



Escuela de
Diseño

Plan de Negocios

Idea Publicidad

Integrantes:

Miguel Ángel Hernández Cruz

Francisco David Alvarado Rodríguez

Carrera: Diseño Gráfico

Facilitador: Sr. Luis Carvajal Rodríguez



Universidad
Politécnica
de Nicaragua

1- Resumen Ejecutivo

El presente documento trata acerca de la creación de una empresa dedicada al diseño de imagen y publicidad, en pequeñas y medianas empresas ubicadas en el Departamento de Jinotega. Su principal objetivo no es solo servir de requisito, para obtener el grado de Licenciatura en Diseño Gráfico en la Universidad Politécnica de Nicaragua UPOLI, sino que representa los inicios de un plan de negocios real, que nos permita poner en práctica nuestros conocimientos y además desarrollarlos, al servicio de la sociedad y nuestra familia.

La empresa, que llevará por nombre Idea Publicidad será de servicio, la principal necesidad a satisfacer será de apoyo en el posicionamiento en el mercado de Mypimes (aunque no exclusivamente) presentes en la zona, a través del diseño y asesoramiento en la imagen empresarial, y de esta manera generar mayores ingresos económicos a las empresas.

La idea central del estudio, es la de estructurar una agencia de publicidad independiente, con amplio criterio profesional, capaz de asesorar MIPYMES en temas de imagen, que sea una alternativa publicitaria de gran calidad, capaz de marcar la diferencia en el mercado, tanto para la empresa como el cliente mismo.

La población de pequeñas y medianas empresas formalmente constituidas en la zona es de 300. La base del estudio se realizó con el 10% de la población, debidamente encuestada. Los principales resultados que presenta el estudio son:

- Especificaciones del servicio Se diseñaran Brochure, sitios web, tarjetas de presentación, catálogos varios, entre otros.
- Presupuesto para equipamiento básico e instalaciones.
- Organización de la empresa.
- Diagrama de flujo de la producción
- Sistema financiero: nómina, estados de resultado, balance general, ingresos, punto de equilibrio, sistema de cuentas, costos, flujo de efectivo.

2- Índice

Página

1-Resumen ejecutivo	2
2-Indice	4
3-plan de negocios	5
3.1 Propósitos de un plan de negocios	5
3.2-Mercado	10
3.3-Producción	22
3.4-Organización	30
3.5-Sistema Financiero	36
3.5.1-Objetivos del área contable	36
3.5.2-Sistema Contable de la Empresa	36
3.5.3-Catálogo de Cuentas	37
3.5.4-Ingresos por venta mensual	38
3.5.5-Costos de venta mensual	38
3.5.6-Presupuesto de Equipos	39
3.5.7-Estado de Resultados	39
3.5.8-Balance General	38
3.5.9-Flujo de Efectivo	41
3.5.10-Depreciación equipo de oficina	42
3.5.11-Cálculo del punto de equilibrio	42
3.6-Marco legal de la organización	43
5- Anexos	47
5.1- Auditoria personal	52
5.2- Técnicas para elegir ideas de negocios innovadores	62
5.3 – Formato de encuesta Dirigida a MIPYMES	65
5.4 Análisis de encuesta gráficos	68
5.5- Cotizaciones y Otros.	74
5.6- manual de marca	76
5.7- catálogos de estrategias de promoción visual instrumentos de apoyo a la comercialización	

CAPITULO I

4 - Plan de negocios

4.1 PROPOSITOS U OBJETIVOS DE UN PLAN DE NEGOCIOS

3.1.1 Que necesidades satisface

En el entorno empresarial actual, la comunicación ha crecido de manera agigantada y tiene un rol preponderante que nos permite dar a conocer y proyectar las empresas.

Para poder hacer uso de la comunicación, se debe de hacer una representación visual, que manifieste la apariencia visual de un objeto real o imaginario. Este concepto se denomina imagen, y el desarrollo de esta, permitirá al empresario y a los emprendedores mismos, proyectar su producto o servicio en mercado.

De lo anterior podemos concluir que la principal necesidad que será satisfecha es la ayuda en el posicionamiento de la marca de la empresa (Mypimes) a través del diseño y asesoramiento en la imagen empresarial, lo que permitirá el posicionamiento dentro del mercado, generando un mayor ingreso económico a la empresa.

3.1.2 Tipo de empresa

La empresa será de Servicios.

3.1.3 Nombre de la empresa

Idea Publicidad.

3.1.4 Tamaño

Micro empresa, por el momento solo trabajamos dos personas.

3.1.5 Ubicación

Estaremos ubicados del silais 2/c al Oeste en la ciudad de Jinotega.

3.1.6 Justificación

1. El por qué considera que con la empresa a crear se resuelve la necesidad o se suple una carencia

El andamiaje económico de Nicaragua está formado grandemente por pequeñas empresas. Según datos del gobierno, se calcula que en el país las pymes emplean a unas 260,000 familias, aportan el 40% del PIB, y el 70% de los puestos laborales.

Hay mucha deficiencia de las pymes en el entorno que se desarrollan. Estas empresas tienen problemas de control y registros contables, limitado acceso al crédito bancario, logística (materias primas), Problemas de infraestructura, altos costos de energía y de agua potable, extensos trámites de exportación y exigencias de mercados internacionales.

No obstante, no se habla de la carencia de imagen de las empresas. En ningún informe oficial, se hace mención a los escasos de la parte conceptual del producto o servicio que se oferta.

Las pequeñas empresas poco hacen para mejorar su imagen y poder potenciar así su posición en el mercado.

La imagen de una empresa, debe de estar incorporada y cuidadosamente diseñada dentro de su plan de negocio, tanto a nivel de estrategia como de ejecución.

Cada etapa y actividad tiene que ser revisada por el propietario (os) de la empresa, quién debe además de empoderarse de la imagen

del negocio, que estará dirigida en todo momento al mercado y/o consumidor.

3.1.7 Misión

Proveer a las pequeñas empresas de soluciones integrales en comunicación estratégica, publicidad desde el diseño de una campaña creativa, haciendo que su empresa sea notable y que su marca impacte en el mercado.

3.1.8 Visión

Ser una agencia publicitaria líder en Nicaragua, destacándose por los resultados generados en los negocios, amparada en el profesionalismo y valores que rigen la ética laboral y la relación con el cliente.

3.1.9 Valores de empresario

Valores que un empresario debe tener

- 1- Carácter le permitirá mantener que su sí ,es si y que su no es No, lo que le distinguirá positivamente de los demás y lo transmitirá a sus productos o servicios
- 2- Aprender siempre tiene que estar dispuesto a seguir aprendiendo, en una educación continúa y escuchando todas las sugerencias que hagan una persona con mayores conocimientos más progresara.

- 3- Autodisciplina junto con el autodomnio son dos armas virtudes muy importantes en los valores de un empresario para poder actuar sin caer en los vicios como son la pereza el desorden etc.
- 4- Confianza teniendo confianza sobre uno mismo y sobre lo que se está realizando para que le de fuerza el hacer las cosas.
- 5- Ética los productos y servicios si son hechos bajo esta premisa moral cosecharan buenos frutos donde no hay ética hay problemas y conflictos la ética siempre paga buenos dividendos lo demás es corrupción.
- 6- Gratitud dicen que ser agradecido es de bien nacidos pero hay que demostrarlo y comunicarlo y si es posible hay que devolver a otros los beneficios que gratuitamente hemos recibidos lo contrario es lealtad.
- 7- Optimismo aptitud y propósito para ver las cosas con realismo lo demás es negativismo.
- 8- Puntualidad teniendo en cuenta que el tiempo es oro. Armonía familiar y social, para uno mismo y para los demás. Nadie tiene derecho a robar impunemente el tiempo ajeno, lo contrario es informalidad abuso desconsideración.
- 9- Reflexión para poder tomar las decisiones adecuadas para convencer a los clientes y proveedores lo contrario es negligencia.
- 10- Religión el trato frecuente con dios y la conciencia de lo que se hace debe servir para la eternidad.

3.1.10 Principios empresariales

Crecimiento empresarial y patrimonial, en beneficio de todos sus accionistas y de las posibilidades de promoción y progreso personal de quienes participan o colaboran en la empresa.

Globalidad e innovación permanente en la oferta, con el objetivo de ofrecer a los clientes una gama completa de productos y servicios.

Vocación en la gestión, para conseguir un continuo desarrollo y aumento de la dimensión empresarial mediante alianzas estratégicas.

Vocación de liderazgo en todos los sectores de actividad y en los mercados en que esté presente.

Alta calidad en el servicio a los clientes, por razones éticas y como medio más eficaz de conseguir su fidelización.

Búsqueda permanente de la eficiencia para optimizar la utilización de los recursos.

3.1.11 Ventajas competitivas

3.1.12 De la empresa

La empresa apunta a trabajar preferiblemente (pero no única) con pequeños negocios, esto le permitirá contar con un servicio único, el grado de innovación que se implemente, le hará difícil de imitar por la competencia.

Contará con personal altamente calificado que le permitirá tener una alta productividad y brindar un excelente servicio al cliente.

3.1.13 Del producto o servicio ¿Qué lo hace diferente?

El adecuar nuestra oferta al cliente, permitirá que nuestro servicio se concentre en satisfacer mejor sus demandas.

La segmentación con precisión del mercado nos dará la flexibilidad de ajustar nuestros servicios dirigidos a cada cliente.

3.1.14 Distingos

Nuestra empresa brindara un servicio personalizado, permitiendo que nuestros clientes participen en el proceso creativo de su producto o servicio.

Una vez decidido y aprobado el diseño, este será exclusivo de cada negocio o cliente.

CAPITULO II MERCADO

3.2 Mercado

3.2.1 Objetivos de la Mercadotecnia

3.2.1.1 Objetivos a corto plazo

Objetivos de la mercadotecnia (1 año)

Proyecciones sujetas a cambios

Objetivos de corto plazo

En el primer año se pretende satisfacer alrededor de 800 clientes potenciales entre ellos 500 pymes y 300 clientes individuales.

Se estima vender unos 1000 servicios entre los clientes Adquiridos en el año.

Se estima producir 1000 servicios de identidad empresarial y sitios web

Con estas proyecciones se espera obtener ingreso de ventas de 100,000 córdobas.

3.2.1.2 Objetivos a mediano plazo

Objetivos mediano plazo (3 años)

Proyecciones sujetas a cambios

En el siguiente año se pretende incrementar la capacidad y atender a 800 clientes adicionales.

Vender alrededor de 2000 servicios varios

Se estima producir 1000 y 900 entre identidad empresarial y sitios web

En este periodo se pretende obtener ventas que superen los 300,000 córdobas.

3.2.1.3 Objetivos a largo plazo

Proyecciones sujetas a cambios.

En el quinto año se espera a satisfacer 2000 clientes nuevos adicionales a los de los años anteriores.

Obtener volúmenes de ventas de 5000 servicios vendidos.

Se estima producir 3000 servicios entre identidad empresarial y sitios web.

Se estima obtener un monto equivalente de 500,000 córdobas.

3.2.2 Investigación de mercado

La investigación de mercados es el proceso a través del cual se Recolecta dicha información.

Información procedente del mercado, se analiza dicha información y En base a dicho Análisis, se toman decisiones o diseñan estrategias.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La Investigación de Mercados tiene como objetivo fundamental proporcionar información útil para la identificación y solución de los diversos problemas de las empresas, así como para la toma de decisiones adecuadas en el momento oportuno y preciso.

Los objetivos básicos se pueden dividir en tres:

Objetivo Social. Satisfacer las necesidades del consumidor final, ya sea mediante un bien y /o un servicio.

Objetivo Económico. Determinar el grado económico de éxito o fracaso que pueda tener una empresa dentro del mercado real o potencial y así diseñar el sistema adecuado a seguir.

Objetivo Administrativo. Ayuda a la empresa en su desarrollo mediante la adecuada planeación, organización, control de los recursos y elementos de la empresa para que ésta lleve el producto correcto y en el tiempo oportuno al consumidor final.

3.2.3 Estudio del Mercado

El estudio de mercado es un método que le ayuda a conocer sus clientes Actuales y a los potenciales. De manera que al saber cuáles son los gustos

Y preferencias de los clientes, así como su ubicación, clase social, educación

Y ocupación, entre otros aspectos, podrá ofrecer los productos o servicios

Que ellos desean a un precio adecuado. Lo anterior lo lleva a aumentar Sus ventas y a mantener la satisfacción de los clientes para lograr su Preferencia.

BENEFICIOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

La toma de decisiones de la mercadotecnia lleva consigo un alto grado de incertidumbre, la investigación de mercados la reduce notablemente.

Proporciona la información necesaria y real expresada en términos precisos para la solución de problemas.

Ayuda a conocer el mercado potencial cuando se quiere lanzar un nuevo producto o servicio.

Ayuda a determinar el tipo de producto o servicio que debe fabricarse.

Determina el sistema de ventas más adecuado.

Determina las características del consumidor.

Ayuda a determinar las perspectivas de evolución de la oferta y la demanda, etcétera.

Como he podido comprender el estudio de mercado me sirve para conocer muy bien

Lo que los clientes desean consumir el producto o servicio que ellos quieren, un buen estudio me permite conocer diferentes Aspectos edad, generó, nivel educativo, sus gustos.

También el estudio de mercado me permite como empresario recolectar información útil y de gran importancia para que mi empresa, y detectar problemas con mi empresa con la información procesada puedo tomar diferentes estrategias para mi empresa.

