuerdo a la legislación vigente.

CAPÍTULO V

DE LAS HORAS EXTRAS

ARTÍCULO 16

Todo trabajo efectivo realizado fuera del horario ordinario, ya sea antes del inicio de la jornada, como después de la finalización de la misma, será considerado como trabajo en sobretiempo. La labor realizada en el día de descanso semanal, o en día feriado, se regulará de acuerdo a la legislación vigente.

No se considerará como trabajo en sobretiempo el tiempo dedicado por los trabajadores, luego de la jornada ordinaria, a actividades distintas a las prestaciones laborales en beneficio del empleador. Igualmente no se considerará labor efectiva las actividades distintas a las prestaciones laborales en beneficio del empleador realizadas en el día de descanso semanal, o el día feriado.

ARTÍCULO 17



El trabajo en sobretiempo, podrá originarse por diversas causas. Sin embargo, para que el trabajador efectúe labor en sobretiempo se requerirá la previa solicitud del Jefe inmediato debidamente aprobado por el Gerente General.

En cualquier caso, se deberá actuar de acuerdo a la normatividad vigente, siendo indispensable que se realice:

- a) Por la naturaleza misma de las funciones.
- b) Por así solicitarlo por escrito en forma especial la empresa, como acto de colaboración y que estará supeditado a la aceptación del trabajador y pago ó compensación con descanso físico respectivo, según se acuerde en cada caso.
- c) En casos justificados en que la labor resulte indispensable, a consecuencia de caso fortuito o fuerza mayor que ponga en peligro inminente a las personas, bienes, o la continuidad de la actividad productiva, la prestación de las horas extras es obligatoria para el trabajador.

ARTÍCULO 18

El pago de la labor en sobretiempo, así como la labor realizada en días de descanso semanal o en días feriados será de acuerdo a la normatividad legal vigente.

ARTÍCULO 19

Cuando por razones de austeridad esté prohibido pagar en efectivo horas extras, la labor en sobretiempo será compensada con descanso físico, de acuerdo a la normatividad legal vigente.

CAPÍTULO VI

DE LA CONDUCTA Y RESPONSABILIDAD EN EL TRABAJO

ARTÍCULO 20

Corresponde al trabajador entre otras, las siguientes obligaciones:

- a) Cumplir el presente Reglamento Interno de Trabajo.
- b) Desempeñar sus labores con honestidad, lealtad, eficiencia y productividad, de acuerdo con las funciones que les sean asignadas, las instrucciones impartidas por su jefe y los objetivos de la empresa.
- c) Comunicar por escrito al área de Administración y Finanzas, cualquier cambio o variación de sus datos personales, familiares, estado civil, cambio de domicilio u otros, a fin de mantener actualizados sus datos personales.
- d) Cumplir con el horario de trabajo que haya establecido la Empresa.
- e) Cuando el trabajador no pueda concurrir a sus labores por fuerza mayor o por encontrarse enfermo, lo hará conocer a su superior inmediato, acreditando las causas de su ausencia en la oportunidad que se reintegre a su puesto.
- f) Concurrir a trabajar bien presentado.



g) Observar rigurosamente las medidas y precauciones que se le indiquen para el manejo de las máquinas, equipos, instrumentos de trabajo e instalaciones.

h) Usar durante el desempeño de sus labores los implementos de protección que se le suministre.

i) Mantener la debida compostura y respeto para con sus superiores compañeros de trabajo y terceras personas que visiten las oficinas de Geniográfico, debiendo velar en todo momento por la buena imagen de la Empresa.

j) Acatar las normas de seguridad y prestar la máxima colaboración en Casos de Siniestros o situaciones de riesgo, relacionados con el personal o instalaciones de la Empresa.

k) El trabajador debe portar en forma visible y permanente su fotocheck de identificación.

l) El personal debe suspender sus labores para tomar sus alimentos en el turno y horas señalados en la empresa. La duración de refrigerio es de 45 minutos. En caso de organizarse labores extraordinarias el horario de refrigerio puede modificarse en coordinación con el jefe o supervisor encargado.

De acuerdo a ello, el personal de Dirección y/o los trabajadores de Confianza que incumplan lo antes señalado serán, dependiendo de la gravedad de la falta, suspendidos sin goce de haber, o se les iniciará el procedimiento de despido a que hace referencia la ley correspondiente.

ARTÍCULO 21

Los servidores de la Empresa están obligados a trabajar de buena fe con toda su habilidad y eficiencia en las labores que se les asigne. Cualquier forma de disminución intencional del rendimiento efectivo, será considerada como falta y se aplicarán las disposiciones pertinentes del presente Reglamento, así como las de Ley.

ARTÍCULO 22

Los servidores de la Empresa están obligados a brindar la mayor atención y cortesía a los clientes. Asimismo queda estrictamente prohibido a los empleados encargados de atender al público, el fumar durante las horas de su atención; así como también solicitar o recibir dádivas como consecuencia de las funciones a su cargo.

ARTÍCULO 23

Es obligación de los empleados guardar la más estricta reserva, tanto sobre las operaciones de la Empresa y sus clientes, como sobre su organización interna. Consecuentemente, queda estrictamente prohibido hacer declaraciones al público y a la prensa, salvo que estén debidamente autorizados.

ARTÍCULO 24

Se prohíbe realizar actividades políticas y proselitistas dentro del local de la Empresa. Las horas de trabajo deben ser dedicadas exclusivamente a la oficina.

ARTÍCULO 25



La recepción de Dinero, Letras, Cheques o Valores de cualquier clase, es de facultad exclusiva del personal autorizado. Por consiguiente, queda terminantemente prohibido disponer lo contrario.

El incumplimiento de lo previsto en la presente cláusula será sancionado de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 43 y siguientes del presente Reglamento. La sanción dependerá de la gravedad de la falta cometida.

ARTÍCULO 26

La responsabilidad ante la Empresa, por la pérdida de Dinero, Títulos, Valores, Documentación en sí, Útiles de Escritorios, Llaves, Carnés de Identidad, etc., es personal. La sanción será aplicada de acuerdo a la naturaleza y gravedad de la falta.

ARTÍCULO 27

La rotación de puestos de los trabajadores es facultad del Gerente General. También es facultad del Gerente de Área, en Coordinación con la Gerencia de Administración y Finanzas, a fin de que los trabajadores incrementen sus conocimientos, o por concernir a la Empresa, sin que esto signifique rebaja de remuneración y/o categoría. Asimismo, podrá solicitar el cambio respectivo por incompetencia o indisciplina, al margen de la sanción disciplinaria correspondiente, que sea de aplicación al caso.

ARTÍCULO 28

Se prohíbe terminantemente las llamadas telefónicas por asuntos ajenos a la oficina, salvo llamadas de suma urgencia y muy breves. Asimismo, la central no atenderá llamadas personales a larga distancia, salvo al personal de funcionarios debidamente autorizados.

ARTÍCULO 29

Todo trabajador deberá comunicar obligatoriamente al responsable de Recursos Humanos, cualquier cambio de domicilio, o en su estado civil, etc., a fin de que sea registrado en su ficha personal.

