



Sirviendo a la Comunidad



UNIVERSIDAD POLITECNICA DE NICARAGUA
ESCUELA DE ADMINISTRACION, CONTABILIDAD, FINANZAS Y
ECONOMIA.

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA OBTENCION DEL TITULO DE
LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA”**

CRECE MARKETING

Trabajo Final

Proyecto elaborado por: Br. María Gabriela Agurto Molina
Br. Katherine Gisell Berroterán Muñoz
Br. Josseling Margarita Rojas Hernández
Br. Byron Antonio Ruiz Hernández

Tutor: Msc. Eduardo Soza

Managua, Nicaragua, Julio 2017

DEDICATORIA:

Dedico este plan de negocio con todo mi amor a mi abuelita Mercedes Pérez, por amarme incondicionalmente, por sus enseñanzas, consejos e historias y apoyarme en todo momento. Siempre la llevaré en mi corazón, y sé que desde el cielo está feliz y orgullosa por este logro.

María Gabriela Agurto Molina.

A Dios, por iluminarme siempre en el sendero de la vida y por haberme brindado sabiduría, salud y vida para concluir este proyecto. Y a mis padres por el gran apoyo incondicional que siempre me dan.

Katherine Gisell Berroterán Muñoz.

A mi amado Dios, por darme fortaleza, sabiduría y salud para poder culminar mis estudios. Por su infinito amor y misericordia que me da todos los días.

A mis padres por su amor y su apoyo incondicional, por estar presente en cada etapa de mi vida y por ayudarme siempre.

Josseling Margarita Rojas Hernández.

Especialmente a mis padres por su sacrificio, confianza y dirección quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento permitiéndome haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

Byron Antonio Ruiz Hernández.

AGRADECIMIENTO:

Agradezco a Dios por bendecirme, brindarme sabiduría, fuerzas para seguir adelante y poder culminar mi carrera universitaria.

A Mis padres por motivarme a dar lo mejor de mí, todo el esfuerzo que han realizado y el apoyo que siempre recibí de ustedes. No los voy a defraudar.

A mi hermana y mi cuñado porque siempre han estado orgullosos de mí, y sin importar la distancia nunca han dejado de apoyarme.

Andrea Ruiz, por su apoyo y ser mi cómplice, por estar conmigo cuando la necesitaba, sobre todo durante este proceso, y siempre hacerme sentir que soy capaz de lograr todo lo que me proponga.

Gracias a mi amigo Kevin Blanco por toda la ayuda y el tiempo brindado durante la carrera.

A mi tutor Eduardo Soza por su orientación y a mi grupo de trabajo por todo el empeño que pusieron en este plan de negocio.

María Gabriela Agurto Molina.

Agradezco a Dios por darme fortaleza y paciencia para cumplir con una meta más en mi vida. A mi familia por la motivación que me brindan siempre. Agradezco a mi grupo de trabajo por la dedicación, paciencia, tiempo y empeño para cumplir con este proyecto y de igual forma al tutor Eduardo Soza por orientarnos.

Katherine Gisell Berroterán Muñoz

Agradezco infinitamente a Dios por ayudarme en todos los aspectos de mi vida, porque sin su ayuda no hubiese cumplido unas de mis metas.

A mis padres por su motivación, consejos y por la confianza que me han dado.

Al tutor y a mis compañeros de grupo de este proyecto por la dedicación y tiempo a este proyecto.

Josseling Margarita Rojas Hernández.

Principalmente a Dios, por brindarme la fuerza, perseverancia y salud de seguir adelante para cumplir unos de mis objetivos y poder finalizar esta carrera universitaria.

A mis familiares, hermanos, compañeros, docentes que contribuyeron a mi formación académica a quienes les agradezco por todos los conocimientos compartidos, al tutor del plan de negocios por su guía.

Byron Antonio Ruiz Hernández.

Resumen ejecutivo

Este plan de negocio consiste en analizar la viabilidad de una consultoría de marketing con el fin de ayudar en el crecimiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, con una amplia línea de servicio ajustado a la necesidad de cada empresa.

La idea de negocio surge debido a que se ha identificado grandes limitantes en las PYMES, la principal radica en los problemas de marketing y publicidad, esto impide el crecimiento financiero de estas empresas existentes que no son capaz de satisfacer la demanda del mercado.

En la etapa inicial se realizó la búsqueda de la información que fueron base de este trabajo como fuente secundarias tales como reportajes periodísticos , entrevista a expertos en economía empresarial y como fuente primarias utilizamos un instrumento de recolección de datos como fue la entrevista-encuesta que se realizó a los propietarios de las pymes siendo esta fundamental para el desarrollo de la investigación de mercado. De esta forma se da continuidad a realización de un plan de marketing

El mercado meta serán 100 PYMES de las actividades de comercio, industria de manufactura, servicios de hoteles y restaurantes del municipio de Managua. La empresa se establecerá en la calle principal de Altamira por las condiciones y fácil acceso a las instalaciones.

La consultoría Crece marketing brindara un servicio distinto a la competencia. Consiste en una membresía anual donde las pequeñas empresas aportaran una cuota mensual de \$250 y \$350 las medianas. Se podrán inscribir a la empresa de consultoría y adquirir los diferentes paquetes lo cuales son: Marketing Digital, Programa de Fidelización de los clientes, Análisis de la situación competitiva de la empresa, Gestión de recursos humanos, Diseño organizacional y Planificación estratégica.

La empresa estará constituida como sociedad anónima divido en acciones de libre transmisión. Sus socios son María Agurto, Katherine Berroterán, Josseling Rojas y Byron Ruiz

La inversión para iniciar el negocio es de US\$ 216,278.33 y los resultados de los estados financieros proyectados para el primer año, indican una rentabilidad sobre ventas de 48% y una rentabilidad sobre la inversión de 77%.

En lo que respecta a los indicadores financieros de evaluación de inversión, se tiene un VAN de US\$ 503,486.14, con una tasa de descuento del 9% y una TIR de 67%, así como una relación beneficio costo de US\$ 3.33 y con un periodo de recuperación de la inversión de 1 años, 5 meses y 4 días, los cuales indica que el plan de negocios sería viable financieramente.

Contenido

1. Objetivos	8
1.1 Objetivo general	8
1.2 Objetivos específicos	8
2. Aporte del proyecto a la economía local/ nacional	9
3. Perfil estratégico	9
3.1 Misión	9
3.2 Visión	9
3.3 Estrategia del negocio	10
4. Análisis del entorno y sector	11
4.1 Análisis externo	11
4.1.1 Ambiente económico	11
4.1.2 Ambiente Demográfico	12
4.1.3 Ambiente socio cultural	13
4.1.4 Ambiente político legal	14
4.1.5. Entorno tecnológico	15
4.2 Análisis del sector	16
4.2.1 Amenaza de Nuevos Ingresos	16
4.2.2 Poder de negocios de los proveedores	17
4.2.3 Poder de negociación de los compradores	17
4.2.4 Productos sustitutos	17
4.2.5 Rivalidad competitiva	17
5. Plan de Marketing	19
5.1 Descripción del producto o servicio.	19
5.2 Análisis de la competencia	28
5.3 Objetivos de marketing	31
5.4 Descripción del mercado meta	32
5.5 Demanda y participación	33
5.6 Estrategias de marketing	34
5.7 Estrategia de Posicionamiento a utilizar:	34
5.8 Estrategia de segmentación de mercado a utilizar:	35
5.9 Plan de acción	35
5.9.1 Acciones de Producto:	35
5.9.2 Acciones de Precio:	35

5.9.3 Acciones de Promoción:	36
5.9.4 Acciones de distribución:	36
5.9.5 Acciones de personas:	36
5.9.6 Acciones de Procesos o procedimientos	36
5.9.7 Acciones de evidencia o prueba física	37
5.10 Proyecciones de Ventas	37
5.11 Presupuesto de Marketing	38
6. Plan de producción	41
6.1 Cursograma del servicio	41
6.2 Activos Fijos	43
6.3 Vida útil de los activos fijos.	46
6.4 Capacidad planificada y futura	48
6.5 Cálculo del costo del servicio	50
6.7 Gastos generales de la empresa	56
7. Plan de organización	58
7.1 Forma de la empresa (Anexo)	58
7.2 Estructura Organizacional	59
7.3 Actividades y gastos pre operativos	60
8. Plan financiero	62
8.1 Presupuesto de inversión inicial	62
8.2 Tabla de amortización	62
8.3 Estado de pérdidas y ganancias	65
8.4 Estado de flujo de fondos	66
8.6 Factor de descuento	67
8.7 Razones financieras	67
8.8 Punto de equilibrio	68
8.9 Estado de flujos de caja	69
8.10 Balance General	69
8.11. Análisis de sensibilidad	70
9. Referencias Bibliográficas	74
10. Anexos	75
ANEXO 1: Protocolo e informe de investigación	75
1. Antecedentes y definición del problema	75
2. Justificación	75