De los resultados del estudio de mercado, parten las siguientes actividades que desarrollará la empresa:

3.2.3.1 Distribución y puntos de venta

La empresa solo tendrá, por el momento, un punto de venta, el cual será en nuestras oficinas ubicadas en la ciudad de Jinotega. No obstante, la venta se realizará visitando los diferentes negocios previamente identificados.

3.2.3.2 Promoción del producto o servicio

Tanto la empresa como los servicios que ofertará la empresa, se promocionarán mediante broshur, tarjetas de presentación, catálogos de nuestros trabajos y nuestra página web, en la que se presentará un catálogo de nuestros servicios a los clientes.

3.2.3.3 Fijación y políticas de precio

Como política de precio, utilizaremos el sistema de pago en dos partes, el 50% al contrato y el otro 50% contra entrega, bajo la completa satisfacción del cliente. Solo en casos especiales como la de clientes fieles se les otorgará un crédito por 30 días.

Los precios se fijarán aproximadamente bajo la siguiente tabla:

Producto o servicio	Concepto	Costo de producción U\$	Precio de venta unidad U\$
Broshures	Unidades	0,20	0,50
Página web	Sitio web	300,00	600,00
Tarjetas de presentación	100 unidades	5,00	40,00
Catálogo	Unidad	2,50	18,75

Los precios por demás servicios, se fijarán de acuerdo a costos de taller de impresión y un porcentaje por pago de nómina. La política de precios es competitiva respecto a los precios de la competencia.

3.2.3.4 Plan de introducción al mercado

Se pretende la visita a los diferentes pymes para darles una explicación más detallada de las ventajas de nuestros servicios

Otra formas de promoción es la de participar en ferias del sector pyme.

3.2.3.5 Riesgo y oportunidades al mercado y a la competencia

A continuación se muestra una matriz que compara los riesgos y oportunidades del entorno de la empresa. En ella podemos apreciar de manera detallada, que aunque existe el factor riesgo, como en cualquier actividad económica, las oportunidades prevalecen frente a éstos. La empresa, siguiendo los lineamientos del plan de negocios, puede llegar a ser competitiva y manejar sin problemas los riesgos en cualquiera de sus etapas.

Tabla 2. Matriz de riesgos y oportunidades

Riesgos	Oportunidades
Bajos precios de la competencia	Crear una empresa pionera en el mercado de publicidad en la zona
Poca aceptación y/o comprensión del negocio	Conocimientos técnicos superiores en diseño gráfico a la competencia
	Incorporar paquetes publicitarios integrales a la imagen del negocio
	Diseñar un catálogo de servicios con nuevas ideas al cliente

3.2.3.6 Sistema y plan de ventas

El sistema de venta se hará de forma directa. Esta se podrá realizar tanto en nuestra oficina, como en la oficina o empresa del cliente.

3.2.3.7 Tamaño del mercado

El éxito del negocio dependerá grandemente del potencial de clientes. Calcular el tamaño del mercado es imprescindible para conocer la viabilidad del negocio. Gran parte de la existencia y el tamaño del mercado para el servicio que se ofrece, lo determinamos a través de

datos demográficos. Nuestro perfil de cliente o consumidor está mayormente enfocado a Pymes, que se aproximan en la zona de Jinotega a unas 300.

Los datos surgidos del cálculo general del mercado son el punto de partida para nuestro análisis. El plan de negocios que se diseñó tomando en cuenta el 10 % de la población, lo que puede representar una primera fase que se desarrolle en el municipio de Jinotega, pudiendo posteriormente expandirse a municipios vecinos. Conocer el tamaño aproximado del mercado en el que vamos a ofrecer nuestro servicio asegura que el negocio sea potencialmente rentable (pues el mercado total supera ampliamente los objetivos de ventas del emprendedor), además permite determinar las oportunidades de crecimiento a corto, mediano y largo plazo.

3.2.3.8 Consumo aparente

Como citamos en el acápite anterior, la población total de pymes presentes en la zona es de unos 300. Nuestra primera fuente son los datos de los censos publicados, los informes de secretarías locales y nacionales (de turismo, industria, comercio, etc.) y los emitidos por diferentes cámaras y asociaciones. Muchas veces, estos datos nos resultaron demasiado generales, por lo que apelamos a la creatividad y el buen criterio para hacer una estimación sólida.

Una vez establecido el negocio, la cantidad de servicios que podríamos brindar anual en temas de imagen serán de unos quince (15). Además se pretende brindar servicios gráficos propios de un negocio de diseño, tales como diseño e impresión de papelería, entre otros. Las proyecciones se detallan más adelante.

3.2.3.9 Demanda potencial

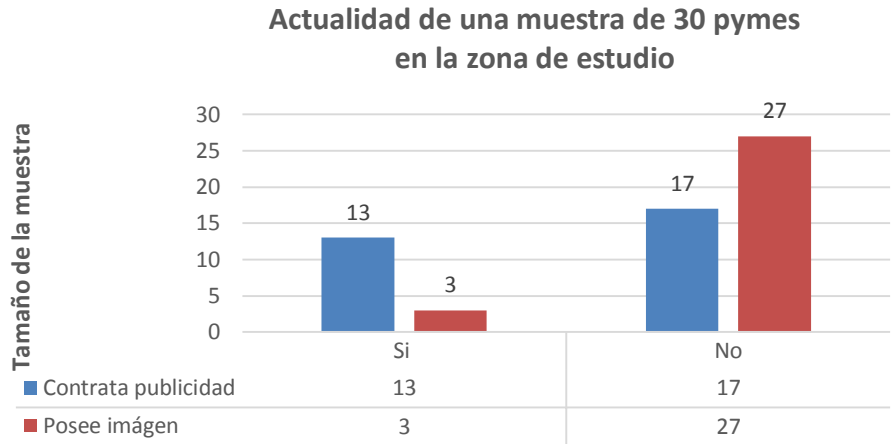
La demanda del servicio se ve afectada en la actualidad por el poco conocimiento en temas relacionados con el concepto e imagen empresarial. Los consumidores potenciales, deberán ser previamente informados y concientizados respecto a cómo debe verse su negocio en el mercado. El éxito del servicio lo garantizará la forma en que presentemos y transmitamos al empresario o cliente potencial, cómo será el mensaje visual de su empresa.

El servicio podrá prestarse como asesoría técnica integral (imagen empresarial, paquetes publicitarios) que podrían ser de manera permanente, además de asesorías específicas como presentar una imagen publicitaria eventual.

Análisis de la encuesta

El siguiente gráfico nos indica en una muestra de 30 pymes, de unas 300 formalmente constituidas, que según encuesta dan poca o nula importancia en mejorar y presentar su imagen en el mercado. Se muestra además, la deficiencia en contratar publicidad, lo que presenta de manera clara la poca apertura que dan a sus clientes respecto a sus productos y/o servicios.

Gráfico 1.



Esta información nos muestra a su vez, el potencial que existe en el mercado de imagen y publicidad en la zona.

La demanda de nuestros servicios podrá desarrollarse una vez que realicemos los primeros trabajos a pymes locales. Este será un buen punto de partida para ingresar en un mercado que nuestros potenciales clientes desconocen. La demanda potencial del mercado en los próximos cinco años, podría comportarse de la siguiente manera:

Gráfico 2.

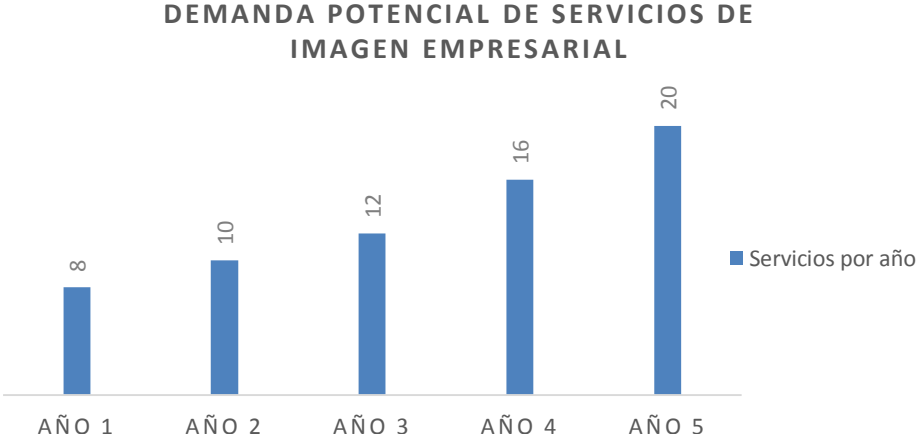
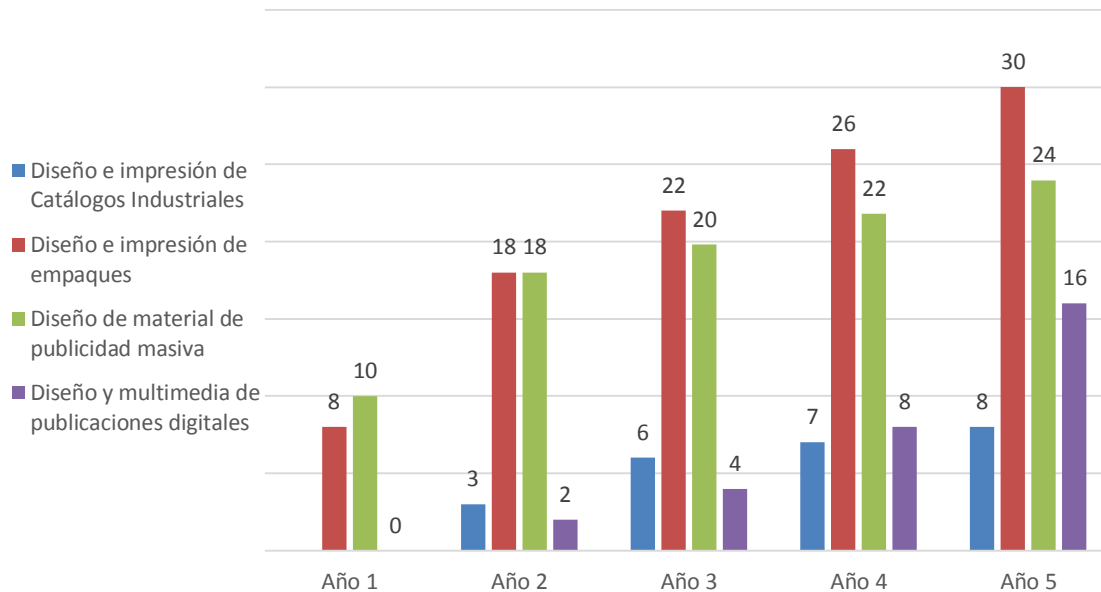


Gráfico 3.

Demanda potencial de otros servicios que prestará la empresa



El mercado potencial es de aproximadamente el 90% de las pymes formalmente constituidas; se hace énfasis a que sólo un 10 % de estas poseen un concepto de imagen (y no bien desarrollado).

3.2.3.10 Principales competidores:

La competencia está compuesta por diversos negocios, formales e informales, que brindan servicios de impresión y diseño gráfico en diversas variedades (serigrafías, bordados, impresiones en general). No cuentan con diseñadores gráficos competentes ni con personal técnico capacitado, sin embargo, son los encargados de hacer publicidad y de parcialmente crear la imagen empresarial local. La competencia se compone de los siguientes negocios:

Serigrafías y bordados: 3

Impresiones de banners: 1

Impresiones digitales: 3

Canales de televisión locales: 2

Radios FM: 5

Estos negocios cubren el departamento de Jinotega (8 municipios en total). Están posicionados en el mercado desde hace unos 10 años, teniendo una base de clientes sólida. Varios de ellos están bastante bien equipados, como los negocios de bordado; los que brindan el servicio de impresiones digitales varias, sub contratan el servicio con empresas grandes en la ciudad de Managua.

3.2.3.11 Desarrollo de la entrada del nuevo servicio al mercado

Ya explorado el mercado, se deben de contemplar los siguientes aspectos:

- A) Personal capacitado: debe de contar con el personal creativo y altamente capacitado.
- B) Infraestructura básica: contar al menos con una oficina debidamente equipada que permita un clima laboral adecuado.
- C) Logística necesaria: una red de proveedores que permita desarrollar los diferentes servicios sin hacer inversiones costosas. Incluyen impresiones, serigrafías, materiales varios, etc.
- D) Alianzas estratégicas: comprende enlaces con negocios locales que demanden publicidad a cambio de patrocinios y otros servicios.
- E) Publicidad dirigida e inteligente: se debe diseñar publicidad para el negocio que marque la diferencia, basada en formatos frescos e innovadores que tengan un impacto visual significativo en la población.

3.2.3.12 Innovación periódica

El negocio debe de tener cambios significativos en la manera tradicional de hacer publicidad local, pero a la vez debe de vivir en constante revisión de su imagen, basada en nuevas tendencias y conceptos publicitarios modernos. Esto debe de venir acompañado de paquetes tecnológicos nuevos que puedan integrar conceptos como publicidad online, poco desarrollado en este mercado.

3.2.3.13 Desarrollo de nuevos productos y/o servicios

La empresa podrá incluir nuevos servicios y productos el segundo año de operación, que serán complementos de las actividades que realizará. Estos productos se desarrollarán una vez el negocio se haya establecido. Algunos de los servicios que posteriormente se ofertarán serán los siguientes:

- Diseño e impresión de Catálogos Industriales, de Productos y/o servicios
- Diseño e impresión de empaques, etiquetado y presentación de productos (Vinos, aceites, comestibles, industriales...)
- Diseño de material de publicidad masiva (banners, flyers, mantas, calcomanías)
- Diseño y multimedia de publicaciones digitales. (Libros, revistas...)