CAPÍTULO VII

DE LOS RECLAMOS LABORALES INTERNOS

ARTÍCULO 30

Cuando el trabajador tuviera un reclamo o dificultad, puede recurrir a su jefe inmediato superior quien comunicará su decisión por escrito dentro de los tres días útiles siguientes. Si el trabajador no estuviera conforme con esta decisión, puede recurrir a la Gerencia de Administración y Finanzas dentro de los tres días hábiles. También dentro del plazo de tres días hábiles se comunicará la decisión a trabajador, el que podrá como último recurso, elevar su reclamo dentro de un día hábil, a la Gerencia General, la que resolverá también en el plazo de un día hábil.

ARTÍCULO 31

Cuando surja una reclamación colectiva, en determinada sección, ésta será atendida por el Jefe respectivo. Si esta gestión no diera resultado, el asunto lo asumirá la Gerencia de Administración y Finanzas,



quien luego de reunirse con los afectados, tratará de dar solución al problema.

ARTÍCULO 32

Ninguna reclamación individual o colectiva, es razón para abandonar el puesto asignado, debiendo ser ésta atendida fuera de las horas de trabajo, salvo casos muy urgentes y que justifiquen solicitar permiso al Jefe respectivo.

ARTÍCULO 33

Las gestiones ante la Autoridad de Trabajo, cancelan el procedimiento de los reclamos internos indicados. La Autoridad competente resolverá en última instancia.

CAPÍTULO VIII

DEL PAGO DE LAS REMUNERACIONES

ARTÍCULO 34

Los sueldos se abonarán en forma quincenal. Todo el personal está obligado a firmar el duplicado o copia de la Boleta de Pago después del abono correspondiente; esto no implica renuncia del trabajador a cobrar sumas no consignadas en la Boleta.

ARTÍCULO 35

Todo reclamo relacionado con la boleta de pago de sueldos será dirigido por escrito a la Gerencia de Administración y Finanzas.

ARTÍCULO 36

Si el servidor por algún motivo, no pudiese concurrir a recibir el pago correspondiente, podrá delegar poder por escrito a otra persona, siempre y cuando sea cónyuge, hijos mayores o padres y previa identificación obligatoria, firmando la respectiva boleta de pago.

CAPÍTULO IX

DE LAS VACACIONES

ARTÍCULO 37

El descanso vacacional se otorgará a cada trabajador, dentro de los 12 meses siguientes de haber cumplido un año o más de servicio, siempre y cuando cumpla con el record de asistencia que señala la Ley. El Rol Vacacional se exhibirá en lugar visible en el centro de labores y podrá ser modificado por acuerdo de las partes, pudiendo la empresa modificarlo por necesidades del servicio.

ARTÍCULO 38

Ningún trabajador podrá iniciar el goce del descanso vacacional sin la correspondiente autorización escrita de la Gerencia pertinente y conocimiento del responsable de Recursos Humanos. Antes de hacer uso de sus vacaciones, el trabajador debe transferir sus funciones a la persona que lo reemplace



o a su jefe inmediato. Asimismo, la Empresa deberá abonar la respectiva remuneración vacacional al trabajador, antes que este haga uso de su descanso.

CAPÍTULO X

DE LA SEGURIDAD Y ACCIDENTES DE TRABAJO

ARTÍCULO 39

Con el fin de cautelar la salud de los trabajadores la Empresa, solicitará la realización de chequeos médicos anuales.

ARTÍCULO 40

Para los casos de afecciones repentinas durante las horas de trabajo, la Empresa cuenta con un Boticuín de primeros auxilios, a fin de salvaguardar de inmediato, la integridad física de sus servidores cuando el caso lo requiera.

ARTÍCULO 41

Los trabajadores tienen la obligación de colaborar con la seguridad de la empresa, debiendo entre otras acciones:

- Verificar las condiciones del equipo, material o herramientas entregadas antes de iniciar sus labores.
- Cuidar que los bienes de la empresa, sea instalaciones, equipos o materiales bajo su cuidado no sufran deterioro o daño por falta de mantenimiento o atención.
- Informar oportunamente sobre cualquier infracción, condición o práctica insegura que observe, así como sobre cualquier accidente por leve que sea.
- Participar en toda actividad de seguridad.
- Contribuir con ideas y sugerencias para mejorar las condiciones e índices de seguridad.
- Cualquier otra prevista en el Reglamento respectivo, así como en las normas sobre Seguridad y Salud en el Trabajo.

CAPÍTULO XI

DE LA CAPACITACIÓN

ARTÍCULO 42

La empresa reconoce la necesidad de capacitar a sus trabajadores en las labores que realizan, para lo cual presta apoyo para el desarrollo de programas de capacitación.

La empresa promueve y auspicia la participación de los trabajadores en cursos relacionados con las áreas en las cuales se desempeñan, con el objeto de elevar el nivel del personal técnico y /o profesional.

Los trabajadores designados deben asistir y participar efectivamente en los ciclos y programas de capacitación elaborados por la Empresa, así mismo deberán presentar un informe sobre lo aprendido en el curso.



CAPÍTULO XII

DE LAS MEDIDAS DISCIPLINARIAS

ARTÍCULO 43

La política que guía la Empresa en sus relaciones con sus servidores, hace que ella trate de darle oportunidad al trabajador para corregir sus errores en el trabajo, salvo los casos de violación de este Reglamento o de las leyes vigentes que justifiquen su sanción o despido.

Las faltas más comunes que generan la imposición de las sanciones indicadas en los artículos subsiguientes son:

- Faltar al trabajo sin causa debidamente justificada. Con la reincidencia de tres veces.
- Llegar tarde al centro de trabajo o salir antes de la hora establecida, sin contar con la debida autorización.
- Ausentarse del puesto de trabajo sin la debida autorización del jefe inmediato.
- Manejar u operar equipos, máquinas o vehículos que no le han sido asignados o sin autorización.
- Amenazar o agredir en cualquier forma, dentro o fuera del centro de trabajo, a un compañero de labores, cualquiera sea el nivel de éste.
- Dormir durante las horas de labores o presentarse a trabajar en estado de embriaguez o bajo influjo de sustancias alucinógenas.
- Introducir al centro de trabajo o ingerir dentro del horario laboral, bebidas alcohólicas, sustancias alucinógenas o psicotrópicas.
- Fumar en lugares donde está prohibido hacerlo por ley o por razones de seguridad.
- Efectuar colectas, rifas o suscripciones en el centro de trabajo sin expresa autorización de la empresa.
- Realizar actividades de carácter mercantil o atender asuntos personales o profesionales ajenos a la Empresa.
- Cometer actos reñidos con la moral o las buenas costumbres.
- Causar desorden o trastornos que afecten el buen ambiente de trabajo que debe existir en la empresa.
- Difundir o divulgar información, al interior o exterior de la empresa que atente contra la imagen de la misma, de sus directivos o del personal. Igualmente
- Divulgar información confidencial o reservada, a la cual haya tenido acceso en el desarrollo de sus funciones o por terceros,
- Resistirse a cumplir órdenes y tareas dispuestas por su jefe, en relación a su trabajo.
- Portar armas dentro del centro de trabajo y sin autorización de la empresa.
- Retirar del centro de labores, herramientas, materiales, documentos u otros bienes, sin autorización.