3. Necesidades de información.....	76
4. Objetivos de la investigación.....	77
5. Marco Metodológico.....	77
5.1 Diseño de investigación.....	77
5.1.1 Investigación Exploratoria.....	77
5.1.2. Investigación Concluyente descriptiva.....	77
5.2 Tipos de fuente de información.....	78
5.2.1 Investigación explorativa.....	78
5.2.2 Investigación Concluyente.....	78
5.3 Fuente de información en cada tipo de investigación.....	78
5.3.1 Investigación explorativa.....	78
5.3.2 Investigación concluyente.....	79
5.4 Selección de la muestra en cada tipo de investigación.....	79
5.4.1 Investigación explorativa.....	79
5.4.1.1.1 Universo de estudio.....	79
5.4.1.1.2 Población de interés.....	79
5.4.1.1.3 Muestreo.....	79
5.4.1.1.4 Instrumento de recolección de datos.....	80
5.4.2 Investigación concluyente.....	80
5.4.2.1.1 Universo de estudio.....	80
5.4.2.1.2 Población de interés.....	80
5.4.2.1.3 Muestreo.....	80
5.4.2.1.4 Instrumento de recolección de datos.....	82
5.4.4 Investigación Descriptiva, Concluyente.....	85
5.4.4.1 Validación, evaluación y trabajo de campo.....	85
5.4.4.2 Procesamiento de la información y análisis de los datos.....	86
5.5 Informe de la investigación.....	86
6. Glosario.....	133

1. Objetivos

1.1 Objetivo general

- Analizar el nivel de viabilidad financiera de la consultoría de marketing para las pequeñas y medianas empresas del departamento de Managua.

1.2 Objetivos específicos

- Diseñar un plan de marketing para lograr implementar las 7p básicas de servicio durante un periodo de tres meses.
- Determinar la capacidad de servicio de la consultoría y los requerimientos necesarios para el funcionamiento del negocio.
- Establecer una estructura organizacional correcta con respecto al perfil de los consultores en un periodo de tres meses.
- Evaluar la rentabilidad y viabilidad con la apertura de una consultoría de marketing a través de los indicadores financieros durante el primer año de funcionamiento.

2. Aporte del proyecto a la economía local/ nacional

El 50% del producto interno bruto lo producen las pequeñas y medianas empresas a nivel nacional. Para impulsar su crecimiento, una Consultoría y asesoría de marketing es la oportunidad perfecta. Ayuda a realizar un análisis de la situación, del sector dentro del mercado y de esa manera se ahorrarán tiempo y recursos. Por tanto, una adecuada asesoría conllevaría a un crecimiento de la economía en general debido al porcentaje del PIB que representan las pymes para el país. Por otro lado, la capacitación al personal de las empresas incrementaría su capacidad operativa y de producción, aportando también hacia una mayor participación del sector para el producto interno bruto.

3. Perfil estratégico

3.1 Misión

Somos una empresa comercializadora de servicios de capital humano en los diferentes sistemas de desarrollo potencial de las pymes promoviendo la continua adaptación de estas al mercado demandante para satisfacer las necesidades de los consumidores y entrega un valor agregado satisfactorio para su negocio

3.2 Visión

Ser una empresa líder en el servicio para las pymes reconocida mediante la satisfactoria aceptación de los servicios que brindamos, con nuestro mejor equipo de consultores altamente capacitado para afrontar las problemáticas de las pymes y su efectiva solución, comprometidos con las metas de las empresas.

3.3 Estrategia del negocio

La empresa crece marketing llevará a cabo una estrategia de diferenciación ofrecerá un servicio de calidad por profesionales con experiencia, completa entrega y responsabilidad por parte de los consultores garantizando un servicio completo. En busca de satisfacer las necesidades de las pequeñas y mediana empresas que radica en los problemas de marketing y publicidad se han diseñados diferentes paquetes empresariales para brindar soluciones encaminadas a alcanzar un beneficio. El canal de distribución es directo, pues somos nosotros mismos quienes hacemos llegar el servicio a nuestros clientes se utilizará la venta directa, sin la utilización de intermediarios, lo que permitirá un mejor contacto y presentación de nuestros servicios obteniendo una mejor percepción. Se proporcionará una planta física que sea de fácil acceso para las empresas interesadas en recibir la asesoría y las condiciones satisfactoria en infraestructura, tecnología y atención generando valor añadido.

4. Análisis del entorno y sector

4.1 Análisis externo

4.1.1 Ambiente económico

El análisis económico es importante porque se debe tener conocimiento sobre el sistema económico en que se desenvolverá la consultoría y como puede influir en ella. Para esto se hará un análisis de los factores económicos más determinantes a nivel nacional (Nicaragua).

✓ PIB

El PIB en Nicaragua tiene un crecimiento interanual de 4.1 % y un crecimiento promedio anual de 4.8 %

Se toma en cuenta el producto interno bruto debido a que es un indicador de la economía del país. Este se mantiene estable y tiende a crecer en los próximos años.

✓ Inflación

La inflación es del 5.54% según informes del Banco Central de Nicaragua, la consultoría se verá afectada si ocurre cambios bruscos en alza de precio, esto tendría repercusiones al momento de aumentar el precio de nuestros servicios.

✓ Sectores Económicos

Entre las actividades económicas con mayor participación en la creación de trabajo en los últimos doce meses (2015), se ubicaron comercio y servicios con porcentajes de 40.0 y 23.9 % del total.

Nuestros servicios van dirigidos a las Pymes en el sector comercio esto beneficiaría al negocio.

✓ Mercado laboral

Para el sector de servicio el salario mínimo se ubica C\$ 4,879.62 córdobas con un crecimiento del 4.5%, esto se toma en cuenta en la contratación del personal de la consultoría.

✓ Tasa de interés

La tasa activa implícita se ubicó en 12.6 %, este factor se analiza debido si la empresa requiere de un financiamiento para el funcionamiento de las operaciones.

La consultoría Crece –Marketing toma en cuenta el PIB debido a que las Pymes aportan al crecimiento de este. También las pymes son generadoras de empleos.

4.1.2 Ambiente Demográfico

Las empresas se clasifican por tamaño de acuerdo con el número de colaboradores, definiéndose como micro aquellas que tienen entre 1 y 5 trabajadores (1370), pequeñas entre 6 y 20 trabajadores (693), medianas entre 21 y 100 trabajadores (297) y grandes aquellas con más de 100 trabajadores (179). Debido a la cantidad de empresas que existen, se encuentra una gran oportunidad de satisfacer las necesidades de este mercado, contribuyendo a su desarrollo y fortalecimiento a través de una asesoría y consultoría de marketing.

La falta de conocimiento sobre el mercado puede ser uno de los obstáculos para que las personas no decidan emprender, y es el miedo al fracaso el que se interpone entre ser empleado de alguien o ser el dueño de su propio negocio. Además, la mala administración del tiempo, el manejo inadecuado de las redes sociales, y la falta de atención sobre las situaciones del entorno que pueden afectar su negocio no contribuyen al crecimiento empresarial. Asimismo, la falta de acceso adecuado al financiamiento parece ser uno de los problemas que más afectan a las empresas del país, por las dificultades para obtener préstamos debidos que los intereses son altos tanto para fines generales del negocio, como para la incorporación de nuevas tecnologías. Por eso es importante que un consultor especializado guíe al empresario en las decisiones que requieren de una visión externa que le permita tener a la vanguardia su negocio en un mercado competitivo.

4.1.3 Ambiente socio cultural

Hábitos de consumo

La mayoría de las empresas de asesoría se enfocan en el sector financiero y no en el de marketing, debido que los usuarios consideran que el sustento de una buena administración financiera encamina al éxito, y continúan pensando de la manera tradicional y no se atreven al cambio. Prefieren que les enseñen la forma de gestionar su empresa y no destinar presupuesto al departamento de marketing, teniendo en cuenta la filosofía que tener una página en Facebook es suficiente para publicitarse.

Por lo tanto, para la Consultoría y asesoría de marketing, es una oportunidad cubrir las necesidades de este nicho de mercado, aportando al crecimiento de las pequeñas y medianas empresas a través de estrategias de mercadeo.

Sin embargo, la contratación de personal de servicios profesionales, o sea asesores independientes que no poseen una estructura de despacho es una amenaza debido que los precios son más bajos porque los costos operativos de los servidores no son altos.

Un 8% de las empresas del país capacita a sus empleados. Pero entre las empresas formales esta proporción es tres veces mayor. En el caso específico de las empresas grandes, un 92% capacita a su personal y el 40% lo hace con recursos propios.

Existe desventaja porque un 14.4 por ciento son apoyadas por INATEC y 12.2 por ciento por asociaciones o instituciones del gobierno (por ejemplo, el MEFCCA). Entonces al gozar de esos beneficios, las empresas no consideran tener necesidad de invertir dinero en una asesoría.

Estilo de vida

Las redes sociales se han convertido en una herramienta perfecta de atención al consumidor por su cercanía y rapidez, y como es obvio, un usuario satisfecho con el trato recibido es un importante cliente potencial. Además, con poca inversión es posible un gran impacto en los clientes debido que el coste por cada clic es bajo comparado con otros formatos publicitarios

Sin embargo, muchas empresas se conforman con crear una página de Facebook, para publicitar su empresa, cuando en realidad desconocen la necesidad de crear una estrategia de marketing digital que les ayudará a medir casi todo y les permitirá entender el comportamiento del usuario y las campañas lanzadas, al igual qué elementos de comunicación deben cambiar. Una estrategia digital les ayudara a analizar lo que está pasando y que decisiones tomar para mejorar los objetivos del negocio.