3.2.3.14 Campañas promocionales y de publicidad

El quehacer del negocio estará de la mano con la publicidad. El elemento más importante de estrategia de comunicación jugará un papel importante en la captación de clientes, que permita generar un diálogo bien estructurado con los potenciales clientes, cuyo objetivo final será dar a conocer nuestros servicios y persuadirlos para contratarlos. Nuestra campaña publicitaria se basará en comunicar de manera clara, específica, cohesiva y congruente, que ayude a que nuestra imagen puede llegar plenamente al consumidor.

3.2.3.15 La estrategia publicitaria comprenderá los siguientes cuatro aspectos:

a) Servicio único: Es básicamente responder a una pregunta: ¿Qué es lo que hace mi servicio que no logra hacer cualquier otro?. Será la única empresa en el mercado que oferte servicios de diseño y manejo de la imagen de las pequeñas empresas o negocios.

b) Mercado: el segmento de mercado al que la campaña pretende llegar e impactar será principalmente las pequeñas y medianas empresas, sin olvidar cualquier otra figura existente (grandes empresas, grupos cooperativos, instituciones estatales, etc.)

c) Medios: Los medios informativos y de comunicación que servirán como canales para llegar hasta nuestro mercado serán brochure informativos, sitio web de la empresa y rotulación de las oficinas.

d) Mensaje: La idea que se desarrollará y con la cual se buscará impactar al consumidor, será presentar la empresa como una plataforma publicitaria, que a la vez ayude a mejorar la imagen del negocio. El mensaje de persuasión se hará visitando a clientes potenciales, para exponer y proponer el cambio de imagen del negocio. Además se cuenta con negocios donde se ha trabajado con el manejo imagen (incluye gimnasio y restaurantes), que servirán como catálogos de servicio.

3.2.3.16 Productos o servicios

- Brochure
- Sitio web
- Tarjetas de presentación
- Catálogos varios

En el caso de la página web se paga el dominio por año (60 dólares)

3.2.3.17 Encuesta

Se aplicó a treinta (30) negocios, que representa una 10% de la población meta, que se aproxima a trescientas (300) empresas. La encuesta fue validada antes de hacer su lanzamiento, posteriormente se realizó de manera directa (en persona) al potencial cliente. Las preguntas son de tipo cerrado, están formuladas de acuerdo a la información que necesitamos para el estudio (Ver anexos).

Al explorar el mercado, mediante muestras representativas totalmente al azar (ver anexos), encontramos que de 30 muestras ,12 se aplicaron a negocios de bienes y 18 a negocios de servicios. Solo 3 negocios tienen nociones del concepto de imagen. Los propietarios, administradores y gerentes de negocios, resaltan como rasgo distintivo el servicio que prestan como tal, así mismo se diferencian de la competencia por su infraestructura, más que su imagen.

Un dato importante es que más de la mitad de los negocios encuestados, no invierten en publicidad, lo que representa grandes oportunidades de ingresar al mercado. La publicidad está mayormente enmarcada en spot publicitarios de radio, por su bajo costo y mayor alcance; además de anuncios en canales de televisión locales, con técnicas deficientes en edición.

Según los encuestados, los principales impactos de la publicidad se dan en el aumento de las ventas y el posicionamiento de negocios o productos-servicios nuevos. Los resultados y gráficos de los datos de las muestras se encuentran en los anexos.

CAPITULO III

3.3 Producción

3.3.1 Objetivos del área de producción

3.3.1.1 Asegurarse que la empresa cuente con un área adecuada para la producción.

3.3.1.2 Asegurarse que dicha área cuente con la maquinaria adecuada y su respectivo mantenimiento.

3.3.1.3 Esta área será responsable de presentar al área de gerencia, los parámetros que deberán tener el personal para ser contratados según sea la necesidad de esta área.

3.3.1.4 Dentro de sus principales tareas estará la de preocuparse por que la materia prima para la producción proyectada este en tiempo y forma para no detener la producción.

3.3.1.5 Otra de las responsabilidades importantes de esta área, será la de mantener un estándar de calidad del sistema de producción y del producto terminado en sus tres etapas: Antes, Durante y al Final.

3.3.2 Especificaciones del servicio.

La empresa es de servicios de diseño gráfico, el principal servicio que ofreceremos será el de imagen empresarial, este tiene que ver con la marca de la empresa o del producto que el cliente ofrezca.

En cuanto a imagen empresarial se le entregará al cliente un manual de imagen empresarial en el cual estará todas las especificaciones técnicas necesarias para crear una imagen adecuada para posicionarse en el mercado.

Ofreceremos el servicio de diseño e impresión del material necesario para el reconocimiento de la empresa como del producto como: banner, mantas, brochures, etiquetas.

En un futuro ofreceremos el servicio de diseño y elaboración de empaques para productos artesanales, como vinos, comida, dulces, cerámicas, entre otros.

3.3.3 Descripción del proceso de producción

Paso 1- Reunión con el cliente

Cuando se haya realizado el enlace con el cliente, se procederá a una entrevista que permita intercambiar información del producto o empresa. La empresa le dará las opciones publicitarias al cliente ya sea de imagen empresarial o de presentación de un producto.

Paso 2- Presentación del producto

Una vez que se cuente con toda la información, se procederá a la presentación ya sea de forma digital o con muestras impresas, de cómo quedará el producto final. Este paso permitirá corregir lo que al criterio del cliente y del diseñador mismo sea necesario, sin correr el riesgo de perder todo el producto impreso.

Si el cliente está de acuerdo que llevemos a cabo toda o gran parte del paquete publicitario, se procederá a su realización; esto comprende cualquier material publicitario impreso, como la elaboración del rotulo, etiquetas, broshure, etc. o cualquier servicio a fin a la empresa, que el cliente esté dispuesto a contratar para su negocio.

Paso 3- Producción

Finalizando la presentación preliminar del producto al cliente e incorporadas las sugerencias y cambios, iniciará el proceso de producción. Este iniciará con el diseño final del producto, haciendo uso de técnicas en diseño gráfico y culminará con la impresión de éste. Si el producto es un material digital, el proceso productivo finalizará en la fase de diseño.

Todo este proceso de principio a fin será supervisado por un responsable de proceso de calidad.

Paso 4- Revisión final

Una vez terminado el producto (proveniente de producción), será revisado cuidadosamente para ser entregado al cliente. Los materiales publicitarios como broshure, volantes y afiches, el cliente será responsable por su distribución o colocación, salvo en el caso que el cliente esté dispuesto a pagar por este servicio, la empresa se encargará de ello.



Si el contrato estipula la instalación de los artículos como rótulos y mantas, la empresa podrá brindar este servicio, pero tendrá un valor adicional, que podrá incrementar si el sitio donde estará ubicado está en otro municipio o ciudad.

Tabla 3. Cronograma estimado por servicio de diseño de imagen.

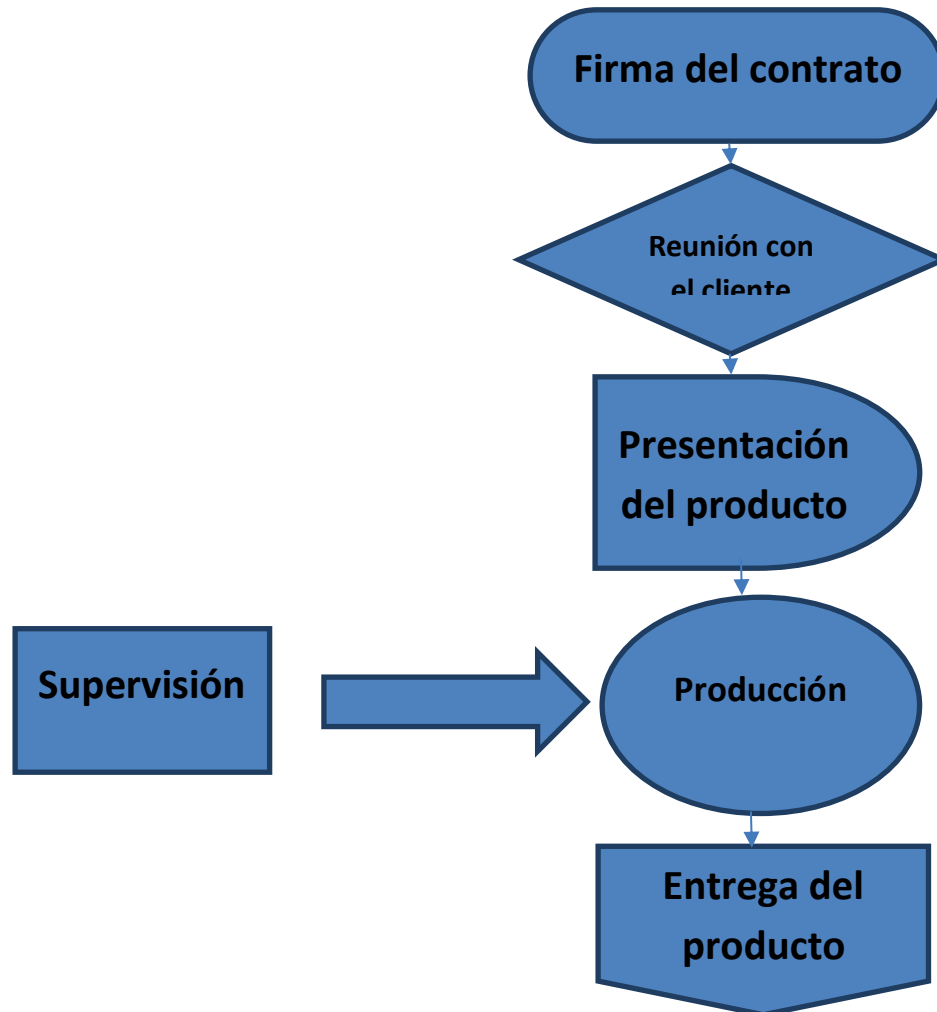
Actividad	Tiempo en semanas			
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
1. Reunión con el cliente				
2. Presentación del producto				
3. Producción				
4. Entrega				

Diagrama del flujo del proceso.

Se presenta a continuación la nomenclatura para comprender el diagrama de flujo:

	Inicio del proceso
	Actividad que implica cambio físico (ensamble)
	Producción
	Actividades conexas
	Retraso
	Final

	Decisión o posibles alternativas
-----------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------



En la primera etapa la empresa solo estará un diseñador gráfico, el cual estará a cargo de la mayor parte de la producción, salvo en los productos y/o servicios que deban sub contratarse para tareas muy específicas. Esto se traduce en:

- Un diseñador será quién se entreviste con el cliente, después diseñará las propuestas que presentará a este.

- En la etapa final, de ser necesaria la sub contratación, se requerirá de una imprenta encargada de la impresión en el material necesario.

Tabla 4

3.3.4 Características de la tecnología

Equipo	Especificación	Existencia	Precio
Computadora portátil	HP II Dual-Corel P360 , 2GB RAM , 500 GB	1	13, 000 córdobas
Cámara fotográfica	Sony 14.1 mega pixeles	1	2,750 córdobas
Impresora	IMPRESSORA FOTOGRAFICA EPSON L800	Por comprar	9162.5 córdobas
Plotter de corte	USCutter 34-inch Vinyl Cutter Plotter with Stand and SCAL Pro	Por comprar	9,625 córdobas

Cotización de la impresora que comprare (Ver anexo).

3.3.5 Equipo e instalaciones



Tabla 5. Descripción de equipos de oficina.

Artículo	Cantidad	Precio
Mueble para archivar	1	4,300
Mesa	3	3,750
Sillas	2	1,850
	total	9,900

3.3.6 Materia Prima

Concepto	Precio
Materia Prima, necesitas papel bond 40	Precios por resma 90 córdobas Se ocupar cartulinas.
Lino Blanco	3 córdobas por pagina
Bristol Blanco y Colores.	1 córdoba por página
Opalina Blanca.	4 córdobas por página
Sulfito 280 grm.	2.5 córdobas por pagina
Papel Fotográfico Epson. Glosy.	10 córdobas por página.
Plástico para emplásticar en frio.	Precio por rollo 100.
Tintas para la impresora	

3.3.7 Capacidad instalada

Con este equipo puedo resolver en esta primera etapa en cuanto a diseñar todo lo necesario para una imagen empresarial.

3.3.8 Manejo de inventario

En la primera etapa mantendremos un inventario reducido. Tendremos unas 100 unidades de los diferentes papeles como: cartulina, papel bond, opalina, papel fotográfico, papel de lino, además de las tintas.

3.3.9 Ubicación de la empresa

La empresa estará ubicada cerca del centro de la ciudad de Jinotega, a tres cuadras de la catedral y el parque, entre otras empresas como claro, movistar y los bancos, renta.

Su ubicación no fue planificada, simplemente cuento con la fortuna de que mi casa está ubicada cerca del centro de la ciudad, esto es una gran ventaja para la accesibilidad de mis clientes.

3.3.10 Mano de obra requerida

El personal requerido será principalmente de diseñadores gráficos, esto es porque mayormente se ofrecerán servicios de diseños originales de acuerdo al tipo de negocio y cliente.

3.3.11 Procedimiento de mejoras continuas

En la medida que la empresa crezca, el personal será capacitado en las nuevas tecnologías propias del diseño gráfico. Además de la adquisición de nuevos equipos que nos permitan mejorar y ampliar nuestra oferta.