- Disminuir intencionalmente el ritmo de trabajo o suspender intempestivamente sus labores para atender asuntos personales o ajenos a la empresa.
- Pintar paredes, pegar volantes o causar daños o destrucción a los bienes muebles o inmuebles de la empresa o del personal.
- Emitir opiniones a través de la prensa, la radio u otro medio de comunicación sobre asuntos de la empresa, sin autorización previa y expresa de la Gerencia General.
- Emplear los recursos humanos y patrimoniales de la Empresa con fines distintos a los intereses de ésta, sea en provecho propio o de terceros.
- Aceptar recompensas, dádivas o préstamos de personas directa o indirectamente vinculadas a la empresa, sea con ocasión del cumplimiento de sus funciones o que lo pudieran comprometer en el ejercicio de éstas.
- Valerse de su condición de trabajador de la empresa para obtener beneficios de índole personal.
- Ejercer los poderes y atribuciones conferidos por la empresa, en provecho propio o de terceros.
- No respetar el presente Reglamento Interno, las Directivas o los Acuerdos o cualquier otro dispositivo que Geniográfic pueda emitir y que implique obligaciones para los trabajadores.
- Proselitismo Político: Está Prohibido realizar proselitismo político y cualquier actividad política partidaria o electoral durante el desarrollo de los procesos electorales, de acuerdo a lo dispuesto por la ley, según se detalla a continuación:

1. Durante el horario de trabajo o de prestaciones de servicios, mientras permanezcan en el local institucional, así como durante las comisiones de servicios.

2. Cuando estén de comisión de servicios no podrán asistir a ningún comité ni organización política, ni realizar actos de cualquier naturaleza o hacer propaganda a favor o en contra de una organización o candidato.

3. Está prohibido emplear las circunstancias en las cuales se entrega beneficios a determinado grupo de personas, para orientar el voto de los beneficiados o ejercer presión sobre ellos con la finalidad de favorecer o perjudicar a una organización política o candidato político.

4. Está prohibido el uso de cualquiera de las instalaciones o cualquier clase de recurso o medio de comunicación de Geniográfic para realizar reuniones o actos políticos, o para elaborar instrumentos de propaganda política.

5. Están prohibidos de interferir en los actos preparatorios de las Elecciones Generales, ni en el funcionamiento de mesas de sufragio o de cualquier otro órgano del Sistema Electoral.

Así mismo, están prohibidos de ejercer presión sobre los electores para inducir u orientar el voto electoral.

El incumplimiento a las prohibiciones mencionadas en este acápite serán sancionadas según corresponda, como falta laboral conforme a las normas laborales y el presente Reglamento Interno, como falta administrativa según se determine en las conductas que constituyen acciones sancionables conforme a la Ley.



-Faltas al Código de Ética: El incumplimiento de los Principios, Deberes y Prohibiciones establecidos en el Código de Ética de Geniographic.

La inobservancia a las regulaciones establecidas en los citados documentos será sancionadas de acuerdo a su gravedad según las normas dispuestas en los artículos 44 a 49, de este Reglamento Interno.

ARTÍCULO 44

La empresa establece cuatro (4) clases de medidas disciplinarias en casos de infracción al presente Reglamento:

- a) Amonestación Verbal. b) Amonestación por escrito con el correspondiente demérito en su archivo personal.
- c) Suspensión según el caso. d) Despido.

Cabe mencionar que el orden de enumeración de estas sanciones no significa que deban aplicarse necesariamente en forma correlativa.

Cada sanción se adecuará a la naturaleza y/o gravedad de la falta y a los antecedentes personales del trabajador.

ARTÍCULO 45

Serán amonestados en forma verbal en casos de falta leve que no reviste gravedad. Su ejercicio corresponde al jefe inmediato.

En ningún caso un trabajador deberá tener más de dos (2) amonestaciones verbales, con lo que de presentarse una tercera falta que pudiera ser calificada como leve, corresponderá aplicarle una amonestación escrita, por un mismo o similar motivo, en un periodo de doce (12) meses, con lo que de presentarse una tercera falta, igual o similar a las anteriores, que pudiera ser calificada como leve, corresponderá aplicar la sanción escrita, salvo opinión en contrario y sustentada de quien vaya a aplicar la sanción.

ARTÍCULO 46

La amonestación escrita se aplica cuando hay reincidencia en las faltas leves o la falta reviste cierta gravedad. Su ejercicio corresponde al jefe respectivo, con indicación expresa de los hechos que la motivan, y se incorpora al legajo personal del trabajador.

Serán amonestados por escrito los trabajadores que incurran, entre otros, en los siguientes causales, siempre que la falta sea primaria y no revista gravedad:

- a).- Faltar injustificadamente al trabajo
- b).- Salir o ausentarse del puesto sin autorización de su Jefe inmediato.
- c).- Salir o ausentarse del trabajo antes de la hora sin el permiso o autorización correspondiente del Jefe inmediato.
- d).- Acumular diez o más tardanzas en un periodo de 30 días.
- e).- No incorporarse a sus labores después de concluido el tiempo establecido para el refrigerio o de



concluido su descanso vacacional o licencia.

f).- Realizar actos contrarios al orden, moral, ética y buenas costumbres dentro del centro laboral.

g).- Actuar con negligencia o ineficiencia en sus obligaciones laborales.

En ningún caso un trabajador deberá tener más de tres (3) amonestaciones escritas, con lo que de presentarse una cuarta falta, igual o similar a las anteriores, en un periodo de doce (12) meses, que pudiera ser merecedora de una sanción escrita, corresponderá aplicarle una suspensión, salvo opinión en contrario y sustentada de quien vaya a aplicar la sanción.

ARTÍCULO 47

La suspensión sin goce de haber es una medida correctiva que implica la suspensión perfecta del vínculo laboral. Se aplica como consecuencia de la reincidencia o acumulación de faltas que fueron sancionadas con amonestaciones verbales y/o escritas, aunque estas fueran de diversa naturaleza o concepto; o por cometerse violaciones más graves de las normas y disposiciones de la Empresa. El número de días hábiles de suspensión se fija de acuerdo a la gravedad de la falta.

En caso de reincidencia o acumulación de faltas, la suspensión se aplicará por un lapso mayor a la impuesta en la última infracción sancionada.

Su ejercicio corresponde al Gerente General para los trabajadores que no tengan rango de Gerentes, y a la directiva para los Gerentes, respetando las normas legales vigentes. Serán suspendidos sin goce de haber, por un mínimo de uno (01) o más días los trabajadores que incurran, entre otras, en las siguientes causales, siempre que las faltas no ameriten despido:

a).- Faltar de palabra o de hecho a los superiores y/o colaboradores

b).- Utilizar materiales de oficina, para fines ajenos al trabajo y al uso destinado.

c).- Dedicarse a trabajos particulares dentro del centro de trabajo.

d).- Reiterada comisión de faltas que determinen amonestación.

e).- Alterar el orden de la organización mediante altercados, riñas o peleas.

f).- Desobedecer a su Jefe inmediato en el cumplimiento de las labores encomendadas.

g).- Manejar u operar equipos, maquinarias sin estar debidamente autorizado.

h).- No permitir o encubrir la revisión de paquetes o maletines en la puerta de ingreso y/o salida del Centro de Trabajo por el personal encargado de la custodia del mismo.

i).- No devolver oportunamente los valores que la Empresa le hubiera entregado para el desempeño de labores.