Para las pequeñas y medianas empresas las redes sociales son un generador incansable de oportunidades para esta tipología de organizaciones. Pero es evidente que las empresas que entren en este mundo 2.0 tienen que estar totalmente convencidas de esta nueva cultura, tener unos objetivos y estrategia planteados y sobre todo ganas de ser diferentes, e innovar utilizando estas potentísimas herramientas de comunicación.

Es importante establecer elementos de confianza para tener un buen sitio web y no dejar abandonadas las redes sociales, responder a tiempo los comentarios es uno de los factores que incide en la percepción de valor que les dan los usuarios a las marcas. Porque de lo contrario, una mala experiencia que no cubrió las necesidades del cliente y que no fue solucionado inmediatamente se derivara a una acción con comentarios negativos, y pone en riesgo la reputación de la empresa

4.1.4 Ambiente político legal

Se presenta un ambiente político estable con un alto nivel de aceptación de la población con un 72,4% de los votos en el 2016 demostrando su popularidad y oposición política sin credibilidad que no está a la altura del desafío. Se considera las mismas tendencias políticas a largo plazo sin cambios drásticos a la política tributaria, leyes, reglamentos que afecten a la empresa de asesoría y consultoría.

Nicaragua cuenta con una condición de estabilidad social y política es decir grupos de presiones con poco influencia, manifestaciones sin violencia, protestas cívicas sin incidir de gran manera en los individuos, organizaciones, política gubernamental que afecten al país.

En este análisis del entorno político se considera un ambiente político relajado pero con desventajas en la forma que incide la política del gobierno en el poder sobre el desarrollo del país mostrando preferencias por sus ideales girando las decisiones entorno a estas.

En Nicaragua se han emitido un conjunto de leyes dirigidas a las micros, pequeñas y medianas empresas con el fin de garantizar un desarrollo sostenible. Las MIPYMES generan alrededor de un 50% del PIB y contribuyen alrededor del 90% de la tasa de empleo. Nicaragua es un país con alta tasa de nacimiento de nacimientos de empresas representado una oportunidad para la empresa de asesoría y consultoría para PYMES.

4.1.5. Entorno tecnológico

“Los cambios tecnológicos ocurren tan rápido que no se ha terminado la asimilación de la última tecnología y ya aparece otra. Los mercados se tornan muy competitivos y para poder insertarse en ellos es necesaria la innovación constante como la única estrategia de supervivencia, tanto para el individuo como para la Empresa.” Villagómez Yépez Leticia Paola. (2011, Agosto 29). Gestión de la innovación tecnológica y su vínculo con la oferta proveniente de las Universidades. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/gestion-innovacion-tecnologica-vinculo-oferta-proveniente-universidades>

La adquisición de tecnología por la empresa puede ser estimulada por la necesidad de resolver un problema técnico de algún proceso, para hacer frente a una oportunidad de mercado que ha detectado, para reforzar tecnologías desarrolladas, para contar con la misma tecnología que tiene la competencia y, si es posible, con una tecnología de mejor desempeño.

El internet es una herramienta fundamental en este negocio porque se utiliza como un canal de distribución para llegar a los posibles clientes a través de un monitoreo constante en la página web y redes sociales, para crear relaciones redituables con ellos.

Para el requerimiento de nuevas tecnología se cuenta con el personal capacitado para la buena utilización de la misma con el fin de satisfacer a los clientes en la prestación de servicios. Como amenaza está el mantenimiento costoso del equipamiento

4.2 Análisis del sector

4.2.1 Amenaza de Nuevos Ingresos

Es alta, esta amenaza tiene diferentes barreras de entradas, fácil de acceder al mercado con este tipo de servicio; la mayor barrera de entrada es la aceptación y fidelización de los clientes.

- Diferenciación: “Crece-Marketing” se diferencia de la competencia, por ofrecer una serie de paquetes de servicios, complementarios entre si y ajustado a cada necesidad de las empresas, con un sistema de pago en cuotas y con una excelente atención al cliente.
- Necesidad de lograr rápidamente economías de escala: Las empresas consultoras ya establecidas en el mercado tiende a prestar muchos más servicio a un precio menor.
- Una fuerte lealtad de los clientes hacia determinadas empresas: Las empresas consultoras existentes en el mercado posee una cartera de cliente bien definida.

4.2.2 Poder de negocios de los proveedores

En este caso, el poder de negociación de los proveedores es bajo, ya que las empresas incluidas en este subsector solo necesitan suministros de software, hardware y material de oficina.

Se dispone de un amplio abanico de posibilidades respecto a la elección de los proveedores de la sub-contratación de consultores especializados en el campo.

4.2.3 Poder de negociación de los compradores

Según base de datos obtenida del censo económico urbano existen 3,000 Pymes en Managua. El mercado meta que se pretende abarcar es grande y están poco informados, no se encuentran organizados por lo tanto el nivel de negociación es bajo.

Los posibles clientes no son exigentes, el canal de distribución es directo, es decir que todo el proceso y el precio es controlado por la consultoría.

4.2.4 Productos sustitutos

Entre los servicios que podrían sustituir o asimilar el servicio que se realiza en una consultoría se encuentran:

1. Cursos Online de administración de empresas.
2. Talleres brindados por el gobierno o alguna organización.
3. Consultores por cuenta propia

Se considera que su nivel es medio en los servicios sustitutos porque no existen muchos que se asimilen al servicio que ofrece una consultoría.

4.2.5 Rivalidad competitiva

Existe alrededor de 6 consultorías de Marketing en el departamento de Managua que en el análisis de los competidores este detallada que ofrecen paquetes similares, pero operan en diferentes mercados, estas empresas

buscan negocios ya establecidos con años en el mercado y también se dirigen a empresas internacionales con oficinas en Managua, por lo tanto la rivalidad competitiva es baja, debido a que se dirigen a diferente mercado aunque sus servicios sean similares.

Oportunidades	Amenazas
PIB tiende a crecer en los próximos años. Sector económico está en constante crecimiento por la creación y desarrollo de las nuevas empresas	Inflación 5.54% ; si ocurre cambio bruscos, nos afecta en el precio del servicio
Las empresas consultoras existente se enfocan en el sector financiero	Consultores independiente que bajan el precio real del servicio de una consultoría
Redes sociales son herramientas fundamentales, ya que se utiliza como canal de distribución	Alto costo de monitoreo

5. Plan de Marketing

5.1 Descripción del producto o servicio.

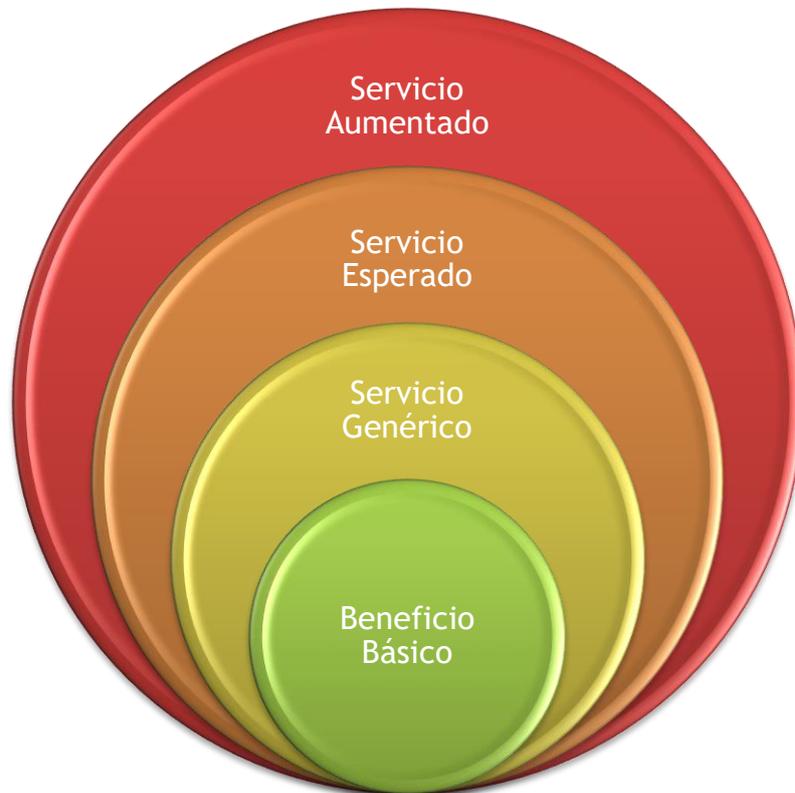


Figura No 1 Niveles de Producto

Fuente: Elaboración propia

Según Kotler : "Un **servicio** es cualquier acto o función que una parte ofrece a otra, es esencialmente intangible y no implica tener propiedad sobre algo.