CAPITULO IV

3.3 Organización

3.4.1 Objetivos del área de organización

3.4.1.1 Los objetivos del área de organización a corto plazo son:

Garantizar los roles de la empresa, además de la logística y las condiciones para la producción y gestión de servicios y productos.

Dirigir las tareas de mercadeo para dar a conocer la empresa en el ámbito local.

Contratación del personal de las diferentes áreas de trabajo, además de la subcontratación de cualquier naturaleza, eventual o permanente, según sean las necesidades de la empresa.

3.4.1.2 Los objetivos del área de organización a mediano plazo son:

Garantizar un organigrama administrativo de la empresa, fomentando la división de todas las actividades de la empresa en áreas o departamentos, que a través de la organización y coordinación permitan alcanzar las diferentes metas.

Administrar de manera eficiente los recursos y bienes de la empresa, haciendo énfasis en la correcta adquisición de equipos necesarios para la producción.

Como cualquier área administrativa, deberá formular un reglamento interno del personal, en el cual se estipulen las entradas y salidas del personal, manuales de producción por área, diseño de indicadores de rendimiento productivo del personal, manual de disciplina interna, control y manejo del inventario, entre otras.

Proporcionará a la empresa los fondos necesarios, en el momento necesario, insertados dentro de un sistema contable.

3.4.1.3 Los objetivos del área de organización a largo plazo son:

Realizar proyecciones para la expansión de la empresa a nivel local y nacional, Analizando las posibilidades de ampliación de esta.

Elaborar proyectos y/o actividades acordes a las necesidades de la empresa, para todas las áreas.

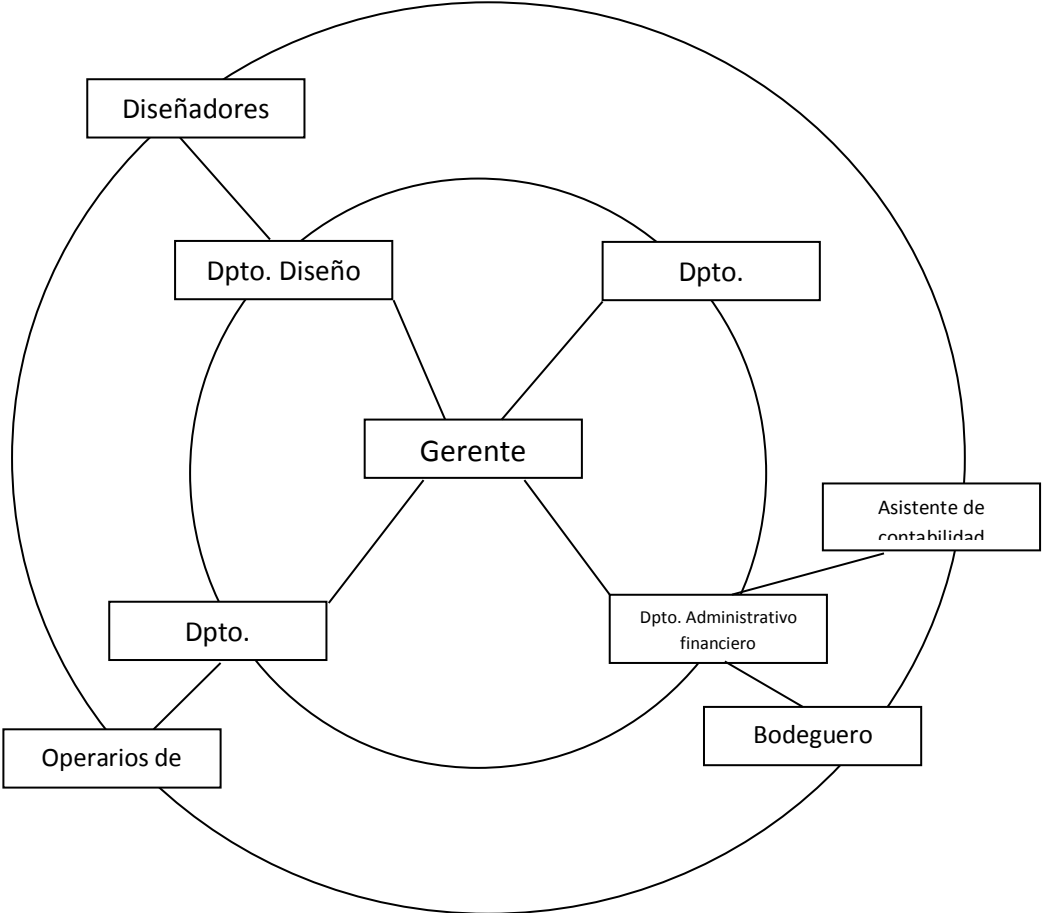
3.4.2 Estructura organizacional

La estructura jerárquica de la empresa que se muestra a continuación, refleja de manera precisa la manera de cómo será la cadena de mando

en diferentes niveles, sin perder de vista que cada área será conexas una de otra. El gerente, más allá de ser la estructura jerárquica más alta, está representado como un líder dentro de la empresa, que participa activamente en cada una de las actividades acordes a cada área.

A fin de iniciar actividades, la empresa funcionará únicamente con dos socios, que harán trabajo de diseñadores y a la vez podrán trabajar en diferentes áreas. El trabajo de estos estará encaminado principalmente a realizar actividades concernientes a mercadeo y diseño, con el fin de cubrir las necesidades primordiales de la empresa, por lo que inicialmente se contará sólo con la gerencia, departamento de diseño y departamento de mercado.

Organigrama de la empresa a mediano plazo



3.4.3 Funciones específica por puesto

Los gerentes tendrán la terea de monitorear las actividades propias de sus áreas, pero esto no los atara a su puesto, dada la situación en la cual se deba hacer otra actividad este podrá ya sea dejar su puesto y apoyar la producción o bien dejar el puesto en manos de la persona más adecuada si este tiene que ausentarse.

Lo mismo ocurrirá en el caso de los empleados, si uno de ellos faltara y es necesario que otro del equipo lo suplante se hará, siempre y cuando esto no afecte la producción si no por el contrario la ayude a avanzar o mantenerse.

3.4.4 Capacitación del personal

La capacitación es muy importante para la empresa, es por eso que el personal será capacitado constantemente en diferentes programas técnicos adecuados a sus funciones dentro de su área.

En los últimos años el gobierno ha cambiado la política fiscal, por tanto, es necesario que se establezca una relación de capacitación entre la empresa y la DGI y Alcaldía.

3.4.5 Desarrollo personal

La empresa apoyara al personal en su desarrollo sea este dentro de las funciones específicas de su área como en otras especializaciones.

Esto se realizará mediante convenios con instituciones de educación superior como técnico.

Esto permitirá que estos empleados obtén a mejores puestos y salarios dándole más valor a la empresa misma.

3.4.6 Administración de sueldos y salarios

La empresa cumplirá con la ley, respetando los derechos laborales de los empleados. Se creará posteriormente, un sistema de reconocimiento y estímulo al desempeño de cada empleado.

3.4.7 Evaluación del desempeño

La empresa con miras a mejorar y mantener la calidad del servicio y productos, evaluará el desempeño de cada área tanto de manera general como individual, esto permitirá conocer las debilidades y fortalezas de cada área.

Esto se hará de manera continua, pero semestralmente se realizara una evaluación integral de toda la empresa en la cual los trabajadores tendrán la oportunidad de evaluar tanto a otras aéreas como a la misma gerencia.

Este procedimiento abierto permitirá la fluidez en la comunicación entre aéreas.

3.4.8 Relaciones de trabajo

Aunque la estructura de la empresa es jerárquica, no podemos olvidar que el negocio es de diseño esto nos obliga a tener comunicación constante con todas las áreas y personal.

Solo en los casos de faltas a las normas de conducta interna se les pasará un memorándum, el cual se tomará como un aviso de seguir en esa actitud se le despedirá.

Tabla 6. Nómina del personal

Se desarrollará un sistema de monitoreo para medir la eficiencia y habilidades de cada empleado, a fin de concederles ascensos u aumentos salariales de acuerdo a su desempeño.

Cargo	Sueldo o salario nominal	Treceavo mes	Vacaciones	Indemnización por año de servicio	Total bruto	INSS laboral 6.25%	IR 15%	Total neto
Gerente (socio 1)	12.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	15.000,00	875,00	868,75	13.256,25
Diseñador (socio 2)	10.800,00	900,00	900,00	900,00	13.500,00	787,50	640,00	12.072,50
Total	22.800,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	28.500,00	1.662,50	1.508,75	25.328,75

Cargo	INSS patronal 18%	Inatec 2%	Total a pagar
Gerente (socio 1)	2.520,00	280,00	2.800,00
Diseñador (socio 2)	2.268,00	252,00	2.520,00
Total	4.788,00	532,00	5.320,00

CAPITULO V

3.5 Sistema financiero

3.5.1 Objetivos del área contable

Esta área se encargará de asegurar los recursos financieros para el funcionamiento de la empresa. Aquí se definirá el sistema contable que va a manejar las finanzas de la empresa, que serán de partida doble.

3.5.2 Sistema contable de la empresa

- Con la recopilación de la información necesaria para realizar el análisis financiero (presupuesto de equipos, costos de producción, ingresos por venta, compromisos financieros), nos auxiliamos de un especialista en la materia, que nos apoyara en montar un sistema contable acorde a nuestro negocio. El análisis financiero nos permitió determinar los siguientes puntos:
- Establecer el catálogo de cuentas de la empresa.
- Proyecciones de flujos financieros a cinco (5) años.
- Se calculó el análisis de pérdidas y ganancias, que nos generó resultados positivos.
- El balance general, nos permitió determinar el patrimonio de la empresa una vez que consigamos juntar los activos (los que poseemos y los que se deben adquirir) y calcular los pasivos que contraerá la empresa, los resultados son satisfactorios.
- El punto de equilibrio para determinar los ingresos mínimos en los que el negocio operará sin pérdidas.

Todos los análisis se determinan a continuación.

Se utilizará además el programa Mónica, que es un sistema auxiliar ideal para nuestro negocio. Nos permitirá realizar las siguientes actividades específicas:

- La facturación
- Controlar el inventario
- Realizar listas de precios
- Tener un archivo de clientes
- Lista de proveedores
- Manejar las cuentas por cobrar
- Las cuentas corrientes
- Contabilidad básica de la empresa.

3.5.3 Catálogo de cuentas

Activo corriente:

- Caja
- Banco
- Inventario
- Cuentas por cobrar
- Pago anticipado
- Total activo corriente

Activo no corriente:

- Terreno
- Edificio
- Maquinaria y equipo
- Equipo de transporte
- Depreciación acumulada
- Total activo corriente

Pasivos:

- Proveedores
- Cuentas por pagar
- IVA por pagar
- Total pasivo

Pasivo no corriente:

- Préstamos a largo plazo
- Utilidades retenidas
- Total pasivo corriente

Capital:

- Capital socia
- Capital contable
- Patrimonio
- Total capital

3.5.4 Ingresos por venta mensual

Producto o servicio	Concepto	Cantidad	Precio por unidad U\$	Total
Broshures	Unidad	50	10,00	500,00
Página wed	Sitio web	1	600,00	600,00
Tarjetas de presentación	100 unidades	10	40,00	400,00
Catálogo	Unidad	8	150,00	1.200,00
				2.700,00

3.5.5 Costos de venta mensual

Producto o servicio	Concepto	Cantidad	Precio por unidad U\$	Total
Broshures	Unidad	50	1,00	50,00
Página wed	Sitio web	1	300,00	300,00

Tarjetas de presentación	100 unidades	10	5,00	50,00
Catálogo	Unidad	8	20,00	160,00
				560,00

3.5.6 Presupuesto de equipos

Equipo	Especificación	Existencia	Precio
Computadora portátil	HP II Dual- Corel P360 , 2GB RAM , 500 GB	1	13, 000 córdobas
Cámara fotográfica	Sony 14.1 mega pixeles	1	2,750 córdobas
Impresora	IMPRESSORA FOTOGRAFICA EPSON L800	Por comprar	9,162.5 córdobas
Plotter de corte	USCutter 34-inch Vinyl Cutter Plotter with Stand and SCAL Pro	Por comprar	9,625 córdobas

3.5.7 Estado de resultado

INGRESOS	C\$
VENTAS NETAS	C\$ 891.000,00
COSTOS DE VENTA	C\$ 184.800,00
UTILIDAD BRUTA	C\$ 706.200,00
GASTOS DE OPERACIÓN	C\$
GASTOS ADMINISTRATIVOS	C\$ 367.776,00
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	C\$ 367.776,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	C\$ 338.424,00
IR 30 %	C\$ 101.527,20

UTILIDAD DEL EJERCICIO**C\$ 236.896,80**

Elaborado por

Revisado por

Autorizado por**3.5.8 Balance general**

ACTIVOS CORRIENTES	C\$	PASIVOS CORRIENTES	C\$
		Proveedores	C\$ 140.000,00
BANCO	C\$ 30.000,00	Cuentas por pagar	C\$ 96.856,80
INVENTARIO	C\$ 12.950,00	Total pasivos	C\$ 236.856,80
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	C\$ 42.950,00	Capital	C\$
ACTIVOS NO CORRIENTES	C\$	Capital social	C\$ 132.573,20
EQUIPO DE OFICINA	C\$ 25.650,00	Utilidades retenidas	C\$ 236.856,80
EDIFICIO	C\$ 340.000,00	Total pasivo + capital	C\$ 369.430,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	C\$ (39.130,00)		
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	C\$ 326.520,00		
TOTAL ACTIVOS	C\$ 369.470,00		