ARTÍCULO 48

Esta suspensión se hará por carta notarial con copia al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y con conocimiento de la Gerencia General y Gerencia del Área correspondiente.



ARTÍCULO 49

Despido es la separación definitiva del trabajador por haber cometido falta grave prevista en la ley.

Las siguientes faltas, graves, ocasionarán automáticamente el despido obligatorio:

- a) El incumplimiento de las obligaciones de trabajo que supone el quebrantamiento de la buena fe laboral, la reiterada resistencia a las órdenes relacionadas con las labores, la reiterada paralización inoportuna del trabajo y la inobservancia del Reglamento Interno de Trabajo que revistan gravedad.
- b) La disminución deliberada y reiterada en el rendimiento en las labores o del volumen o de la calidad de producción verificada fehacientemente o con el concurso de los servicios de inspección del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, el cual podrá solicitar el apoyo del sector al que pertenece la empresa.
- c) La apropiación consumada o frustrada de bienes o servicios del empleador o que se encuentran bajo su custodia, así como la retención o utilización indebida de los mismos, en beneficio propio o de terceros, con prescindencia de su valor.
- d) El uso o entrega a terceros de información reservada del empleador, la sustracción o utilización no autorizada de documentos de la empresa; la información falsa al empleador con la intención de causarle perjuicio u obtener una ventaja y la competencia desleal.
- e) La concurrencia reiterada en estado de embriaguez o bajo influencia de drogas o sustancias estupefacientes, y aunque no sea reiterada, cuando por la naturaleza de la función del trabajo, revista excepcional gravedad. La autoridad policial prestará su concurso para coadyuvar en la verificación de tales hechos. La negativa del trabajador a someterse a la prueba correspondiente se considerará como reconocimiento de dicho estado, lo que se hará constar en el atestado policial respectivo.
- f) Los actos de violencia, grave indisciplina, injuria y faltamiento de palabra verbal o escrita en agravio del empleador, de sus representantes, del personal jerárquico o de otros trabajadores, sea que se cometan en el centro de trabajo o fuera de él cuando los hechos se deriven directamente de la relación laboral.

Los actos de extrema de violencia, tales como la toma de rehenes o de locales, podrán adicionalmente ser denunciados ante la autoridad judicial competente.

- g) El daño intencional a los edificios, instalaciones, obras, maquinarias, instrumentos, documentación, materia prima y demás bienes de propiedad de la empresa o en posesión de ésta.
- h) El abandono del trabajo por más de 3 días consecutivos, las ausencias injustificadas por más de 5 días en un periodo de 30 días calendario o de más de 15 días en un periodo de 180 días calendario, hayan sido o no sancionadas disciplinariamente en cada caso; la impuntualidad reiterada, si ha sido comunicada por escrito por el empleador, siempre que se hayan aplicado sanciones disciplinarias previas de amonestaciones escritas y suspensiones. Para que no se configure el abandono de trabajo, toda ausencia al centro de trabajo deberá ser puesta en conocimiento del empleador y aprobado por este, exponiendo las razones que la motivaron dentro del término del tercer día de producida, más el término de la distancia. El plazo se contará por días hábiles entendiéndose como tales los laborales en el respectivo centro de trabajo.
- i) La condena penal por delito doloso: El despido se producirá al quedar firme la sentencia y conocer de



tal hecho el empleador, salvo que éste haya conocido del hecho punible antes de contratar al trabajador.

j) La Inhabilitación del trabajador: La inhabilitación que justifica el despido es aquella impuesta al trabajador por autoridad judicial o administrativa para el ejercicio de la actividad que desempeñe en el centro de trabajo, si es por un periodo de 3 meses o más. Si es por menos de 3 meses sólo hay suspensión del contrato.

ARTICULO 49-A

Para la aplicación de las sanciones, y dependiendo de la gravedad de las mismas, se podrá disponer la conformación de un Comité, que finalmente será el encargado de investigar la falta cometida y de proponer la sanción a aplicar a la persona encargada de sancionar al trabajador, sea el Gerente General o el Directorio de Geniográfico, según corresponda.

La facultad de disponer la conformación del Comité será del Gerente General, para aquellos casos en que le corresponda a éste aplicar la sanción, o del Directorio de la Empresa.

ARTICULO 49-B

Las sanciones, cualquiera sea su naturaleza, serán registradas en el legajo personal del trabajador, y serán tomadas en cuenta, como parte del historial del trabajador, para las promociones o incrementos de remuneraciones, como parte del historial del trabajador dentro de Geniográfico.

CAPÍTULO XIII

DE LA RENUNCIA DEL TRABAJADOR

ARTÍCULO 50

Todo empleado que formule renuncia a la empresa deberá ceñirse a lo siguiente:

- a) Presentar mediante carta simple o notarial su renuncia con 30 días de anticipación.
- b) Consecuentemente, y estando a la espera de la respuesta de la citada carta, deberá ir preparando todo lo relacionado a la entrega del puesto (Documentos, llaves, útiles de escritorio, carnet de trabajo, Reglamento Interno, etc.).

ARTÍCULO 51

La Gerencia General puede exonerar del plazo de ley, antes mencionado, entendiéndose aceptada la solicitud si no es rechazada por escrito dentro del tercer día.

ARTÍCULO 52

Todos los casos no previstos expresamente en este Reglamento se regirán por las disposiciones que al efecto dicte la Empresa, en el legítimo ejercicio de sus derechos, dentro del margen de facultades que le acuerde el ordenamiento legal vigente.

ARTÍCULO 53

La Empresa se reserva el derecho de ampliar y/o modificar el presente Reglamento Interno, con la debida autorización del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, o de acuerdo a disposiciones de Gobierno.



ARTÍCULO 54

La empresa podrá proceder a emitir, según las necesidades así lo requieran, normas explicativas y complementarias que sin apartarse del espíritu de la disposición reglamentaria, indique claramente la dinámica y la manera de darle cumplimiento, debidamente autorizadas por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

ARTÍCULO 55

El presente Reglamento entrará en vigencia luego de ser aprobado por el Directorio y puesto en conocimiento de las Autoridades Administrativas del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

CAPÍTULO XV

REEMPLAZOS Y ENCARGATURAS

ARTÍCULO 56

Cuando alguno de los puestos previstos por el Cuadro de Asignación de Personal quede temporalmente vacante, ya sea por renuncia, suspensión, inhabilitación, vacaciones, licencia, descanso o cualquier otro motivo previsto en nuestra legislación o en el presente Reglamento, el Gerente General podrá cubrirla a través de un reemplazo, encargándole la plaza de manera temporal a uno sus trabajadores, estableciéndose las condiciones económicas que correspondan.

Si el puesto fuera el de Gerente General, o de cualquier otra de las gerencias, la determinación del reemplazo y las condiciones económicas del mismo será efectuada por la directiva de la Empresa.

En cualquier caso, se dejará expresa constancia con el trabajador o funcionario a quien se le vaya a encargar el puesto vacante, que la encargatura será temporal, regresando a su puesto habitual una vez una vez terminada la vacancia del puesto temporalmente cubierto.

En cualquier caso, para las encargaturas, se deberá atender a lo señalado por la directiva, o cualquier otra disposición legal aplicable.