Beneficio básico: "Crece-Marketing" está orientada al crecimiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas de Managua,

Servicio Genérico: “Crece-Marketing” ofrece paquetes que consiste en : Marketing digital, análisis de la competencia, gestión de recursos humanos, diseños organizacional, planificación estratégicas, programa de fidelización de clientes , los cuales tiene como principal beneficio para las empresas el aumento de ventas, presencia , crecimiento en el mercado y posicionamiento de su marca , teniendo en cuenta la organización del personal y de esta forma la determinación de sus debilidades para el mejoramiento de las funciones operativas

Servicio esperado: “Crece-Marketing” cumplirá con:- El servicio se realice debidamente en tiempo y forma. – Obtener resultados reales y eficientes.

Estará ubicada en la calle principal de Altamira, Managua. Toda la distribución en planta se pretende que sea diáfana, con el fin de garantizar un clima de trabajo en equipo. Imágenes claras y mucha luminosidad son algunas de las características que se desean transmitir y que, por lo tanto, estarán presentes en la arquitectura de la oficina .Al mismo tiempo, se contará con un soporte de software y hardware continuamente actualizado. Cuenta con un sistema de seguridad confiable y un amplio parqueo cómodo.

Servicio Aumentado: “Crece-Marketing” Ofrece diferentes paquetes de servicio personalizado que dispone de personal calificado y accesibilidad de tiempo, respondiendo a las necesidades de los clientes, para la mejora y crecimiento de su empresa. La suscripción al servicio es anual a través de una membresía con cuotas mensuales, en dependencia del tamaño de la Pyme. Se brindarán estudios y capacitaciones a los consumidores, con periodos de asesoramiento mientras se realiza la ejecución de las actividades.

Uso y beneficios del servicio

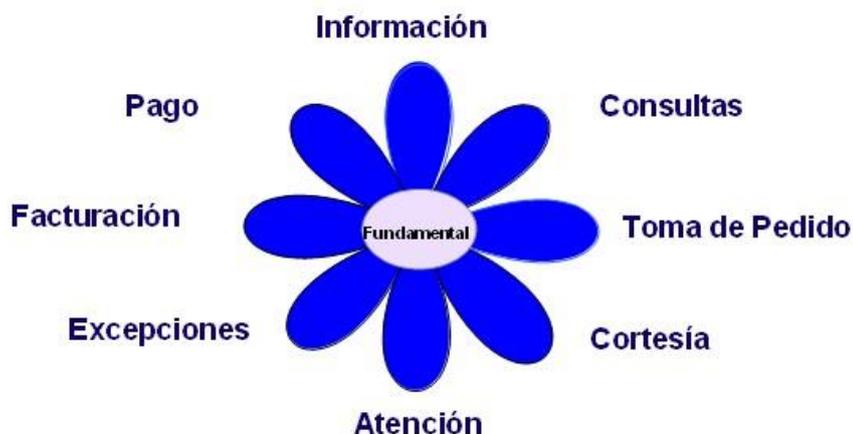


Figura No. 2

Fuente: Elaboración Propia

Servicios Suplementarios de Facilitación:

- ✓ Información: El cliente necesita conocer determinada información de forma rápida y oportuna como por ejemplo: la forma de llegar al local donde se presta el servicio, los horarios de atención, el tipo de servicio ofrecido, los teléfonos de contacto. Toda esta información está a la disposición de los clientes a través de la página web donde se presenta el catálogo de servicios así como los horarios de atención y un mapa para que puedan acudir al local de forma sencilla. Asimismo, se repartirán tarjetas de visita en las instalaciones que mostrarán los datos más importantes (horario, los teléfonos de contacto, responsable de cada área).
- ✓ Toma de pedidos: Una vez el cliente haya decidido qué tipo de servicio desea se elabora una propuesta en la que se incluirá la descripción completa del mismo, así como los periodos de plazo de las diferentes reuniones, las condiciones, los profesionales que van a participar en el proceso y, por último, el precio. La propuesta deberá ser firmada por los clientes antes de proceder a la prestación del servicio.

- ✓ Facturación: La facturación se realizará de forma individual a cada cliente ya que los servicios son específicos según sus necesidades. El precio deberá coincidir con el expuesto en la propuesta (ya firmada) de prestación de servicios, de esta forma evitaremos toda clase de problemas a la hora de cobrar por nuestros servicios.
- ✓ Pago: Como consecuencia de las dificultades económicas por la que están atravesando la mayoría de medianas y pequeñas empresas se establece un sistema de pago adaptado a las mismas, que este será por medio de cuotas bajas mensuales.

Servicios Suplementarios de Aumento:

- ✓ Consulta: La empresa ha establecido el servicio de consulta tanto para cosas sencillas como para aquellas de mayor complejidad. Existen 6 paquetes de diferentes áreas que se adaptan a las necesidades básicas de cada negocio. Los consultores se reunirán con los clientes para poder asesorarles de forma personalizada.
- ✓ Hospitalidad: Los clientes serán tratados de forma cordial a su llegada a la empresa. El tiempo de espera sea el mínimo, sin embargo dispondrá de una sala de espera totalmente equipada donde se les ofrecerá algo para tomar (refresco, agua o café) y dispondrán de revistas especializadas en recursos humanos además de los periódicos del día. A aquellos clientes que no sean o no conozcan la zona donde se encuentran las instalaciones se les facilitará, mediante correo electrónico, las instrucciones detalladas de cómo poder llegar, tanto en coche particular como mediante transporte público.
- ✓ Cuidado: Cuando los clientes lleguen a las instalaciones podrán depositar los efectos personales que traigan consigo (como pueden ser maletines, portátiles) en las diferentes taquillas habilitadas para ello. Además, se pondrá a disposición de los clientes el parking del edificio para que puedan aparcar su vehículo.

- ✓ Excepciones: Se pondrá a disposición del cliente, tanto en las oficinas como en la página web, un buzón de sugerencias donde podrán explicar aquello que les gustaría que la empresa modificase o mejorase. Este buzón será revisado de forma periódica y se intentará cumplir con las necesidades y mejoras expuestas por los clientes. Asimismo se pondrá a disposición de los clientes hojas de reclamación. De esta forma podremos conocer que estamos haciendo mal para poder mejorarlo en un futuro y evitar la posible pérdida de clientes.

Ciclo de vida del producto o servicio

Fase de crecimiento:

El servicio de consultoría en el país, se considera que esta en la fase de crecimiento, a pesar que existen pocas empresas prestadoras de dicho servicio; estas son muy diversas en sus ofertas.

El auge de crecimiento en los diferentes sectores por partes de las pequeñas y medianas empresas en los últimos años, 6 % anual, hace un mercado con una gran demanda potencial con diferentes necesidades por satisfacer; en ese ámbito surgen la innovación y el nivel de competencia alto por parte de las consultorías existentes y las nuevas que apuestan por este mercado.

Defina una marca (Presente un diseño)



Figura No. 3

Fuente: Elaboración Propia

El nombre de marca “Crece Marketing”, está enfocado en la filosofía empresarial sobre ayudar al crecimiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas. Además, lo Integra un vector de un gráfico en ascenso con una flecha verde, haciendo referencia a que logrará incrementar sus ventas. Al igual que el vector, la tipografía se encuentra en color azul, debido que psicológicamente representa confianza y seguridad, que es lo que se desea transmitir. Asimismo, el color negro transmite elegancia, simplicidad y sofisticación. El Slogan “El éxito en tus negocios”, haciendo énfasis a la calidad del servicio brindado por la empresa.

Se utilizaron dos tipografías:

- Script (caligráficas): Otorga a la escritura una calidad personalizada en forma matizada y fina.
- San serif (estilo romano): Este tipo de fuente crea el efecto de modernidad y seguridad. Además de ser legible y fácil de visualizar para los clientes.

Gama cromática:

La gama cromática utilizada se mueve en colores fríos, debido que se usan para dar sensación de tranquilidad, calma, seriedad y profesionalidad.

Los colores básicos utilizados para el diseño son azul y negro.



Línea de Servicio

Marketing digital

- Medios digitales
- Email marketing
- Manejo de redes sociales
- Desarrollo de planes de marketing estratégico

Este primer paquete consiste en la aplicación de diferentes estrategias para el buen uso de las plataformas digitales por ende hacer presencia y establecerse en el mercado; Para las pymes es fundamental este paquete porque la mayoría de estas están en la etapa de crecimiento

Programa de fidelización de los clientes

- Análisis e implementación de soluciones para conseguir la mayor solidez en la cartera de cliente
- Análisis e implementación de soluciones para conseguir retención de los clientes

Este segundo paquete consiste en desarrollar un plan de acción, con diferentes promociones de acuerdo del giro del negocio.

Análisis de la situación competitiva de la empresa

- Definición de las ventajas competitivas
- Análisis de las necesidades de los diferentes segmentos de mercado
- Análisis del atractivo de la empresa/ producto
- Definición del mercado potencial

Este paquete consiste en realizar un estudio de la competencia directa de las pymes con el fin desarrollar estrategias para alcanzar ventajas competitivas.

- **Gestión de recursos humanos**
- Reclutamiento y selección del personal
- Retención del talento: motivación, liderazgo
- Evaluación del desempeño
- Trabajo en equipo y solución de conflictos
- Liderazgo e inteligencia emocional
- Administración efectiva del tiempo

Consiste en buscar candidatos idóneos de acuerdo al perfil que requieran las pymes para el buen funcionamiento de estas.