Elaborado por

Revisado por

Autorizado por

3.5.9 Flujo de efectivo

Concepto		1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Saldo Inicial	C\$	30.000,00	218.791,80	416.649,10	611.013,47	743.191,87
Ingreso	C\$					
Ventas de contado	C\$	891.000,00	908.820,00	916.626,00	918.759,85	927.947,45
Total ingresos	C\$	921.000,00	1.127.611,80	1.333.275,1	1.529.773,32	1.671.139,32
Egresos	C\$					
Compra de materia prima	C\$	184.800,00	221.760,00	230.630,40	265.224,96	371.314,94
Pago de salarios	C\$	367.776,00	367.776,00	367.776,00	367.776,00	367.776,00
Pago de impuestos	C\$	119.632,20	121.426,70	123.855,23	153.580,49	199.654,64
Total de egresos	C\$	672.208,20	710.962,7	722.261,63	786.581,45	938.745,58
Total Flujo Efectivo	C\$	218.791,80	416.649,10	611.013,47	743.191,87	732.393,74

Elaborado por _____

Revisado por _____

Autorizado por _____

3.5.10 Depreciación quipo de oficina

AÑO	C\$ CUOTA DE DEPRECIACIÓN	C\$ DEPRECIACIÓN ACUMULADA	C\$ VALOR EN LIBROS
0	C\$	C\$	C\$ <u>25.650,00</u>
1	C\$ 5.130,00	C\$ 5.130,00	C\$ 20.520,00
2	C\$ 5.130,00	C\$ 10.260,00	C\$ 15.390,00
3	C\$ 5.130,00	C\$ 15.390,00	C\$ 10.260,00
4	C\$ 5.130,00	C\$ 20.520,00	C\$ 5.130,00
5	C\$ 5.130,00	C\$ 25.650,00	C\$ -

3.5.11 Cálculo del punto de equilibrio

Ecuación del punto de equilibrio	
PE C\$ = Costos Fijos / [1 – (Costos Variables / Ventas Totales)]	
Costos Fijos	C\$ 487.408,20
Costos variables	C\$ 184.800,00
Ventas totales	C\$ 891.000,00

PE	C\$ 614.954,27

3.6 Marco legal de la organización

El nombre legal de la empresa será:

Servicios publicitarios S.A

El nombre comercial será: Idea Publicidad

3.6.1 Marco legal de la organización

Según las leyes tributarias de Nicaragua se deben suministrar los siguientes documentos para la inscripción de nuestra empresa que será una sociedad anónima, bajo el nombre legal **SERVICIOS PUBLICITARIOS S.A** y su nombre comercial es IDEA **PUBLICIDAD**.

Es importante decir que ahora la inscripción que se hace en la DGI queda registrada tanto en la Alcaldía como en el INSS, por lo cual se requiere tres fotocopias de cada documento solicitado para dicho trámite.

La figura bajo la cual se hará la inscripción es la de persona jurídica.

Personas Jurídicas

Dirección General de Ingresos

Inscripción como Contribuyente

2 Fotocopias de Escritura de Constitución debidamente inscrita y certificada por un notario.

2 Fotocopias de cédula de identidad del representante legal (residencia y pasaporte en caso de ser extranjero).

2 Fotocopias de cédula de identidad de cada socio (residencia o pasaporte en caso de ser extranjeros).

Poder especial notariado (cuando no es el representante legal que hace la gestión).

2 Fotocopias de recibo de agua, luz, teléfono o contrato de arrendamiento.

Libros Contables de la empresa (Diario, Mayor) debidamente inscritos.

Pago de aranceles por Inscripción de libros contables.

Aranceles

Inscripción de Libros C\$50.00

Personas

Jurídicas

Alcaldía

Solvencia Municipal

Fotocopia de cédula RUC de la Sociedad

Fotocopia de cédula de identidad del Representante Legal.

Pago de dos formatos de solicitud

Aranceles

Formato Solicitud Solvencia (C\$14.00 c/u) C\$28.00

Apertura de Matrícula

Fotocopia de cédula RUC de la Sociedad

Solvencia Municipal o Boleta de No Contribuyente.

Carta Poder y fotocopia de cédula de identidad para persona que realiza el trámite.

Fotocopia de cédula de identidad del Representante Legal.

Fotocopia de Escritura de Constitución certificada por un notario.

Fotocopia de la primera página de la Inscripción del Libro Diario y Mayor.

Pago de aranceles

Aranceles

Formato de Matrícula C\$5.00

Matrícula

Capital social menor a C\$50.000.00 C\$500.00

Capital social mayor a C\$50.000.00 1% del capital

Constancia de Matrícula 1% de Matrícula

Esta información es la que proporciona la DGI

Personas

Jurídicas

Ministerio de Fomento, Industria y Comercio

Inscripción en Registro Estadístico de Inversión Extranjera

Monto mínimo de la inversión debe ser de US\$30.000.00.

Completar formulario de Notificación para Inscripción y/o Actualización de Inversiones Extranjeras.

Fotocopia de cédula de identidad.

I. Fotocopia del RUC.

Fotocopia de Escritura de Constitución debidamente inscrita.

II. Poder General de Administración.

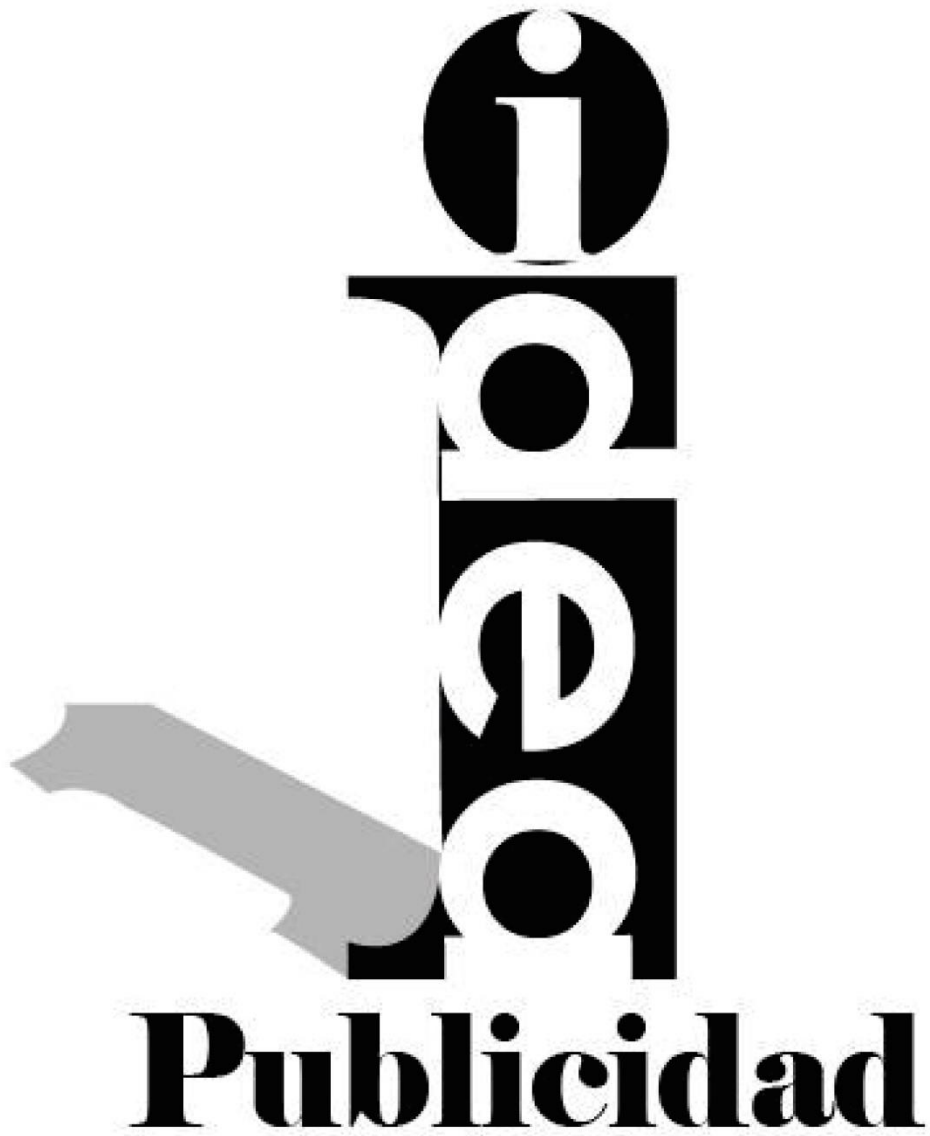
Apertura de Cuenta Bancaria en Córdobas y Dólares.

2 Fotos tamaño carné del Representante Legal o Socio Mayoritario.

III. Perfil del Proyecto.

Casos que lo ameriten: en MARENA: permiso ambiental, carta de resolución o constancia de solicitud en trámite

Adicional: Alcaldía Municipal, AdGeo, AdPesca, Recursos Naturales, Estados Financieros, INAFOR



Manual de uso de marca idea



Manual de uso de marca idea

La empresa llevara por nombre idea publicidad sera de servicio la principal necesidad de satisfacer Sera de apoyo en el posicionamiento en el mercado de Mypimes aunque no exclusivamente presentes En la zona,atrevas del diseño y asesoramiento en la imagen empresarial, y de esta manera generar Mayores ingresos económicos a las empresas.

La idea central es estructurar una agencia de publicidad independiente,con amplio criterio profesional Capaz de asesorar Epitimes en temas de imagen,que sea una alternativa publicitaria de gran calidad Capaz de marcar la diferencia en el mercado tanto para la empresa como el cliente mismo.



Visión:

Ser una agencia publicitaria líder en nicaragua,destocase
Por los resultados generados en los negocios,amparada
En el profesionalismo y valores que rigen la ética laboral la
Relación con el cliente.

Misión:

Proveer a las pequeñas empresas dar soluciones integrales
En comunicación estratégica ,publicidad desde el diseño de
Campaña crdeativa,haciendo que su empresa sea notable y
Que su marca impacte en el mercado.



La empresa llevara por nombre idea publicidad sera de servicio la principal necesidad de satisfacer Sera de apoyo en el posicionamiento en el mercado de Mypimes aunque no exclusivamente presentes En la zona,atrevas del diseño y asesoramiento en la imagen empresarial, y de esta manera generar Mayores ingresos económicos a las empresas.

La idea central es estructurar una agencia de publicidad independiente,con amplio criterio profesional Capaz de asesorar Epitimes en temas de imagen,que sea una alternativa publicitaria de gran calidad Capaz de marcar la diferencia en el mercado tanto para la empresa como el cliente mismo.



Aplicaciones correctas de los colores

Es importante respetar las guías de los colores que se indican Para cada tipo de necesidad de impresión para papeles Brillantes y mates.



Color directo pantone brillante

Negro 281 Ca 



Color directo Pantone mate

Negro 281 U 



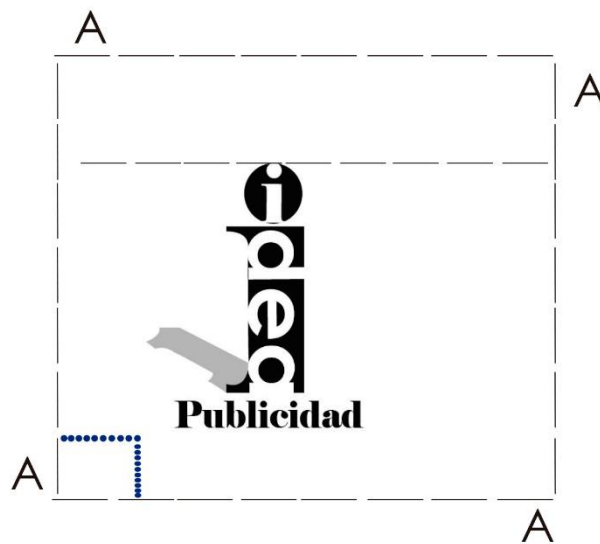
Colores procesos

Ca 100 M72 Y 0 K 32 

Área de reserva

El logotipo lleva una área de reserva que aísla del resto de elementos que integran los mensajes. Estos son los espacios mínimos que se deben Respetar.

El carácter A es la base para construir el área de Reserva.



Aplicaciones en blanco negro

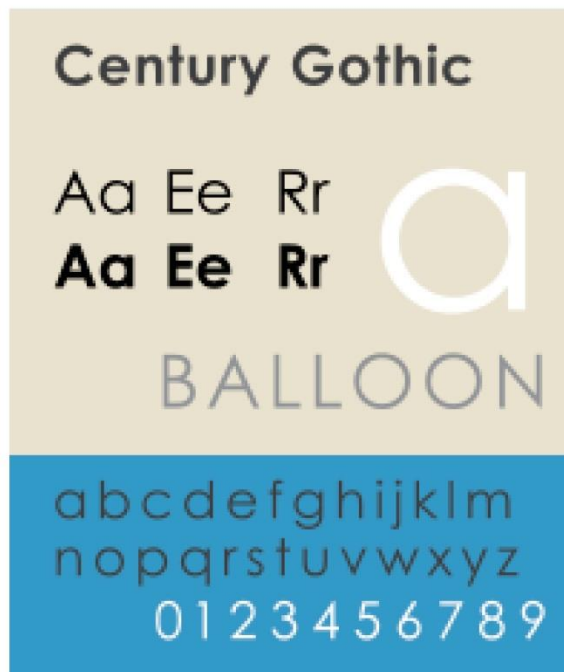
Podría utilizarse respetando los usos básicos.