CAPÍTULO XVI

PROCEDIMIENTO EN CASO DE RECIBIR RECLAMOS POR HOSTIGAMIENTO SEXUAL

ARTÍCULO 57

El trabajador o trabajadora que vea afectada su dignidad, intimidad, integridad física, psíquica y psicológica, debido a ciertas conductas de naturaleza sexual (hostigamiento sexual) por parte de personas que en el centro de trabajo por encontrarse en una posición de autoridad, jerarquía, u otra situación ventajosa se aprovechan de ello, tiene el derecho a que se inicie un procedimiento administrativo a fin de que cese el hostigamiento.

Las conductas de naturaleza sexual realizadas por un trabajador a otro de igual jerarquía o de similar situación, o hacia un superior, serán igualmente conocidas. En este caso, de no calificar como hostiga-



miento sexual, será tratado como falta grave de acuerdo a nuestra legislación y al presente Reglamento.

ARTÍCULO 58

La Autoridad competente para realizar la investigación por hostigamiento sexual será la Jefa del Departamento de Administración. En caso de ser el presunto hostigador la jefa de dicho departamento, lo hará ante la autoridad inmediata de mayor jerarquía.

En caso de que el presunto hostigador sea el Gerente General no será aplicable el procedimiento interno, por lo que el trabajador tendrá derecho a interponer una demanda sobre cese de hostigamiento ante el poder judicial.

ARTÍCULO 59

El procedimiento consiste de los siguientes pasos:

- a) El trabajador(a) que considere está siendo víctima de hostigamiento sexual podrá interponer una queja debidamente fundamentada ante el responsable de Recursos Humanos, o ante la autoridad inmediata de mayor jerarquía de ser el caso.
- b) La Autoridad competente evaluará si los hechos reportados constituyen hostigamiento sexual.
- c) La autoridad competente tendrá un plazo de tres (3) días útiles para informar al presunto hostigador de las imputaciones que se le hacen, corriendo traslado de la queja.
- d) El presunto hostigador tendrá cinco (5) días útiles a fin de realizar sus descargos respecto de las imputaciones hechas en su contra.
- e) La Autoridad Competente pondrá en conocimiento de la parte afectada los descargos respectivos; así mismo todos los documentos presentados deberán ponerse en vista de las partes.
- f) La Autoridad competente tendrá para la investigación un plazo máximo de diez (10) días hábiles.
- g) Después de culminado el plazo para la investigación, la autoridad competente tendrá cinco (5) días hábiles a fin de emitir una Resolución, poniéndole fin al procedimiento. Dicha resolución deberá ser motivada, y señalar la sanción correspondiente.

ARTÍCULO 60

Los medios probatorios deben servir para acreditar los hechos expuestos por las partes, los mismo podrán ser presentados hasta antes de emitir la Resolución que pone fin al procedimiento.

Corresponde al hostigado probar lo que afirma en la queja, al punto de crear una duda razonable a su favor a fin de que la misma sea admitida a trámite.

Se considerarán como medios probatorios los siguientes:

- a) Declaración de testigos.
- b) Documentos públicos o privados.
- c) Grabaciones, correos electrónicos, mensajes de texto telefónicos, fotografías, objetos, cintas de gra-



bación, entre otros.

- d) Pericias psicológicas, psiquiátricas forense, grafotécnicas, análisis biológicos, químicos, entre otros.
- e) Cualquier otro medio probatorio idóneo.

ARTÍCULO 61

De oficio o a pedido de parte se podrán dictar medidas cautelares a fin de asegurar la eficacia de la resolución. Dichas medidas serán adoptadas de acuerdo a la intensidad, proporcionalidad y necesidad respecto de lo caso. Las medidas a ser tomadas podrán ser las siguientes:

- a) Rotación del presunto hostigador.
- b) Suspensión temporal de presunto hostigador.
- c) Rotación del hostigado, a solicitud de la misma.
- d) Impedimento de acercarse a la víctima o a su entorno familiar, para lo cual se deberá efectuar una constatación policial al respecto.
- e) Asistencia psicológica u otras medidas de protección que garanticen la integridad física, psíquica y/o moral de la víctima por ser el/la mayor afectado/a con el hostigamiento sexual sufrido. Dicha responsabilidad estará a cargo del Sector Salud.

ARTÍCULO 62

En caso se determine el acto de hostigamiento sexual, las sanciones aplicables dependerán de la gravedad, y podrán ser:

- a) Amonestación verbal o escrita.
- b) Suspensión.
- c) Despido
- d) Otras previstas en el presente Reglamento o en la Ley.

ARTÍCULO 63

Los trabajadores sancionados podrán interponer las acciones legales establecidas en la Ley.

ARTÍCULO 64

El hostigado podrá optar también por interponer una demanda por indemnización por despido arbitrario a razón de que el hostigamiento se considerará como un acto de hostilidad equiparable al despido.

ARTÍCULO 65

El plazo para presentar la queja o la demanda ante el poder judicial es de treinta días calendario, con-



tándose a partir del día siguiente de producido el último acto de hostigamiento o indicio del mismo.

ARTÍCULO 66

El procedimiento, en todas sus etapas, será reservado.

Fig. No. 2 Escritura de constitución

ESCRITURA NÚMERO (1).

“CONSTITUCIÓN Y ESTATUTOS DE SOCIEDAD ANÓNIMA”.

En la ciudad de Estelí, República de Nicaragua, a las dos de la tarde del día 02 de Diciembre del Año 2016. Ante Mí: Francisco Jorge Quintanilla García, Abogado y Notario Público de la República de Nicaragua, con domicilio en Estelí, debidamente autorizado por la Excelentísima Corte Suprema de Justicia para cartular durante un quinquenio que vence el día 03 de febrero del Año 2018. Comparecen las Señoras: Delfa Sofía López López, mayor de edad, casada, Licenciada en Diseño Gráfico Publicitario y de este domicilio, quien se identifica con cedula de identidad nicaragüense numero: 161-210286-0004V y Selenia Deydania Amador Garache, mayor de edad, soltera, Licenciada Diseño Gráfico Publicitario y de este domicilio, quien se identifica con cedula de identidad nicaragüense número 161-070691-0005J.

Doy fe de conocer personalmente a los comparecientes, y de que estos tienen a mi juicio la capacidad legal necesaria para obligarse y contratar, especialmente para el otorgamiento de este acto o contrato en el que proceden en sus propios nombres y que dicen:

CLAUSULA PRIMERA: (CONSTITUCIÓN, DENOMINACIÓN Y DOMICILIO).

-La sociedad se denominará: GENIOGRAPHIC, SOCIEDAD ANONIMA pudiendo abreviarse como, Geniographic, S. A. conocida comercialmente como “Geniographic”

Dicha empresa tendrá su domicilio social en la ciudad de Estelí, Departamento de Estelí, pudiendo establecer agencias o sucursales en cualquier parte del país y aún fuera de la República.

Clausula SEGUNDA: (OBJETO.A)- La sociedad tendrá como objeto principal: Ser una empresa de imagen publicitaria que busca crear soluciones inteligentes y funcionales de diseño y fotografía publicitaria. De Igual manera la sociedad podrá comercializar, Importar, cualquier tipo de producto, todo de acuerdo a las normas legales vigentes.

B)- Producir, y Distribuir productos en general, realizar todas las actividades que sean necesarias para brindar todo tipo de asesorías y capacitaciones en instituciones públicas o privadas.