Diseño organizacional

- Fundamentos del desarrollo organizacional
- Cultura organizacional
- Diseño y cambio organizacional.

Este paquete consiste en la descripción de los puestos, funciones, salario y reglamentos internos y de seguridad de cada pyme.

Planificación estratégica

- Proceso claves de la planificación estratégicas
- Las unidades administrativas de la planificación
- La planificación estratégica y el FODA
- El proceso de implementación control y seguimiento.

Este paquete consiste en la planificación para la toma de decisiones administrativa mejorando el funcionamiento de las pyme

Modelo de generación de valor

1. Identificar los atributos y beneficios que valoran los clientes:

- Experiencia del personal en el área que los clientes soliciten.
- La forma y rapidez en la atención.
- Las condiciones y facilidad de acceso a la consultoría.
- El seguimiento que brinda la consultoría a las Pymes durante el proceso de ejecución de las estrategias.

2. Evaluar la importancia cuantitativa de los diferentes atributos y beneficios

- Según los estudios de mercado realizado el 56% de los clientes les brinda mayor seguridad una página web útil y con información completa.
- También con un porcentaje del 44% es la entrega del perfil de los consultores que realizan los trabajos en las pymes.

3. Evaluar el desempeño de la empresa y de sus competidores en cada uno de los diferentes atributos mencionados por el cliente, y en función de la importancia concedida

- La consultoría Crece –Marketing ofrece un servicio de 6 paquetes anuales donde las Pymes podrán obtener un crecimiento en las ventas y mayor presencia en el mercado. En cambio, la competencia ofrece paquetes individuales a un mayor precio. Además, la competencia no ofrece el servicio de marketing digital donde la consultoría puede tomar ventaja.
- Crece Marketing brinda un servicio con atención de calidad e incluye asesoramiento a las empresas después de presentarle mejoras hay un periodo de seguimiento y control para verificar que los resultados de

la consultoría brindada se ha realizado de manera eficaz y los clientes están satisfechos.

4. Examinar como califican los clientes de un segmento específico el desempeño de la empresa en comparación con su competidor principal para un atributo o beneficio individual

- Según el estudio de mercado realizado un 82% de las pymes están de acuerdo con recibir asesoramiento a cambio de solventar una cuota mensual. A diferencia de los competidores que ofrecen paquetes individuales a un precio muy alto, crece marketing brinda el servicio a través de una membresía anual que incluye 6 paquetes con cuotas económicas.

5. Supervisar la evolución del valor percibido a lo largo del tiempo

- Se realizarán Focus Group semestralmente para poder evaluar el nivel de satisfacción de los clientes y medición de resultados

5.2 Análisis de la competencia

Competidor	Servicio	Promociones	Estrategia Identificada
<p>S & B MARKETING RESEARCH 22894097 Dirección: Villa Venezuela, Sandak Del Ivan Montenegro 5 Andenes Al Sur A Mano Derecha Casa A 157, Managua, Nicaragua</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación de Productos • Seguimiento de Productos CUAS / U&A • Investigación Publicitaria • Auditoria de Despensa • Clientes Misteriosos • Trabajo de Campo • Medición Opinión Publica 	<p>Promoción Online: Mantienen una Página Web atractiva y dinámica. Utilizan un Blog y publican los servicios de interés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cartera de clientes bien definida. • Telemarketing

	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios Cualitativos • Focus Groups • Chequeo de Distribución • Chequeo de enfriadores • Chequeo de Material POP 		
<p>OUTSOURCING PLUS CELKA Del Puente El Edén 1c al Oe 1c al Norte, Contiguo a Iglesia Visi Managua, Nicaragua</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tercerización, de personal, (Promotores de ventas, Colocadores, Maquiladores otros), • manejo de nóminas, • Reclutamiento y Selección de Personal • Consultorías Contables Financieras, Auditorías Externas 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizan E-mail Marketing • Creación de paquetes según la cantidad del personal 	<ul style="list-style-type: none"> • Crean una base de datos para luego realizar Telemarketing • Segmentos bien definidos.
<p>J.R CASTILLO & ASOCIADOS Centro Comercial San Francisco, Modulo G7, Managua, Nicaragua</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación de Mercados • Organización de Empresas • Servicios Financieros 	<ul style="list-style-type: none"> • E-mail marketing • Redes sociales • Pagina web 	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentos bien definidos • Distribución directa (vendedor-consumidor)
<p>DPESA Bolonia Canal 2TV 2c al Norte 20vrs al Oe</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría Empresarial, Ventas y Capacitación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Página web, email marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartera de clientes definida • Personal capacitado

<p>Managua, Nicaragua</p> 		<ul style="list-style-type: none"> • Paquetes dependiendo el personal y la duración del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Telemarketing
<p>SERPER Edificio CAR 3, Tercer Piso Módulo A-3 Frente a Enitel Villa Fon Managua, Nicaragua Tel: (505) 22256263</p> 	<p>RECURSOS HUMANOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Outsourcing de Personal • Outsourcing de RRHH • Payrolling • Reclutamiento y Selección • BPO (Business Process Outsourcing) <p>CONTABILIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> • Outsourcing de Contabilidad • Pago a Proveedores Nacionales e Internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Pagina web • Paquetes dependiendo el número de trabajadores y la duración que soliciten el servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Telemarketing
<p>CID GALLUP de los semáforos de Enitel en Villa Fontana, 200 este y 300 norte, casa 214, Tel:(505) 2278 3132</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de servicio • Capacitación • Centro de Estudios Cualitativos (CEC) • Consultoría • Estudios a la medida • Estudios de Seguimiento • Multimedia e Imágenes • Omnibus • Pruebas y Simulaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Página web, redes sociales y E-mail marketing. • Utilizan una dinámica cuando se trata de encuestar (a las personas que llegan a 	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentos bien definidos • Experiencia en el mercado. (posicionamiento en el mercado)

	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad e Imagen • Relaciones Humanas 	<p>sus instalaciones les ofrecen pagarles a cambio de llenar una encuesta)</p>	
---	---	--	--

Tabla No. 1

Fuente: Elaboración Propia

Para esta consultoria se describen en el cuadro anterior 6 competidores que ofrecen servicios similares, con una cartera de clientes bien definida.

Su cartera de cliente son todas aquellas empresas que poseen de 6 a 10 empleados conocidas como Pymes del departamento de Managua.

Ofrecen paquetes de servicios con un precio entre 50-100 dolares dependiendo del tipo de servicio y su duracion, tambien se toma en cuenta el numero de personal con el cual se le estaria brindando capacitacion.

Según el resultado de la investigación de mercado de Crece-Marketing, el 64% de las Pymes estarían dispuestas a contratar un paquete de Marketing Digital y programa de fidelización.

5.3 Objetivos de marketing

- Obtener un 6% de crecimiento en participación de mercado anualmente.
- Posicionar la marca Crece-Marketing a través de estrategias de mercado en los primeros 2 años del funcionamiento de la empresa.
- Alcanzar un 45% en ventas para mantener la rentabilidad de la empresa según el estado financiero

5.4 Descripción del mercado meta

El mercado de meta al que se dirige “Crece-Marketing” está orientado hacia las pequeñas y medianas empresas en las actividades de comercio, industria de manufactura, servicios de hoteles y restaurantes del municipio de Managua.

Según las encuestas los propietarios interesados en solicitar el servicio presentan años de antigüedad de 1 a 3 años con un 49%, que decidieron emprender en busca de independencia económica 49%, ventas constante 56% y tienen problemas de marketing publicidad 34% que no les permite el incremento de sus ventas representando una oportunidad para la empresa de consultoría según resultados de la investigación.

El número de las pequeñas y medianas empresas que se estima están ubicadas en el municipio de Managua con un total de 3,000 de las cuales el 82% estarían dispuestos a prestar el servicio, es decir un total de 2,460 PYMES. De estas el 81% estarían dispuestas a inscribirse en la empresa de consultoría es decir 2,460 PYMES representando el mercado potencial.

El mercado meta de “Crece-Marketing ” serán 199 empresas que estarían dispuesta a solicitar el servicio e inscribirse en la empresa de consultoría localizadas en el municipio de Managua.

Perfil del Cliente

Ámbito geográfico: locales

Municipio: Managua

Tipo de mercado: organizacional

Tamaño de empresa: pequeñas y medianas empresas

Actividad o giro: comercio, industria de manufactura, servicios de hoteles y restaurantes

Forma jurídica: Individuales y sociedades

Capital: Indiferente

5.5 Demanda y participación

N°	3000
Porcentaje de empresa que estarían dispuesto a prestar el servicio	82%
N° de empresas que prestarían el servicio	2460
Empresas que inscribiría a la consultoría	81%
Demanda	1993
Participación de mercado	5%
Mercado meta	100

Tabla No 2

Fuente : Elaboración propia

Para determinar la participación de mercado se toman en cuenta ciertos parámetros que aparecen en el cuadro siguiente:

Número de Competidores	Su tamaño	Características de su producto	Participación en el Mercado (En
Muchos	Grande	Similar	0-2.5
Pocos	Grande	Similar	0-2.5
Uno	Grande	Similar	0-5
Muchos	Grande	Diferente	0-5
Pocos	Grande	Diferente	5-10
Muchos	Pequeño	Similar	5-10
Pocos	Pequeño	Similar	10-15
Muchos	Pequeño	Diferente	10-15
Uno	Pequeño	Diferente	10-15
Pocos	Pequeño	Diferente	20-30
Uno	Pequeño	Similar	20-50
Uno	Pequeño	Diferente	40-80
No hay competidor			100

Tabla No. 3

Fuente: Plan de negocio Upoli

La participación de mercado de “Crece-Marketing” está determinada por el número de competidores, el tamaño del sector y las características del servicio a ofertar.