Uso primario

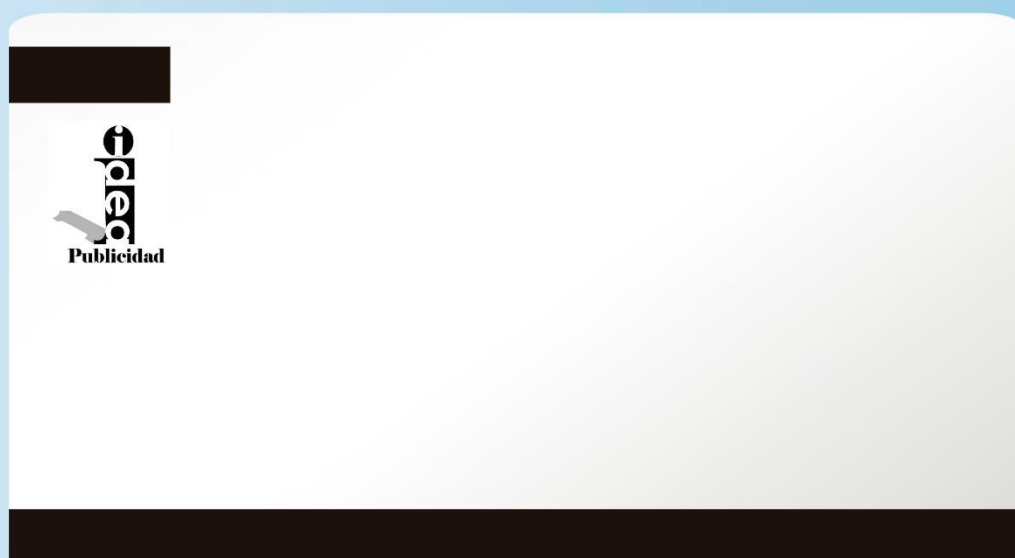


Tipografía

Century Gothic es una tipografía geométrica o sans-serif diseñada para Manotype imaging en 1991 la century gothic se distingue por su sola planta minúscula.



Tarjeta de presentación



Papeleria



Miscelaneos idea



Camisetas





Gorras



Vaso Grande de café para llevar y taza



Conclusión

La imagen empresarial es lo que hace la diferencia
Con las demás empresas, en si el logotipo de idea es
La forma de diferenciarse de las demás.

Con el logotipo se quiere dar la imagen que la empresa
Quiere transmitir a sus cliente.

La imagen empresarial tiene un rol importante, debido
a que transmite la información de quien es y que hace
Y como lo hace.

otro componente que lleva la imagen empresarial es la
Estética, es necesario elaborarla de la forma mas atractiva
y adecuada al publico.



5. Anexos

Auditoria personal: Miguel Ángel Hernández Cruz

1. Quiénes somos?

Soy una persona que vive bajo el lema “si vas hacer algo, hazlo bien o no lo hagas”, siempre he creído que cada persona debe poner su mejor esfuerzo en cada cosa que haga, detesto la mediocridad, creo que la recompensas por un trabajo no solo debe ser monetario; debe ser edificante para tu persona.

Creo firmemente en la horades, en la lealtad y la amistad.

Mi mayor defecto es mi orgullo, el cual muchas veces no me deja ver mis errores.

Soy muy exigente sobre todo en lo que a detalles se refiere.

Para la única persona que no puedo diseñar es para mí mismo.

Desde hace tiempo supe que no nací para hacer trabajos rutinarios, tal vez por esta razón nunca me gustaron los trabajos de oficina, la cual considero una vida aburrida y monótona.

Yo puedo pasar horas y horas en la computadora, pero también me gusta pasar todo el día trabajando con herramientas.

Cabe destacar que aunque estudie diseño gráfico, me he desarrollado más como diseñador de productos, pintor y escultor. Soy lo que comúnmente se conoce como artista.

Me gusta que mis diseños sean sencillos y prácticos.

Me veo más como un líder, no como un jefe, estoy dispuesto siempre a ensuciarme las manos si es necesario.

2. Con qué contamos?

A nivel de persona cuento con la firme convicción de hacer todo lo posible para dar lo mejor de mí en cada proyecto.

Cuento con la confianza de muchas personas que dan fe de mis habilidades y sobre todo de mi responsabilidad.

En lo material cuento con las herramientas básicas para hacer posible el diseño y la elaboración de los proyectos.

En un futuro inmediato montare un pequeño taller.

3. Qué podemos ofrecer?

Ofrezco mi capacidad de diseñar, organizar o mejorar la idea de los demás, claro que sin dejarlos fuera del proceso creativo.

Tengo la habilidad de trabajar con diferentes materiales.

El dominar el dibujo me facilita que el cliente tenga una idea un poco más clara del proyecto terminado y de ser necesario domino programas digitales para un mejor entendimiento.

4. A quiénes se lo podemos ofrecer?

Las opciones son varias.

En mi caso, mis amigos que han empezado sus negocios me buscan para pedirme ayuda, ya sea en la parte de decoración y ambientación o de imagen corporativa.

También he elaborados trabajos para ONG y la iglesia católica.

5. ¿Quién te ayuda?

Siempre he sido apoyado por mis padres y familia, ellos me influenciaron a seguir mis sueños.

Mis amigos forman parte importante en mi trabajo, ellos me alientan y me ayudan con los aspectos como los legales o administrativos, en los cuales ellos tienen más experiencia.

Cuento con el apoyo de carpinteros y un diestro soldador.

También cuento con proveedores que me facilitan créditos para sus productos.

6. ¿Qué haces?

Yo tengo un pequeño negocio de diseño de productos elaborados mayormente en madera y metal, además de la parte de diseño gráfico.

Las personas se comunican conmigo ya sea por teléfono o por correo electrónico.

Una vez que se decide el diseño, si el proyecto es pequeño lo elaboro solamente yo, si es un proyecto más grande busco a las personas adecuadas para su realización, pero bajo mi supervisión.

Mi día se desarrolla entre la casa, desarrollando una idea y calculando costos, y los talleres ya sea de soldadura y de carpintería...

Para mí es difícil hacer una lista de mis actividades diarias, ya que no tengo total control de lo que la gente necesita, puedo estar trabajando en una pieza pequeña y de repente tengo que salir a ver otro tipo de trabajos como un mural o discutir la mejor forma de distribuir el espacio en un negocio.

En mi negocio yo soy todo, desde el gerente hasta el conserje.

7. ¿A quién ayudas?

Es evidente que el primer beneficiado es el cliente, ya que si el te busca es porque requiere ayuda para resolver una situación ya sea personal o de su negocio.

En segundo lugar esta uno mismo, ya que con cada proyecto de un cliente, nos ayuda a posicionarnos más en el mercado.

Cuando hacemos las cosas correctamente, tanto el cliente como uno ganan.

8. ¿Cómo te relacionas?

En mi caso la mayoría de mis clientes son referidos por mis conocidos.

En la actualidad tengo una página en Facebook, lo que me ha permitido mostrar parte de mis trabajos a una cantidad mayor de personas.

Este medio digital me permite comunicarme con mis clientes, además de captar nuevos.

Por la naturaleza de mi trabajo es indispensable reunirme con la persona interesada, no siempre es posible y es cuando la tecnología ayuda mucho, por medio del correo electrónico, entre otras alternativas.

9. ¿Qué obtienes?

Para mí el principal objetivo es el económico, ya que la mayoría de mis trabajos son basados en los gustos de mis clientes, esa es una diferencia en cuanto a negocios similares, cada pieza debe contener un elemento con el cual mi cliente sienta que su trabajo es único.

No puede negar la satisfacción que siento, cuando mis trabajos son reconocidos.

Nada reemplaza la cara de felicidad que pone un cliente cuando el trabajo rebasa sus expectativas, esta es la mejor carta de recomendación que existe.

10. ¿Qué das?

En este momento yo estoy al 100% dedicado a esta empresa, le dedico todo mi tiempo y mi dinero.

Sacrificios siempre hay, dolores de cabezas que trae negociar con personas poco responsable que desgraciadamente en Nicaragua

son muchos, dinero que pierdes por malas decisiones, esto de una manera u otra afectan a tu familia.

Pero cuando todo sale bien, las satisfacciones son tantas que nos hacen olvidar las cosas malas.

Hace unos meses renuncié a mi trabajo luego de leer esto:

“SI TÚ NO LUCHAS POR TUS SUEÑOS, ALGUIEN TE CONTRATARÁ PARA QUE LUCHES POR LOS DE ELLOS
“Steve jobs

En resumen puedo decir que soy un hombre creativo y honesto, con la firme idea de comenzar formalmente una empresa de diseño, capaz de generar empleos de manera directa como indirecta.

Estoy convencido que con esfuerzo dentro de poco tiempo será una empresa sustentable por sí misma.

Al ver hacia atrás estos últimos meses, veo los trabajos que hemos realizado, estoy más convencido de la viabilidad de mi proyecto.

Me gustaría que mi empresa estimule a otras personas a realizar sus sueños.

La siguiente imagen, es la que creo, me describe.



“El Aprendiz” del artista masón Auguste Rodin-

Como artista que dicen que soy, me gusta representarme como una obra de arte en desarrollo, del escultor llamado vida.

Auditoria personal: Francisco Alvarado Rodríguez

1. ¿Quiénes somos?

Mi nombre es Francisco David Alvarado Rodríguez tengo 25 años nacido en Managua Nicaragua soy egresado de la carrera de diseño gráfico de la universidad politécnica de Nicaragua en el año 2013 soy un joven con muchos deseos de salir adelante y llegar a tener mi propio negocio y que todas mis metas se hagan realidad ya que el ser humano siempre tiene que tener en cuenta que tocar el cielo no es suficiente mi meta es el infinito siempre adelante con la ayuda del creador que me ilumina mi camino y sabiduría con el perfil de mi carrera como es el diseño gráfico me apasiona la tecnología estar siempre actualizado y conociendo algo nuevo nunca se deja de aprender en un mundo lleno de cambios.

Soy un chico que me gusta leer, investigar conocer acerca de dios, navegar en internet y mi pasatiempo favorito es ver películas en inglés me siento muy alegre aprendiendo un nuevo idioma el inglés para ser una persona con mayores oportunidades tanto personales y económicas en mi carrera como Diseñador Gráfico también me gusta viajar a diferentes partes de Nicaragua me apasiona la isla de Ometepe mis familiares viven allá disfruto diferentes aventuras.

Estoy inscrito en la federación nicaragüense de karate do soy cinturón negro primer dan mi profesor de esta arte marcial es el Lic. Erick Andrés Guillen Monterrubio, él es mexicano. El karate no es solamente defensa personal el karate es paz, tranquilidad, respeto a los demás, ayudar a las personas, tener buenos principios y ser buen ciudadano.

Me siento orgulloso ser nicaragüense y haber nacido en Managua la capital de Nicaragua.

Ahora que tengo la oportunidad de crear desde cero mi propio negocio y llevarlo a la realidad en un futuro porque no hacerlo y dejar el miedo atrás y salir adelante como profesional y llegar a ser dueño de mi propia empresa.

Las oportunidades grandes nacen de haber sabido aprovechar las pequeñas (Bill Gates)

2. ¿Con que contamos?

Tengo el apoyo de mis padres también cuento con el apoyo de mi primo para poder emprender mis ideas y ponerlas en marcha ya que el que se quiere superar nunca tiene miedo a los obstáculos y con la ayuda de mis padres puedo emprender mi propio negocio plasmarlo y hacerlo realidad y llegar a tener éxito.

3. ¿Qué podemos ofrecer?

Tengo los conocimientos que adquirí durante todo el periodo en la universidad para formarme como profesional capaz de resolver problemas de comunicación visual y sobre todo pasión por lo que hago sobre todo una buena comunicación con el cliente.

4. ¿A quiénes se lo podemos ofrecer?

A todos los clientes que necesiten servicios profesionales para la elaboración de sus proyectos ya sean empresas privadas como instituciones públicas también a empresa pequeñas, todas las personas que necesiten mis servicios.

5. ¿Quién te ayuda?

Principalmente mis padres gracias a su apoyo estoy culminando mis estudios superiores ellos me han apoyado en todo momento. Amistades que me han brindado oportunidades para desarrollar poco a poco mis conocimientos como profesional.

6. ¿Qué haces?

Actualmente estudio ingles en el colegio americano nicaragüense y a la vez realizo trabajos de diseño gráfico a diferentes clientes amistades, amigos que necesitan de mis servicios como profesional.

7. ¿A quién ayudas?

Actualmente amigos y personas de mi comunidad que me han solicitado mis servicios En este caso con mi trabajo soluciono problemas a sus negocios.

8. ¿Cómo te relacionas?

Me relaciono con mis clientes por medio de contactos que me brindas mis amistades ellos me recomienda y yo con gusto brindo mis conocimientos para mí los clientes son de mucha importancia un trabajo bien hecho es hasta que el cliente este satisfecho con dicho proyecto.

También tengo clientes que saben que estudio diseño gráfico y me solicitan mis servicios para diferentes proyectos.

Tengo contacto con profesionales graduados en diferentes carreras mi primo Juan Carlos Vega Rodríguez ingeniero en computación con los que tengo apoyo.

9. ¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?

La mayoría de persona que me contactan es por medio de amigos, familiares y vecinos que me conocen saben que estudie diseño gráfico y puede brindarles las soluciones a sus problemas presentados.

10. ¿Qué obtienes?