C)- Se dedicará también a la Importación, Exportación, y Comercialización de toda clase de productos permitidos por nuestras Leyes siempre y cuando lo apruebe la Junta General de Accionistas.

D)- A la prestación de Servicios de cualquier clase.



E) Suscribir y ser parte de cualquier tipo de contrato, convenio u obligación con cualquier persona, compañía o entidad, ya sea Privada, Pública, Municipal, Nacional o Extranjera.

F)- Participar en la Organización, formación y constitución de Sociedades de giro idéntico, similar o distinto a ella y en cualquier tipo de actividades lícitas sin excepción alguna, ya sea dentro o fuera de la Republica de Nicaragua y sin ninguna limitación.

G)- Hacer cualquier negocio lícito aunque no sea semejante al objeto relacionado en la presente Escritura de constitución o en sus reformas, pudiendo la Sociedad en cumplimiento de su objeto Social, adquirir toda clase de Bienes muebles e inmuebles, emitir, endosar y realizar todo tipo de operaciones bancarias, Abrir y manejar cuentas corrientes en moneda nacional o extranjera en cualquier entidad financiera o no financiera, nacional o extranjera, dentro o fuera del país, así como hacer uso de otros productos financieros disponibles y necesarios para la buena marcha de los negocios sociales, adquirir títulos valores o acciones en otras sociedades, celebrar todo tipo de actos y contratos civiles, comerciales, industriales, así como para dedicarse a otra actividad lícita dentro o fuera de la Republica que apruebe la Junta Directiva, ya que las anteriores enumeraciones no son taxativas, sino que deben considerarse meramente enunciativas, en consecuencia y por ningún motivo se podrá entender que alguna negociación no estuviera comprendida dentro de su objeto, en caso de duda, bastara una resolución de la Junta Directiva explicando la naturaleza de la Negociación a desarrollar para considerar la negociación o actividad dentro de los fines de la Sociedad.

CLAUSULA TERCERA: (CAPITAL SOCIAL).-

El capital social lo constituye la cantidad de Un millón cuatrocientos cincuenta mil córdobas netos (C\$ 1,450,000.00), el que estará dividido por ACCIONES NOMINATIVAS, inconvertibles al portador.

Las acciones son suscritas y pagadas de la siguiente forma:

UNO)-La Señora Delfa Sofía López López, aporta en dinero efectivo la cantidad de Setecientos veinticinco mil (C\$725,000.00) Córdobas Netos.

-La Señorita Sele na Deydania Amador aporta en dinero efectivo la cantidad de Setecientos veinticinco mil (C\$725,000.00) Córdobas Netos.

Los valores aquí aportados quedan en poder de la Tesorería de esta sociedad. En esta forma queda suscrito y pagado el cien por ciento (100%)del capital social. Las acciones serán emitidas en la forma prescrita por las leyes y la Junta de Directores podrá autorizar que se emitan certificados de acciones representativas del número que corresponde a las que haya suscrito cualquiera de los accionistas o a una parte de las mismas.

Los resguardos provisionales de acciones serán firmados por los accionistas.

QUINTA:(DIRECCIÓN, REPRESENTACIÓN Y VIGILANCIA).-

UNO)- La Dirección de la sociedad y de sus negocios se ejercerá por una Junta Directiva compuesta de no menos de dos ni más de cuatro directores. Cuando fuesen dos directores tendrán las funciones de; Presidente y Vicepresidente – Secretario; si fuesen tres tendrán las funciones de Presidente-Tesorero, Vice-Presidente y Secretario y si fuesen cuatro tendrán las Funciones de Presidente, Directiva durarán en sus cargos el período de Diez años. Para ser electo director, mientras la ley así lo exija, se Necesita ser accionista.



Los miembros de la junta directiva y la de la Vigilancia podrán ser reelectos en el ejercicio de sus cargos. La Ausencia del Presidente será suplida por el Vicepresidente. La Ausencia del Secretario será suplida por el Tesorero. Las Vacantes Definitivas serán cubiertas por quienes designe la Junta General de Accionistas. Las personas jurídicas que sean accionistas podrán dividir la representación de sus acciones en dos o más personas naturales y cualquiera de ellas podrán ser electas como directores. También podrán ser nombrado director las personas jurídicas que sean accionistas.

DOS)-El Presidente representará a la sociedad judicial y extrajudicialmente con las facultades propias de Apoderado Generalísimo.

TRES)-Habrà también un Vigilante que será electo con los Directores y durará en sus funciones el tiempo que la Junta General de Accionistas le designe.

La Junta General de Accionistas nombrará a los Directores y al Vigilante y llenará sus vacantes en su caso.

Los Directores y el Vigilante serán electos por mayoría en Junta General de Accionistas. El quórum para las sesiones de la Junta Directiva será con la asistencia de por lo menos la mayoría de sus miembros; y para tomar resoluciones se necesitara del voto favorable de la mayoría de los directores presentes.

QUINTA: (JUNTAS GENERALES DE ACCIONISTAS).

-Las Ordinarias deberán celebrarse una vez al año, durante los tres meses posteriores al cierre del ejercicio

económico o fiscal de la sociedad, en las oficinas de la sociedad y (DOS) –Las Extraordinarias serán las que se citen por la Junta Directiva o su Presidente, ya sea por iniciativa propia o a solicitud de socios con expresión de objeto y motivo.

Las convocatorias tanto para las Juntas Ordinarias como para las Extraordinarias, se efectuaran mediante aviso publicado en el Diario Oficial, La Gaceta, o cualquier medio electrónico: como correo, fax, teléfono, o diario de circulación nacional. Con quince días de anticipación por lo menos al día en que deba efectuarse la sesión (Arto 253 C.C.). Los avisos de convocatorias para las Juntas Generales Ordinarias o Extraordinarias, deberán contener la indicación del lugar, fecha, hora y local en que deba verificarse la junta.

El aviso de Convocatoria de la junta Extraordinaria, deberá incluir además el objeto o agenda de la misma. Los acuerdos o resoluciones que se tomen sin este requisito no tendrán valor (Arto 255 C.C.). Las Asambleas Extraordinarias se citarán cuantas veces fuera necesaria a juicio de la Junta de Directores y las decisiones se tomarán por mayoría de votos.

TRES) -(Quórum)-Para que haya quórum en las Juntas Generales, ya sean ordinarias o extraordinarias se necesita que estén presentes al menos dos socios que representen más de la mitad de las acciones suscritas y pagadas.

SEXTA: (REUNIONES DE LAS JUNTAS).

-Tanto las Juntas Generales de Accionistas, sean ordinarias o extraordinarias, como las reuniones de



Junta Directiva, podrán celebrarse dentro o fuera de Nicaragua, y no se necesitará de citación cuando estén presentes o representados todos los accionistas o directores, en su caso.

SEPTIMA: (DURACIÓN).

-La duración de la sociedad será de cinco años que se comenzarán a contar a partir de la inscripción de la presente escritura en el Registro Público competente.

OCTAVA: (VENTAJAS).

-Los accionistas fundadores no se reservan ninguna ventaja o derecho particular.

NOVENA: (ESTADOS FINANCIEROS).