Teniendo en cuenta los factores anteriormente mencionados, se estima una participación del 5% lo cual equivale a un total 100 PYMES en el 2017 debido a muchos competidores pero pequeños con servicios similares.

5.6 Estrategias de marketing

- Estrategia de precio a utilizar:

El servicio que se ofrece entrara al mercado con un **precio de penetración**, es decir a un precio bajo para obtener rápidamente cuota de mercado y mayor posibilidad de conseguir economías de escala.

- Estrategia de Publicidad y promoción

Estrategia de publicidad informativa donde resalte los beneficios de contratar una los servicios de consultoría, donde se detalles los paquetes que se ofrecen y como mejoraría su negocio, dirigido a las Pymes en Managua.

5.7 Estrategia de Posicionamiento a utilizar:

En base a la calidad: el servicio que se ofrece a través de los diferentes paquetes para el crecimiento de las Pymes se destacará por la calidad, por su atención que se brinde y el precio que será en base a la competencia.

5.8 Estrategia de segmentación de mercado a utilizar:

Para la consultoría de marketing se utilizara una **estrategia de marketing concentrada y personalizada** debido a que está dirigido a las pequeñas y medianas empresas en el departamento de Managua.

5.9 Plan de acción

5.9.1 Acciones de Producto:

“Crece-Marketing” pretende ofrecer un servicio integral y especializado a los clientes, generando un valor añadido en sus organizaciones y brindar la debida capacitación al personal para mejorar el proceso en su empresa.

Cuenta con la tecnología necesaria para llevar a cabo todos los procedimientos necesarios para el fortalecimiento y crecimiento de las Pymes.

Acciones a realizar:

- Contratación de una conexión rápida de internet para facilitar la comunicación instantánea con los clientes a través de la página web y las redes sociales
- Monitoreo constante de estas plataformas.

5.9.2 Acciones de Precio:

“Crece-Marketing” cuenta con un sistema de pago distinto a la competencia, que establece cuotas económicas. Para las pequeñas empresas se determinó 250 dólares de arancel y 350 dólares a las medianas empresas.

De manera general se facilitará asesoramiento inicial a potenciales clientes, sobre las posibilidades particulares que se les ofrezcan en base a sus necesidades y de esta forma se intentar ampliar la cartera de clientes.

5.9.3 Acciones de Promoción:

Creación de una pequeña campaña publicitaria a través de internet utilizando página web, redes sociales, donde se publicara la información necesaria de la consultoría haciendo uso de las herramientas de diseño, interactuando de forma dinámica con los posibles clientes.

De igual forma la empresa se dará a conocer a través de entrevista en las diferentes revistas matutinas de los canales locales.

Aspectos para tomar en cuenta:

- Una empresa de reciente creación.
- La disponibilidad presupuestaria es limitada.
- Se dedica al mundo de la consultoría donde prima el trato, la calidez y el conocimiento y experiencia con el que trabajan con los clientes.

5.9.4 Acciones de distribución:

El servicio de consultoría está dado por un canal directo, se lleva a cabo por medio de marketing directo.

Acciones a realizar.

- Hacer presencia en las diferentes ferias que promuevan a las pymes, para la creación de cartera de clientes.
- Diseñar Boucher informativo
- Colocación de banner roll up.
- Colocación de materiales Pop

5.9.5 Acciones de personas:

- Personal altamente calificado y capacitado

5.9.6 Acciones de Procesos o procedimientos

- Se brinda atención personalizada para todos los clientes

5.9.7 Acciones de evidencia o prueba física

- Proporción de fotografías mostrando las oficinas de la consultoría en las diferentes plataformas digitales.
- Presentar estadísticas y testimonios para dar fe de la calidad del servicio.
- El local de la consultoría será acogedor por ser organizado, limpio y luminoso.

5.10 Proyecciones de Ventas

Tasa de crecimiento 6%	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Demanda	1992	2112	2239	2373	2515
Participación de mercado	100	106	112	119	126
Pequeñas	\$ 15,000.00	\$ 15,900.00	\$ 16,854.00	\$ 17,865.24	\$ 18,937.15
Medianas	\$ 14,000.00	\$ 14,840.00	\$ 15,730.40	\$ 16,674.22	\$ 17,674.68
Ingreso	\$ 29,000.00	\$ 30,740.00	\$ 32,584.40	\$ 34,539.46	\$ 36,611.83
Ingreso anual	\$ 348,000.00	\$ 368,880.00	\$ 391,012.80	\$ 414,473.57	\$ 439,341.98

Tabla No 4

Fuente: elaboración propia

5.11 Presupuesto de Marketing

Actividades	Costo Mensual	Costo Anual
Publicidad en plataforma digitales	\$ 20.00	\$ 240.00
Brouchures	\$ 60.00	\$ 720.00
Tarjeta de presentación	\$ 15.00	\$ 180.00
Banner Roll up	\$ 45.00	\$ 135.00
Lapiceros	\$ 20.00	\$ 120.00
Mantenimiento de página web	\$ 5.00	\$ 60.00
Internet + Línea fija 3G	\$ 65.00	\$ 780.00
TOTAL	\$ 230.00	\$ 2,235.00

Tabla No 5

Fuente: Elaboración Propia

Actividades	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad en plataforma digitales	\$ 240.00	\$ 244.78	\$ 249.65	\$ 254.62	\$ 259.68
Brouchures	\$ 720.00	\$ 734.33	\$ 748.94	\$ 763.85	\$ 779.05
Tarjeta de presentacion	\$ 180.00	\$ 183.58	\$ 187.24	\$ 190.96	\$ 194.76

Banner Roll Up	\$ 135.00	\$ 137.69	\$ 140.43	\$ 143.22	\$ 146.07
Lapiceros	\$ 120.00	\$ 122.39	\$ 124.82	\$ 127.31	\$ 129.84
Mantenimiento de pagina web	\$ 60.00	\$ 61.19	\$ 62.41	\$ 63.65	\$ 64.92
Internet + Linea fija 3G	\$ 780.00	\$ 795.52	\$ 811.35	\$ 827.50	\$ 843.97
Tasas	\$ 120.00	\$ 122.39	\$ 124.82	\$ 127.31	\$ 129.84
Total	\$ 2,355.00	\$ 2,401.86	\$ 2,449.66	\$ 2,498.41	\$ 2,548.13

Tabla No 6

Fuente: Elaboración Propia

Promo Instrumento	Descripción	Frecuencia	Precio Unitario
Publicidad en plataforma digitales	Artes digitales utilizada para la página web y redes sociales	Publicaciones semanales , por un tiempo de 3 meses	\$20
Brochures	Diseño impreso, Utilizado en las diferentes ferias	350 Brochures impartidos a los clientes potenciales por un periodo de 2 a 4 meses	\$60

Tarjeta de presentación	Diseño impreso con la información necesaria de la empresa, utilizado en las ferias y en el local	180 tarjetas, impartidas a los clientes, por un periodo de 2 a 4 meses	\$15
Banner Roll up	Diseño impreso , con información necesaria colocado en las diferentes ferias	2 distintos diseños de banner	\$67 C/ U
Lapiceros	Lapiceros personalizados con el logo de la empresa, regalía para los clientes	1800 Lapiceros para regalías	\$120
Mantenimiento de página web	Se pagara solo el costo del mantenimiento de la página.	Hosting mensuales para la activación de la pagina	\$5
Internet + Línea fija 3G	Contrato casa doble claro que incluye el	Contrato	\$65

	internet y la línea fija	permanente	
Tasas	Tasas personalizadas con el logo de la empresa , regalía para los clientes	Regalías para clientes . 140 tasas	\$120

6. Plan de producción

6.1 Cursograma del servicio

El proceso inicia ante la necesidad de la empresa (Cliente) en contratar el servicio de consultoría. Los medios por el cual se dará a conocer “Crece-Marketing” son: redes sociales y sitio web. El cliente se podrá contactar vía telefónica, Email o visita al local.

Recepción tendrá el primer contacto con el cliente efectuará el protocolo de bienvenida y al instante será atendido por el consultor para su debida atención.

El consultor toma los datos del cliente, le presenta los paquetes de consultoría que ofrecemos, beneficios que brindamos, perfil del consultor-asesor y responde a sus inquietudes.

El cliente selecciona el paquete de consultoría, se estable el precio que va de acuerdo al paquete seleccionado y tamaño de la empresa.

Los pagos serán en cuota mensuales a una cuenta bancaria a nombre de la empresa, se procederá a preparar el contrato y el pago de la primera cuota mensual.