Bueno es cierto que obtengo dinero a la hora de terminar mi trabajo pero es más importante la satisfacción del cliente con mi servicio un cliente satisfecho regresa siempre y este mismo cliente sirve de puente para otros clientes. Por el momento no le trabajo a una empresa o institución solamente cuando hay clientes que necesitan mis servicios me buscan en mi casa platicamos y llegamos a un acuerdo para dichos proyectos

pero mis clientes son muy importantes sobre todo que se vayan con excelente satisfacción de mi parte.

11. ¿Qué das?

Durante la mañana dedico tiempo a mis estudios de la universidad ayudo a mis padres con las cosas del hogar por la tarde dedico tiempo a estudiar inglés y si me salen personas que necesitan mis servicios también dedico parte de mi tiempo. Todas las mañanas me levanto temprano.

12. ¿Qué recursos tienes?

Tengo programas de diseño gráfico, computadora, impresora para poder desempeñar mi trabajo y sobre todo tiempo y dedicación.

También cuento con libros de diseño gráfico para tener más conocimientos de los programas y estar actualizado día a día en este mundo de cambios continuos también tengo acceso a internet para tener un mejor desempeño en mi trabajo para que el cliente se sienta satisfecho.

Tengo todo el apoyo de mis padres para emprender el camino de crear mi propio negocio y sobre todo la bendición de dios para que todo me salga bien y exitoso.

Cuento con todo el potencial y muchas ganas de trabajar y dar todo y llegar a la meta con alegría y pasión en mi trabajo.



En la imagen anterior estoy representando mis cualidades como joven, como son la responsabilidad, limpieza y puntualidad y ganas de superación la pasión por mi profesión y la tecnología y lo más importante ser buen ciudadano y cumplir todas mis metas propuestas día a día.

Nosotros (Miguel Ángel y Francisco David) nos conocimos desde el primer año de la carrera, casi siempre conformamos equipos de trabajo en los cuales cumplíamos con la tarea encomendada.

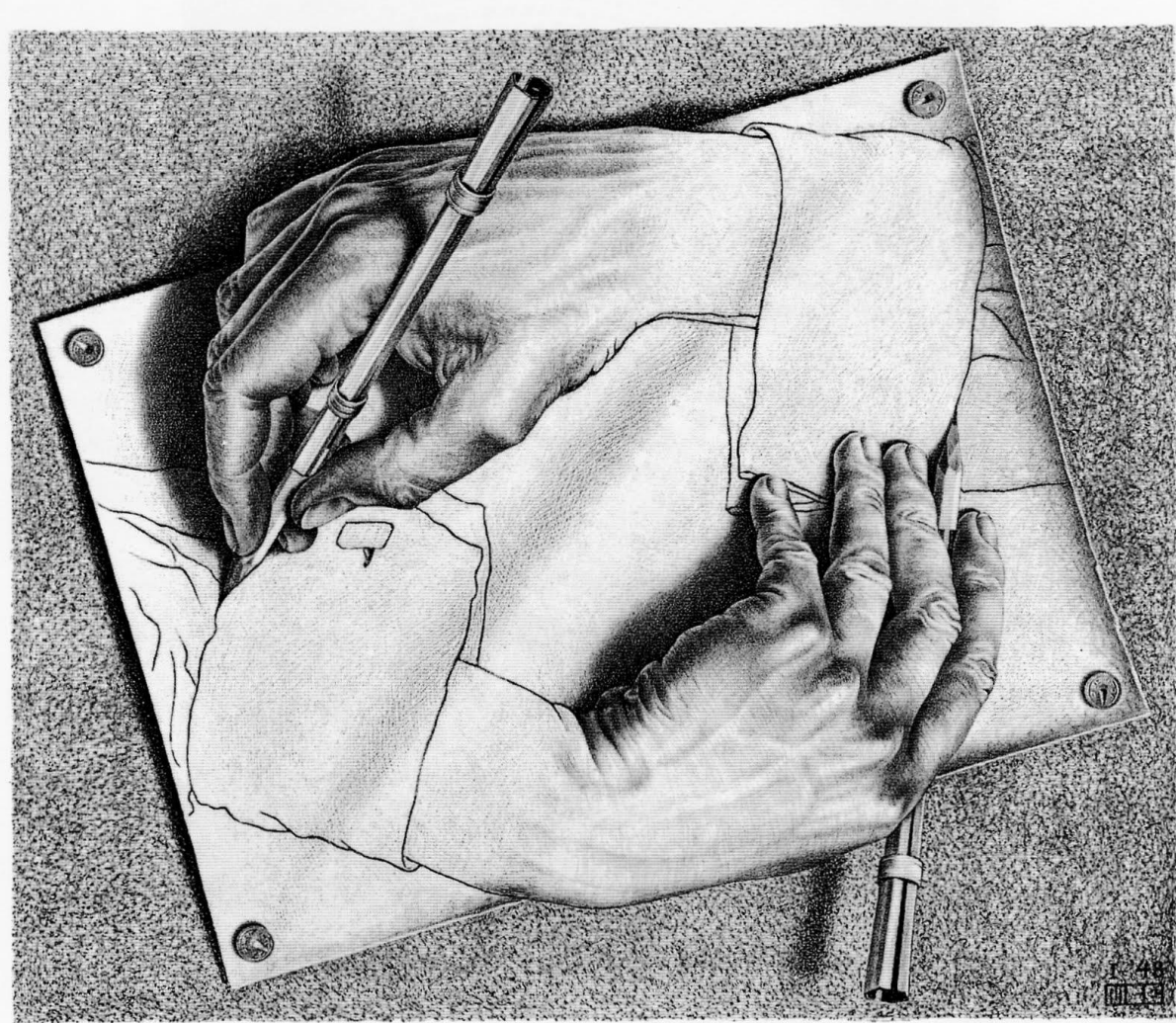
Francisco le aportara a la empresa su dedicación característica personal de francisco, el es un joven un poco tímido pero muy confiable y es una cualidad que la empresa quiere brindar a nuestros clientes.

Francisco además domina muy bien los programas de diseño, su juventud le permitirá crecer y desarrollarse en el mundo de la publicidad.

Miguel Ángel aportara la experiencia en la dirección de proyectos y gerencia, que adquirió de trabajos pasados.

Miguel no es una persona conformista, siempre quiere hacer lo necesario para sacar el mayor provecho a las cosas.

Juntando nuestras diferencias creemos que lograremos en un futuro cercano posicionarnos en el mercado de la publicidad.



Creemos que esta imagen nos representa, “La Mano dibuja a otra Mano”.

Ni yo soy mejor que él, ni él mejor que yo, simplemente nos complementamos en nuestra empresa.

Anexos 2

5.2 Técnicas para elegir ideas de no innovadores

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

El segmento de mercado que queremos atraer principalmente es el de las Mypimes.

El porqué de este sector, Yo tengo años relacionado de alguna manera con las Mypimes, conozco mucho de sus carencias y virtudes, pero fue hasta que estudie diseño gráfico que me percate de la falta de identidad que en su gran mayoría tienen estos negocios.

Participe de muchos talleres de capacitación y en ninguna se les explicaba la ventaja que ofrece una identidad propia de su negocio.

Está demostrado que el sector pyme está en franco desarrollo y por tanto es un segmento atractivo a tomar en cuenta.

- **Identifique los problemas que tiene su segmento de clientes**

El principal problema que pudimos identificar, es la falta de asesoramiento en la parte publicitaria y de imagen empresarial en el sector pyme, que les ayude a distinguirse y proyectar su negocio de manera más adecuada.

Es común ver negocios con nombre que no tienen relación con su actividad, servicios o productos.

Muchos de estos pequeños empresarios utilizan nombre relacionados a su religión o preferencia política, los cuales no tienen ninguna relación con la actividad económica que realizan, esto tiende a tener un efecto negativo en sus posibles clientes, ya que una persona de una determinada religión no se sentirá motivada a entrar a un negocio que tiene el nombre de relacionado a otra religión.

■ **Proponga soluciones a los problemas encontrados**

Nuestra solución es brindarle el asesoramiento y diseño de su propia imagen empresarial, creando un concepto propio y exclusivo de su negocio.

El contar con un concepto propio nos diferencia de la competencia, aumentando considerablemente la aceptación por parte del cliente o posibles clientes;

Recordemos que una buena imagen vende.

■ **Genere varias ideas de negocios**

- 1- Un típico negocio de Diseño Gráfico, siendo su fuerte el diseño de imágenes empresariales.
- 2- Un negocio de elaboración de misceláneos (gorras, llaveros, etc.) para las empresas.
- 3- Rótulos exclusivos elaborados de diferentes materiales principalmente madera y metal
- 4- Un negocio de diseño de imagen empresarial y elaboración de rótulos personalizados

■ **Seleccione, al menos, dos de las ideas formuladas**

El negocio de Diseño Gráfico, siendo su fuerte el diseño de imágenes empresariales

Un negocio de diseño de imagen empresarial y elaboración de rótulos personalizados.

■ **Elija la mejor idea, la que resuelve en forma más satisfactoria los problemas de los clientes**

La empresa de Diseño Gráfico, siendo su fuerte el diseño de imágenes empresariales especialmente en Mypimes

■ **Las ideas deben ser: creativas (novedosas), posibles (fácil acceso a los recursos materiales), económica (de bajo costo), realizables (que se cuente con los equipos y los conocimientos básicos de lo que se desea hacer)**

Mi idea no es del todo novedosa ya existen empresas publicitarias especializadas en el desarrollo de imágenes empresariales, pero en Nicaragua ninguna se ha especializado en el sector pyme o por lo menos en la ciudad de Jinotega no existe ninguna.

Es posible?

Claro que es posible además de necesario, los materiales son los mismos utilizados por las demás empresas publicitarias comunes.

Los costos también serían similares a los de una imprenta normal.

Es realizable?

Totalmente, para empezar solo se necesitan los conocimientos de diseño gráfico, una computadora y una impresora, además de equipo básico de oficina e internet.

Al principio se puede subcontratar los servicios de imprenta con los equipos necesarios evitándose con esto una inversión muy alta, hasta poder equiparse.

Tabla 1

2.2 Matriz de identificación de Ideas de Negocios Innovadoras

Productos Innovadores	Necesidades satisfechas	Características Innovadoras	Producto o solución seleccionada
Servicio y elaboración de imágenes empresariales	Promoción adecuada de la empresa , producto o servicio	La imagen empresarial será realizada por un profesional del Diseño Gráfico, lo cual garantiza que se contara con las técnicas adecuadas para dicho trabajo.	Servicio profesionales de diseño de imágenes empresariales.

Anexo 3

5.3 Formato de encuesta dirigida a MIPYMES

Tipo de negocio:

Bienes ____ Servicio ____

Posee su negocio una imagen o concepto que lo haga único ante la competencia?

Sí ____ No ____

Con cuál de estos términos asocia la imagen de su negocio?

Exclusividad ____ Diferenciación ____ Orgullo empresarial ____

Compromiso ____

Qué hace a su negocio diferente a los demás? (puede seleccionar varias opciones)

Producto____ Ventas____ Publicidad____ Infraestructura____
Equipos____ Procesos____

Ninguna de las anteriores____

Cuál de estas imágenes de negocios puede reconocer?

Tip Top____

Curacao____

Casa del café____

Casa Pellas____

Cisa exportadora____

Usted ha invertido antes en publicidad?

Sí____ No____

Qué tipo de publicidad?

Radial____ Escrita____ Televisiva____ Otra

(detallar)_____

Qué resultados obtuvo?

Aumento de ventas____ Ventas constantes durante todo el año____

Posicionamiento en el mercado____ Ningún resultado____

Considera la publicidad una herramienta útil para aumentar sus ventas?

Sí _____ No _____

Cuánto estaría dispuesto a invertir en mejorar la imagen de su empresa?

10,000.00 _____ C\$

20,000.00 _____ C\$

30,000.00 _____ C\$

40,000.00 _____ C\$

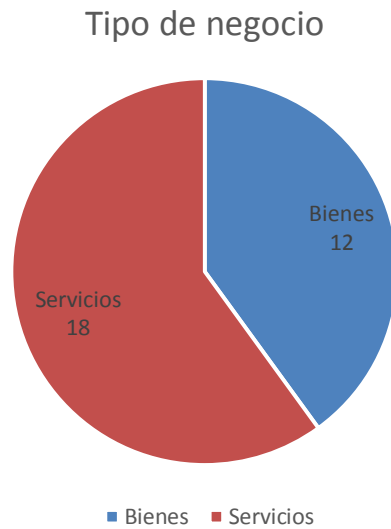
50,000.00 _____ C\$

>50,000.00 _____ C\$

Anexo 4

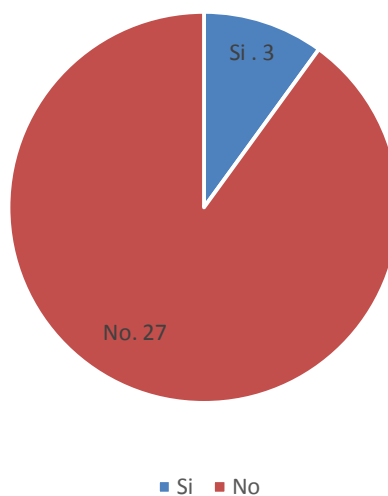
5.4 Análisis de encuesta gráficos

La información obtenida de las encuestas se muestra en gráficos detallados:



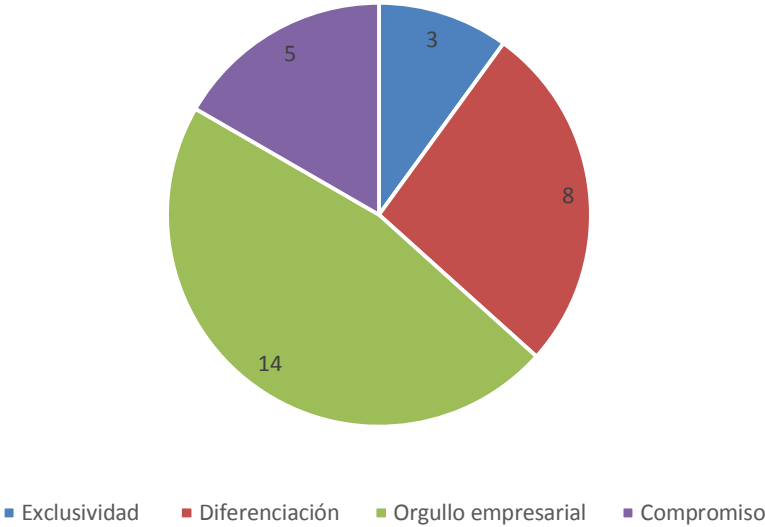
La muestra encuestada de 30 negocios, fue totalmente al azar, donde resultaron 12 negocios de bienes y 18 de servicios.