-UNO)-(Fecha). El ejercicio Económico de la Sociedad será de Un año y durara desde el día Primero de Enero al Treinta y uno de Diciembre, fecha en que termina el periodo fiscal. Al finalizar cada ejercicio Económico se practicara inventario general de los bienes sociales, y con los resultados de la Contabilidad se formara el balance general, con un estado de ganancias y pérdidas.

DOS)- (Contabilidad). La contabilidad se llevará por sistema de partida doble y de acuerdo a las leyes existentes relativas a asuntos contables.

TRES)-(Reservas). Se destinará a la constitución de un fondo de reserva la vigésima parte de las ganancias líquidas de la sociedad, hasta que dicho fondo represente la décima parte del capital social; este fondo habrá que reintegrarse cuantas veces se hallare reducido por cualquier causa.

CUATRO)-(Utilidades).El cálculo y la repartición de beneficios se harán en la forma que sea decidida por la Junta General de Accionistas teniendo en cuenta las costumbres mercantiles y los dictados de una sana política contable.

DÉCIMA: (SUMISIÓN AL VOTO DE LA MAYORÍA).

-Los accionistas se someterán al voto de la mayoría en las Juntas o Asambleas, ya sean ordinarias o extraordinarias, que hubiesen sido debidamente convocadas y constituidas.

(ESTATUTOS).

-En este estado los otorgantes y accionistas de la sociedad se constituyen en Junta General a fin de emitir sus Estatutos, elevando a escritura pública el acta de la aprobación de los mismos Estatutos, acto que se realiza con el quórum legal necesario y por unanimidad de votos. Por lo tanto se completa la personería legal de la presente sociedad decretando sus ESTATUTOS, que ya discutidos en lo general y artículo por artículo, se aprueban definitivamente del modo siguiente:

Artículo Uno: (Constitución, Denominación. Domicilio, Objeto, Duración, Capital Social).

-Como ya se dijo el nombre de la sociedad es Geniográfico, SOCIEDAD ANONIMA, pudiendo abreviarse como, Geniográfico S. A. conocida comercialmente como Geniográfico “S.A.”.

Está constituida en la presente escritura pública, donde con anterioridad se deja establecida su Constitución, Denominación. Domicilio, Objeto, Duración, Capital Social.



Artículo Dos: (Juntas Generales).

-La Junta General de Accionistas es la máxima autoridad de la sociedad y todos los accionistas Debidamente legitimados tienen derecho a tomar parte en las Deliberaciones de la Junta General de Accionistas ya sean Estas juntas ordinarias o extraordinarias. Son atribuciones de la Junta General

- a) Elegir a los miembros de la Junta de Directores y al Vigilante y llenar sus vacantes en su caso.
- b) Aprobar, improbar o reformar los balances de la sociedad.
- c) Decretar la repartición de utilidades.
- d) Acordar cualquier reforma al pacto social.
- f) Disponer la forma en que será liquidada la presente sociedad en caso de disolución de la misma y nombrar al o los, liquidadores.

Artículo Tres: (Junta Directiva y Gerencia).

-La Junta de Directores es la que tiene también a su cargo el manejo, dirección, disposición y administración de todos los bienes y negocios sociales con facultades de apoderado generalísimo de la misma, y sin perjuicio de las atribuciones del Presidente en particular tendrá las siguientes atribuciones:

- a)-Aprobar la política empresarial de la compañía.
- b)-Acordar la compra o venta, o cualquier acto de disposición de bienes muebles e inmuebles y la constitución de gravámenes sobre los mismos.
- c)- Aprobar la contratación de empréstitos y el otorgamiento de garantías.
- d)- Cumplir y hacer cumplir los contratos legalmente celebrados y las disposiciones, acuerdos y resoluciones de la Junta General de Accionistas.
- e)- Nombrar mandatarios de toda especie y a la persona o personas que representarán a la sociedad en los organismos de las otras sociedades.
- f)-Designar, cuando lo creyere conveniente, a un Gerente General que maneje y administre los negocios sociales, delegando en él las facultades y poderes que estime conveniente. Este Gerente puede ser o no miembro de la Directiva.
- g)-Designar en que banco o bancos se depositarán los fondos de la sociedad y señalar al mismo tiempo cuales son las personas que puedan girar contra los fondos así depositados.
- h)-Disponer de la emisión de las acciones o su reposición.
- i)-Autorizar el presupuesto anual de la sociedad, la celebración de contratos que excedan la cuantía que la misma Junta fijará y los parámetros para contratación del personal.
- j)- Pasar oportunamente el Balance General al Vigilante y a los Auditores externos antes de someterlo a la Junta General de Accionistas; y
- k)- Llevar a cabo cualquier otra gestión que le fuere confiada por la Junta General de Accionistas, sin



detrimento de su poder de mandatario generalísimo, y en general, velar por el cumplimiento de los fines sociales.

Artículo Cuatro: (El Presidente).

-El Presidente de la Junta Directiva será el Presidente de la sociedad y le corresponde la representación de la misma tanto judicial como extrajudicialmente con las facultades propias de un Apoderado Generalísimo en especial tendrá las siguientes atribuciones:

- a)-Presidir las sesiones de la Junta General de Accionistas ya sean ordinarias o extraordinarias así como las de la Junta de Directores y suscribir las actas respectivas.
- b)-Suscribir con el Secretario de la Directiva los resguardos provisionales, títulos, acciones o certificados definitivos, y demás documentos que fueren emitidos por la sociedad.
- c)-Ejercer la supervisión de todos los negocios sociales e inspeccionar, cuando lo crea conveniente, los trabajos de la misma.
- d)-Firmar conjuntamente con el Secretario, las actas de las sesiones de las Juntas Generales y Juntas de Directores, y
- e) otorgar poderes en nombre de la sociedad de cualquier índole con las facultades convenientes y
- f)-Desempeñar todas las demás funciones que le sean delegadas por la Junta General o por la Junta Directiva.

Artículo Cinco: (Vicepresidente).

-Las vacantes, temporales del Presidente, serán llenadas por el Vicepresidente quien tendrá las mismas atribuciones que el Presidente. Las vacantes no temporales, las llenará la persona que designe la Asamblea General de Accionistas.

Artículo Seis:(Secretario).

-tendrá la obligación de conservar y vigilar los libros de actas y de registro de acciones y actuar como órgano de comunicación de la Junta General de Accionistas y de Junta de Directores, entre la sociedad y los accionistas; y en particular tendrá las siguientes atribuciones:

- a)-Suscribir con el Presidente los títulos provisionales, acciones o certificados de acciones que fueren emitidos.
- b)-Autorizar con su firma las actas, resoluciones o acuerdos que se tomaren por la Junta General de Accionistas o por la Junta Directiva.
- c)-Llevar el Libro de Registro de Acciones y tomar nota o registro de los títulos que se emitan en favor de los accionistas.
- d)-Publicar todos los avisos de convocatoria y remitir las citaciones a los socios Para las sesiones co-



rrespondientes.

e)-Librar las certificaciones que haya necesidad de extender de cualquier libro o registro de la sociedad para cualquier fin legal; certificaciones las cuales podrán también ser extendidas por Notario Público.

Artículo Siete: (El Tesorero).

-Corresponde al Tesorero el custodiar, conservar y vigilar los bienes sociales y especialmente los fondos y valores comerciales de la empresa.

Artículo Ocho: (Vigilancia).