A continuación se le brinda información de la fecha de inicio, días que debe presentarse, horario y fecha final de la consultoría.

SERVICIO GENERAL DE UNA CONSULTORIA								
Actividades	Simbología					Responsable	Tiempo	
	○	→	D	▽	□			
Llegada del cliente al establecimiento			●			Recepción		
Bienvenida al cliente				●		Recepción	5 Min	
Presentar los beneficios de la empresa, condiciones de pago y elaboración de contrato del servicio					●	Consultor	20 Min	
Selección del paquete de la consultoría	●					Consultor	5 Min	
Inicio del servicio de asesoría	●					Consultor	1 Mes	
Sesiones con el consultor	●					Consultor		
Diagnostico					●	Consultor		
Propuesta al cliente (plan de mejoras)	●					Consultor	1 Mes	
Implementación	●					Consultor		
Seguimiento y control	●					Consultor		
Propuestas de ajuste	●					Consultor		
Terminación				●		Consultor	1 Mes	
Evaluación					●	Consultor		
Planes de seguimiento	●					Consultor		
Total								3 Meses y 30 Minutos

Tabla No. 7

Fuente; Elaboración propia

6.2 Activos Fijos

En el cuadro siguiente se detallan los bienes de la empresa que se utilizaran para el funcionamiento de la misma.

Activo	Detalle	Precio	Cantidad	valor total
Edificio			1	200000
Mobiliario y equipo de oficina	Computadoras de escritorio	635	5	3175
	Impresoras	210	2	420
	Teléfono	12	1	12
	Escritorios	110	4	440
	Sillas sin brazo	22	10	220
	Sillas con brazo	32	5	160
	Sofá para salara de espera	60	1	60
	Laptop	450	1	450
	Archivador Metálicos	165	1	165
	Proyector	456	1	456
	mesa de conferencia	50	1	50
	Aire acondicionado	1774	1	1774
	Total	\$3976	34	\$207382

Tabla No 8.

Fuente: Elaboración Propia

Términos y condiciones de la compra de equipos, mantenimiento y reparaciones.

En el siguiente cuadro se presentan las especiaciones de cada activo, que se utilizara con el fin de dar un excelente servicio, se comprara de contado con el capital asignado y con los diferentes proveedores para cotizaciones más amplias Ver anexo

Activos	Detalle	Proveedor	Característica del activo	Tipo de compra	Uso que se le dará
Mobiliario y equipo de oficina	Computadoras de escritorio	Comtech	PC HP PRODESK 400G3MT1	Contado	Servicio
	Impresoras	Comtech	EPSON L375-110V	Contado	Servicio
	Teléfono	Comtech	Panasonic 1 LTS L-Línea	Contado	Servicio
	Escritorios	Comtech	Mueble MYO combinado	Contado	Servicio
	Sillas sin brazo	Comtech	XTECH color negro	Contado	Servicio
	Sillas con brazo	Comtech	XTECH color negro	Contado	Servicio
	Sofá para salara de espera	Full Home	GRIS OSCURO SOFA	Contado	Servicio
	Laptop	Comtech	Notebook HP 240 65-505U	Contado	Servicio
	Archivador Metálicos	Centeno Comercial	Archivero 5 gavetas	Contado	Servicio
	Proyector	Etech	Benq proyector	Contado	Servicio
	mesa de conferencia	El gallo más gallo	Mesa redonda madera	Contado	Servicio
	Aire acondicionado	Coirsa	Midea, 60,000 BTU	Contado	Servicio

Tabla No.9

Fuente: Elaboración Propi

Gastos de Mantenimiento.

Los mantenimientos de activos se realizó tomando en cuenta las especificaciones de los equipos, se destinó un porcentaje 5% para las computadoras y aire acondicionado; el 2% para impresoras, sillas, sofás, laptop, archivadores, el 1% para teléfono, proyector y mesa sobre el valor del mismo.

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Computadoras de escritorio	158.75	158.75	158.75	158.75	158.75
Impresoras	8.4	8.4	8.4	8.4	8.4
Teléfono	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12
Escritorios	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4
Sillas sin brazo	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4
Sillas con brazo	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2
Sofá para sala de espera	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2
Laptop	9	9	9	9	9
Archivador Metálicos	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3
Proyector	4.56	4.56	4.56	4.56	4.56
mesa de conferencia	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
Aire acondicionado	\$88.7	\$88.7	\$88.7	\$88.7	\$88.7

Tabla No. 10

Fuente: Elaboración Propia

6.3 Vida útil de los activos fijos.

El costo de depreciación de activos fijos se utilizó el método lineal, este porcentaje se tomó de la ley de concentración tributaria, cuotas establecidas para la depreciación de los activos fijos. Ver anexos----- La siguiente tabla muestra los cálculos de cada bien

Activo	Valor del Activo	Depreciación	Depreciación anual
Computadoras de escritorio	3175	50%	1587.5
Impresoras	420	50%	210
Teléfono	12	20%	2.4
Escritorios	440	20%	88
Sillas sin brazo	220	20%	44
Sillas con brazo	160	20%	32
Sofá para salara de espera	60	20%	12
Laptop	450	20%	90
Archivador Metálicos	260	20%	52
Proyector	165	20%	33
mesa de conferencia	50	20%	10
Aire acondicionado	1774	20%	354.8
Total	\$7186		\$2515.7

Tabla No. 11

Fuente: Elaboración propi

La depreciación anual durante los 5 años proyectados de cada bien según su vida útil es:Nota: las computadoras según la ley de concentración tributaria se deprecian en un 50%, pero se considera que no es necesario la compra de estos bienes en el 3er año por el buen funcionamiento y mantenimiento de estas.

Activos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Computadora de escritorio	\$ 1,587.50	\$ 1,587.50	-	-	-
Impresoras	\$ 210.00	\$ 210.00	-	-	-
Teléfono	\$ 2.40	\$ 2.40	\$ 2.40	\$ 2.40	\$ 2.40
Escritorios	\$ 88.00	\$ 88.00	\$ 88.00	\$ 88.00	\$ 88.00
Sillas sin brazo	\$ 44.00	\$ 44.00	\$ 44.00	\$ 44.00	\$ 44.00
Sillas con brazo	\$ 32.00	\$ 32.00	\$ 32.00	\$ 32.00	\$ 32.00
sofá	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00
Laptop	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 90.00
Archivadores	\$ 52.00	\$ 52.00	\$ 52.00	\$ 52.00	\$ 52.00
Proyector	\$ 33.00	\$ 33.00	\$ 33.00	\$ 33.00	\$ 33.00
Mesa redonda	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00
Aire acondicionado	\$ 354.80	\$ 354.80	\$ 354.80	\$ 354.80	\$ 354.80
Total	\$ 2,515.70	\$ 2,515.70	\$ 718.20	\$ 718.20	\$ 718.20

Tabla No. 12

Fuente: Elaboración propia

6.4 Capacidad planificada y futura

En la tabla 2.1 se muestra la capacidad planeada y futura de Crece- Marketing, para estimar la capacidad de producción de los servicios depende de la mano de obra, que son los consultores que trabajan de forma directa con los clientes.

CALCULO DE PRODUCCIÓN				
Capacidad	Producción No. De servicios que se puede atender	Participación de Mercado en unidades Físicas/Servicio	Eficiencia del sistema	Capacidad Ociosa
Año 1	120	100	83%	17%
Año 2	120	106	88.33%	11.67%
Año 3	132	112	84.85%	15.15%
Año 4	132	119	90.15%	9.85%
Año 5	132	126	95.45%	5.55%

Tabla 2.1 Elaboración propia

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE CONSULTORIAS ANUAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capacidad del sistema	120	120	132	132	132
Utilización	100	106	112	119	126
Eficiencia	83%	88.33%	84.85%	90.15%	95.45%
Productividad					

Tabla 2.2 Elaboración propia

En el primer y segundo año la capacidad es de 120 servicios distribuidos entre los 6 paquetes, en el tercero, cuarto y quinto es de 132 servicios al año.

Los factores que se toman en cuenta para calcular la capacidad de producción en la prestación de servicios son:

- Contar con un equipo de consultores con experiencia en el área
- El número de consultores que se dividirán para trabajar según cada paquete
- El tiempo y forma que tomara realizar cada servicio

Servicios	Paquete 1	Paquete 2	Paquete 3	Paquete 4	Paquete 5	Paquete 6
Mes 1	9					
Mes 2				1		8
Mes 3	9					
Mes 4		5		1		
Mes 5	9				2	
Mes 6			5			
Mes 7	9					
Mes 8		5			1	
Mes 9	9					
Mes 10				1		7
Mes 11	9					
Mes 12		5	5			
Promedio anual	54	15	10	3	3	15

Tabla 2.3 Elaboración propia

La empresa Crece-Marketing tiene una participación del 5% de la demanda equivalente a 100 empresas.

El paquete con mayor demanda es el paquete 1 que se detalla en la tabla 2.3, así también el tiempo en que se realizara cada paquete y el número de empresas que se atenderán cada mes.

6.5 Cálculo del costo del servicio

En la tabla No. 6.5 se detalla los insumos que se necesitan para la realización de los servicios de consultoría, se incluye la mano de obra directa, la subcontratación de consultores.