Negocios que poseen imagen o concepto



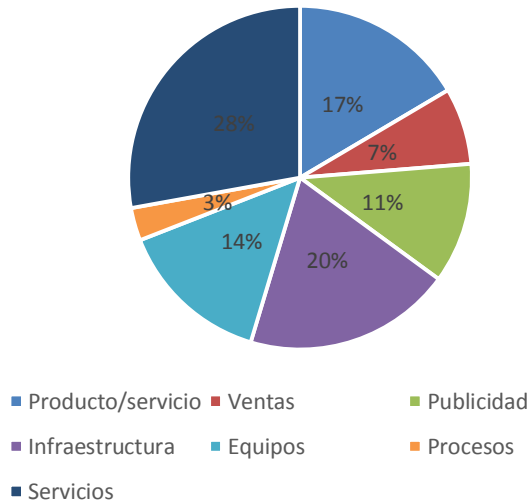
El concepto de imagen que manejan los propietarios de los negocios es escaso. Solo un 10% tiene parcialmente definida la imagen, muchas veces entorpecida por sus campañas publicitarias un tanto contradictorias, encontrando por ejemplo, nombres alusivos a dulcerías en ventas de comida a domicilio.

Asociación y/o identificación del negocio



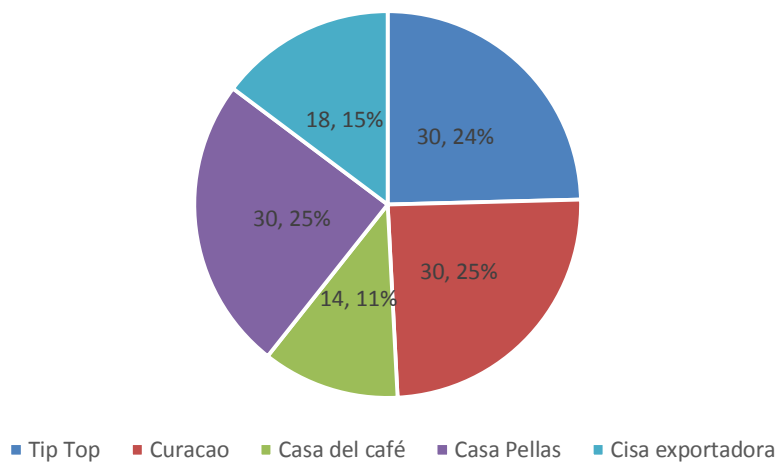
Los propietarios de negocio, dicen identificar mayormente la imagen de su negocio con el concepto de orgullo empresarial.

Rasgos distintivos de cada negocio

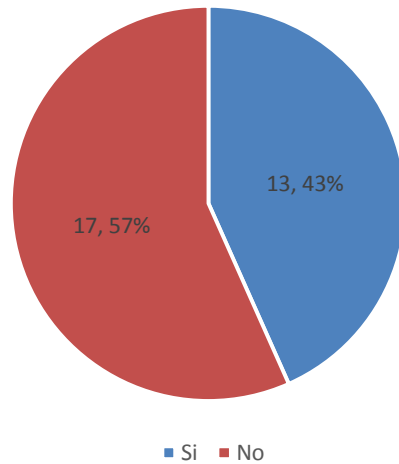


El rasgo que más resalta, que hace distinto a cada negocio es el servicio que prestan. Otro factor importante es la infraestructura, además el proceso de producción y forma de ventas, son las que menos distinguen a los negocios.

Cuáles de estas imágenes de negocio reconoce

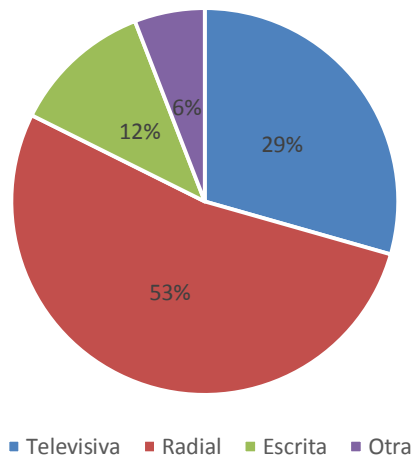


Empresas que han invertido en publicidad



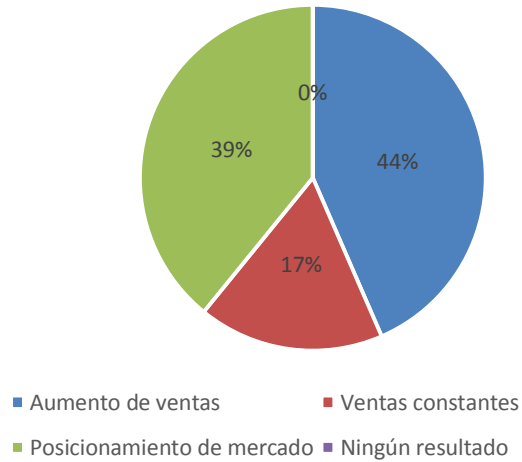
Más del 50% de las empresas nunca han invertido en ningún tipo de publicidad. Lo que nos muestra no solo lo atractivo que es el mercado, sino, la poca influencia que pueden tener las empresas que se dedican a esta actividad.

Tipo de publicidad que han implementado



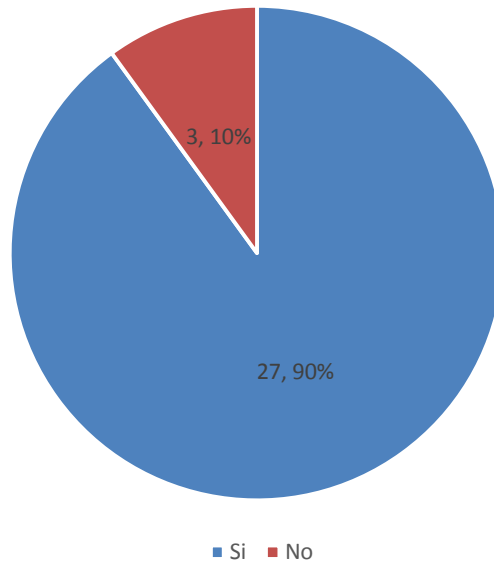
El tipo de publicidad que prefieren es la publicidad radial, debido al alcance que tiene este medio y a los bajos costos de una cuña radial local. La televisión juega también un papel importante, los dos canales de televisión invaden a lo largo del día a la población con anuncios de edición local.

Resultados de la publicidad



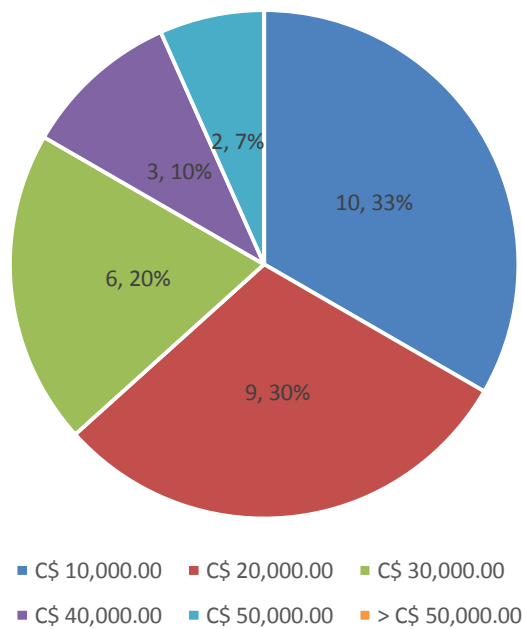
Al ser consultados sobre el impacto de la publicidad en su negocio (los que han contrato publicidad), respondieron que se traduce principalmente en aumento de las ventas y casi similar, el posicionamiento en el mercado de negocios nuevos. La mayoría no ve el impacto de la publicidad en las ventas constantes durante todo el año, más bien lo atribuyen a otros fenómenos vinculados otros factores ajenos a la publicidad.

Considera la publicidad una herramienta útil?



El 90 % de los encuestados coinciden en que la publicidad es una herramienta importante para el negocio, lo que representa otro factor importante a tomar en cuenta, en la incidencia que tendrá la empresa dentro del mercado de la publicidad y la imagen.

Monto que podría destinar para publicidad anual



Los montos principales que los empresarios podrían destinar para publicitar su negocio están entre los C\$ 10,000.00 y los C\$ 30,000.00 anuales.

5.5 Cotizaciones y Otros.

IMPRESSORA FOTOGRAFICA EPSON L800

Impresora fotográfica con tecnología innovadora de tanques de tinta de 6 colores, para imprimir un alto volumen de fotos, CDs/DVDs y documentos, con gran ahorro. Con la tinta incluida, imprime hasta 1,800 fotos a color de 10x15 cm, a muy bajo costo. La L800 revoluciona la impresión en pequeños negocios y hogares.

- Mayor volumen de impresión, calidad y productividad con el nuevo Sistema de Tanques de Tinta de 6 colores de Epson.
- Con las tintas incluidas, imprime hasta 1,800 fotos a color de 10x15 cm.
- Calidad de impresión garantizada con la tinta original Epson. Diseñadas con la más alta calidad para impresiones duraderas.
- Impresiones a muy bajo costo - solo pocos centavos.
- Conveniente, de fácil uso y recarga.
- Tranquilidad con la Garantía de Epson. Acceso a una garantía de hasta 6 meses y a la extensa red de servicio y soporte Epson.
- Hasta 38 ppm en texto a color, 37 ppm en negro y fotos de 10 x 15 cm en hasta 12 seg.
- Gradaciones perfectas gracias a la tecnología de tamaños variables de gotas de tinta, tan pequeñas como 1,5 picolitros
- Impresión directa en CDs y DVDs imprimibles
- Corrección automática: del color, luminosidad de fotos y ojos rojos

Resolución hasta 5760 x 1440 dpi de resolución.

Velocidad de Impresión	Máxima: 38 ppm en texto a color y 37 ppm en texto negro (modo borrador)
negro y 5.0 ppm a color	Normal ISO: 5.1 ppm en Fotos de 10 x 15 cm en
12 segundos (modo foto)	
Area de impresión	Máxima: 21,6cm (ancho) x 111 cm (largo)
Capacidad de entrada de papel imprimibles con inyección de tinta	120 hojas, 1 CD/DVD

COSTOS

Impresora: 289.72 sin impuesto 333.18 iva incluido.

Cartuchos:

Cyan 9.07 Dolares Iva incluido

Magenta. 9.03 Dolares, Iva incluido

Amarillo. 9.05 Dolares, Iva incluido

Negro. 9.07 Dolares, Iva incluido

Ligth Cyan. 9.05 Dolares Iva incluido

Ligth Magenta. 9.03 Dolares iva incluido.

Nota: Precios actualizados.

Conclusión

Basados en el estudio de mercado, podemos decir que la idea de negocio “Idea Publicidad” cuenta con grandes posibilidades de triunfar en el mercado del diseño publicitario en el mercado jinotegano, para luego extenderse al resto de la zona norte del país.

En la investigación que realizamos para conocer los gustos y preferencias de nuestro mercado meta, nos encontramos que la mayoría de los empresarios han cambiado su pensamiento hacia la publicidad, la que ven más como una inversión que como un gasto.

Encontramos en nuestro estudio que este grupo de personas se encuentran insatisfechas por el mercado local donde es común escuchar expresiones como: “Tengo que ir a Managua para que me hagan un buen trabajo de publicidad, ya que aquí en Jinotega no hay”, por lo cual pensamos que nuestro negocio vendría a llenar ese vacío que se encuentra en este sector.

“Idea Publicidad” marcaría la pauta en la elaboración de materiales gráficos y publicitarios y atención al cliente; el cual participaría de forma integral en la realización de su diseño publicitario, esto no es posible con los modelos de negocios actuales, en los cuales el cliente es tratado sin consideración y en algunos casos estafados por no saber qué tipo de material fue utilizado en sus diseños.

Aunque enfrentamos amenazas como la oferta de servicios de otras agencias de otros departamentos, además de los competidores actuales y futuros, estamos seguros que saldremos adelante con responsabilidad, ingenio y creatividad

A- Recomendaciones

Como recomendaciones tenemos:

- Mantener siempre los estándares de calidad
- Conocer y comprender los gustos y preferencias de nuestros clientes
- Mantener la originalidad de los productos

- Mantener precios competitivos con el mercado
- Actualizar el catálogo de los productos