-El Vigilante debe velar por la buena marcha de los negocios sociales, se encargará de su inspección y fiscalización y para ello serán sus atribuciones las de:

a)-Hacer arqueos y comprobaciones en cualquier tiempo, en caja, valores, cartera y libros.

b)-Revisar los balances y estados financieros mensuales.

c).-Asistir, cuando fuere citado, a las reuniones de las Juntas Generales de Accionistas presentando los informes y haciendo las observaciones que creyese oportunas.

d)-Cuidar de la buena inversión de los fondos sociales.

e)-Rendir un informe anual de sus actividades a la Junta General Ordinaria de Accionistas.

Artículo Nueve

De conformidad con lo dispuesto, se procede a la elección, habiendo resultado electos por unanimidad de votos los siguientes personas

:PRESIDENTE: Delfa Sofía López López ;VICE-PRESIDENTE: Selena Deydania Amador Garache, TESORERO: Delfa Sofía López López ,SECRETARIO Delfa Sofía López López.

Artículo Diez: (Gerente General):

Para la mejor administración los socios nombrarán un Gerente General.

El Gerente General llevará la participación ejecutiva o administración Inmediata de los negocios sociales; tendrá los poderes y facultades, deberes y atribuciones, que le confiera la Junta Directiva y estos Estatutos y tendrá para la realización de los mismos, la representación legal de la Sociedad con las más amplias facultades ejecutivas y administrativas, para lo cual se le otorgará un Poder General de Administración.

Artículo once: (Los Socios).

- Los socios tienen derecho de conocer el empleo de los fondos sociales. Todas las resoluciones aún las indicadas en el artículo doscientos sesenta y dos del código de comercio, se tomarán por simple mayoría de votos de los accionistas presentes en cualquier asamblea. El quórum para cualquier tipo de sesión será el establecido en la escritura de constitución social. Hasta aquí los estatutos que han quedado definitivamente aprobados y que habrán de regir a la presente sociedad.

Así mismo se expresaron los comparecientes, bien instruidos por el notario, acerca del valor, alcance y trascendencias legales de este acto, del objeto de las Clausulas Generales que le dan su valor, de las



especiales que contiene y de las que en, renunciaciones y estipulaciones implícitas y explícitas en las que en concreto han hecho. Así mismo, les advertí de la necesidad de inscribir el Testimonio de esta Escritura en el Registro Competente.

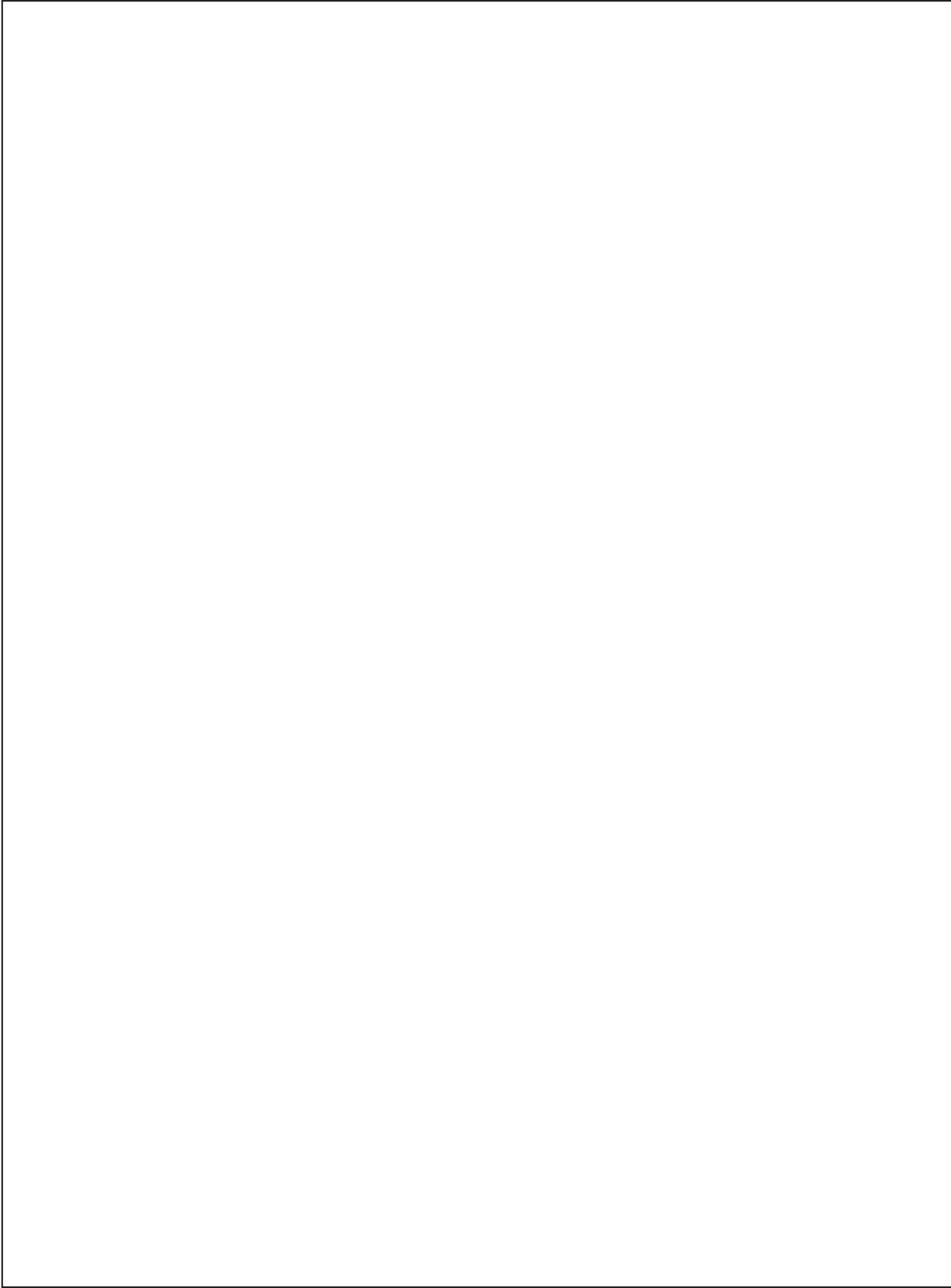
-y leída por mí, el Notario, íntegramente esta Escritura a los otorgantes, la encuentran conforme. La aprueban, ratifican y firman sin hacerle modificación alguna, firman todos conmigo.

-Doy fe de todo lo relacionado.

(F)-----Ilegible;(F)-----;(F)------(NOTARIAL).....
Paso ante mí: Al Frente del folio Número -----al reverso del folio Número -----, de mi Protocolo Número -----,con serie G y numero de papel de protocolo -----, -----,-----, -----,-----,----- y a solicitud de la Señora Delfa Sofía López López, en representación de la Sociedad “Geniographic, SOCIEDAD ANONIMA. □ , libro este primer Testimonio, en ----hojas de papel sellado de ley con serie N y números de papel testimonio -----,-----,-----,-----,-----, las que firmo, rubrico y sello,

en la Ciudad de Estelí, a las ---de la -----del día -----de -----del Año -----,-----.

ABOGADO Y NOTARIO PÚBLICO.





Geniographic



Plan De Negocios - Delfa López - Selena Amador



Geniographic