Costo del servicio	
Elementos	Costo (US\$)
MOI consultores subcontratados	\$ 2,400.00
MOD consultores fijos	\$ 1,800.00
papelería	\$ 103.00
Servicios básicos	\$ 126.67
CIF prestaciones sociales	\$ 828.00
costo total de producción mensual	\$ 5,257.67
Costo total anual	\$ 63,092.00

Descripción	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
costo unitario por servicio anual	\$63,092.00	\$66,587.30	\$70,276.23	\$74,169.54	\$78,278.53

Se muestra el costo total de la materia prima proyectada durante 5 años donde se toma en cuenta la inflación del 5.54%.

6.6 Mano de obra directa e indirecta

En la siguiente tabla 6.6 se muestra el personal que trabajará de forma directa con los clientes.

Mano de obra directa				
Cargo	Número de personas en el cargo	Salario mensual por colaboradores	salario mensual	Salario anual
consultores	3	\$ 600.00	\$ 1,800.00	\$ 21,600.00
Prestaciones sociales	3	\$ 276.00	\$ 828.00	\$ 9,936.00
Total			\$ 2,803.20	\$ 31,536.00

Tabla 6.6.1 Elaboración propia

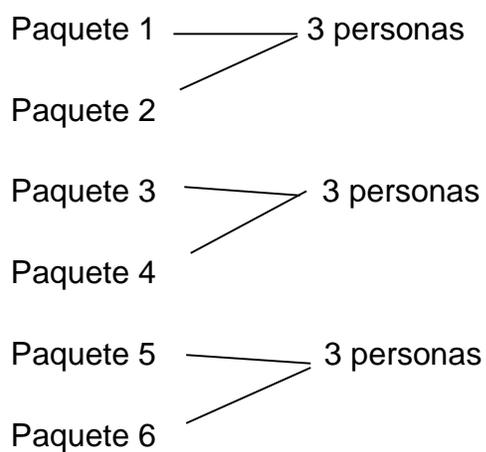
Se contratará 3 consultores de forma permanente y estarán a cargo de dos paquetes por persona.

Mano de obra directa	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
consultores	\$ 21,600.00	\$ 22,572.00	\$ 23,587.74	\$ 24,649.19	\$ 25,758.40
Prestaciones sociales	\$ 9,936.00	\$ 10,383.12	\$ 10,850.36	\$ 11,338.63	\$ 11,848.86
Total	\$ 31,536.00	\$ 32,955.12	\$ 34,438.10	\$ 35,987.81	\$ 37,607.27

Tabla 6.6.2 Elaboración propia

subcontratación de mano de obra directa					
Año	cargo	número de colaboradores	salario mensual por colaborador	salario mensual	Salario Anual
Año1	consultores	6	\$ 400.00	\$ 2,400.00	\$ 28,800.00
Año2	consultores	6	\$ 418.00	\$ 2,508.00	\$ 30,096.00
Año3	consultores	6	\$ 436.81	\$ 2,620.86	\$ 31,450.32
Año4	consultores	6	\$ 456.47	\$ 2,738.80	\$ 32,865.58
Año5	consultores	6	\$ 477.01	\$ 2,862.04	\$ 34,344.54

Tabla 6.6.3 Elaboración propia



De esta forma se distribuirán los consultores para realizar los servicios según cada paquete.

Mano de obra indirecta

Mano de obra indirecta			
Cargo	Número de personas en el cargo	Salario mensual por colaboradores	Salario anual
Gerente de Marketing	1	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Diseñador grafico	1	\$ 400.00	\$ 4,800.00
Contador	1	\$ 450.00	\$ 5,400.00
Prestaciones sociales	3	\$ 621.00	\$ 7,452.00
Total			\$ 23,652.00

Tabla 6.6.4 Elaboración propia

Mano de obra Indirecta	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Gerente de Marketing	\$ 6,000.00	\$ 6,270.00	\$ 6,552.15	\$ 6,847.00	\$ 7,155.11
Diseñador grafico	\$ 4,800.00	\$ 5,016.00	\$ 5,241.72	\$ 5,477.60	\$ 5,724.09
Contador	\$ 5,400.00	\$ 5,643.00	\$ 5,896.94	\$ 6,162.30	\$ 6,439.60
Prestaciones sociales	\$ 7,452.00	\$ 8,364.18	\$ 8,740.57	\$ 9,133.89	\$ 9,544.92
Total	\$ 23,652.00	\$ 24,716.34	\$ 25,828.58	\$ 26,990.86	\$ 28,205.45

Tabla 6.6.5 Elaboración propia

subcontratación de mano de obra indirecta					
AÑO	cargo	número de colaboradores	salario mensual por colaborador	Salario Anual	Total
Año 1	Limpieza	1	\$ 200.00	\$ 2,400.00	\$ 4,800.00
	Vigilancia	1	\$ 200.00	\$ 2,400.00	
Año 2	Limpieza	1	\$ 209.00	\$ 2,508.00	\$ 5,016.00
	Vigilancia	1	\$ 209.00	\$ 2,508.00	
Año 3	Limpieza	1	\$ 218.41	\$ 2,620.86	\$ 5,241.72
	Vigilancia	1	\$ 218.41	\$ 2,620.86	
Año 4	Limpieza	1	\$ 228.23	\$ 2,738.80	\$ 5,477.60
	Vigilancia	1	\$ 228.23	\$ 2,738.80	
Año 5	Limpieza	1	\$ 238.50	\$ 2,862.04	\$ 5,724.09
	Vigilancia	1	\$ 238.50	\$ 2,862.04	

Tabla 6.6.6 Elaboración propia

En la subcontratación de este personal se realizara a través de las empresas como Serlisa (limpieza), y C&B (Vigilancia).

Total de mano de obra	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MOD	\$ 21,600.00	\$ 22,572.00	\$ 23,587.74	\$ 24,649.19	\$ 25,758.40
Subcontratación	\$ 28,800.00	\$ 30,096.00	\$ 31,450.32	\$ 32,865.58	\$ 34,344.54
MOI	\$ 25,404.00	\$ 26,547.18	\$ 27,741.80	\$ 28,990.18	\$ 30,294.74
subcontratación	\$ 4,800.00	\$ 5,016.00	\$ 5,241.72	\$ 5,477.60	\$ 5,724.09
Total	\$ 80,604.00	\$ 84,231.18	\$ 88,021.58	\$ 91,982.56	\$ 96,121.77

Tabla 6.6.7 Elaboración propia

Para asignar el salario de los trabajadores se tomó en cuenta como base el salario mínimo del sector de servicios sociales y personales (anexo Acuerdo ministerial sobre salarios mínimos), luego de haber asignado el salario a los colaboradores se consideró el 46% de las prestaciones sociales. (19 % inss, 8.33 % por aguinaldo, vacaciones, indemnización, 2 % innata)

Para los siguientes años se consideró el 4.5 % de incremento salarial en base a la tabla del salario mínimo de servicios sociales y personales (anexo Acuerdo ministerial sobre salarios mínimos).

6.7 Gastos generales de la empresa

Se detallan los gastos de la empresa durante 5 años donde se muestran los gastos de mantenimiento, depreciación, equipo de oficina, etc. Y se toma en cuenta la inflación en 5.54%

Gastos Generales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Presupuesto de mercadeo	\$ 2,760.00	\$ 2,814.92	\$ 2,870.94	\$ 2,928.07	\$ 2,986.34
Depreciación	\$ 2,761.40	\$ 2,761.40	\$ 1,071.40	\$ 1,071.40	\$ 1,071.40
Gasto de mantenimiento	\$ 288.06	\$ 288.06	\$ 288.06	\$ 288.06	\$ 288.06
Servicios básicos (agua, luz, teléfono, Internet)	\$ 1,520.00	\$ 1,602.08	\$ 1,688.59	\$ 1,779.78	\$ 1,875.88
Otros Gastos (papelería, Limpieza)	\$ 1,236.00	\$ 1,304.47	\$ 1,376.74	\$ 1,453.01	\$ 1,533.51
1% de sobre ventas	\$ 140.00	\$ 148.40	\$ 157.30	\$ 166.74	\$ 176.75
Matricula Alcaldía 2 %	\$ 300.00	\$ 318.00	\$ 337.08	\$ 357.30	\$ 378.74
Gastos generales Totales	\$ 8,717.40	\$ 8,949.27	\$ 7,502.06	\$ 7,756.31	\$ 8,022.62
Gastos generales sin depreciación	\$ 6,495.72	\$ 6,751.59	\$ 7,020.99	\$ 7,304.38	\$ 7,598.05

Tabla 6.7 Elaboración propia

Gastos administrativos					
Concepto	Unidad de medida	Cantidad /Mes	Costo unitario	Costo total	Costo anual
Resmas de papel	Resma	2	\$ 5.00	\$ 10.00	\$ 120.00
Colochos	Docena	2	\$ 3.00	\$ 6.00	\$ 72.00
Tóner	Unidad	2	\$ 10.00	\$ 20.00	\$ 240.00
Pasta para engargolar	Docena	2	\$ 3.00	\$ 6.00	\$ 72.00
Engrapadoras	Docena	1	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 60.00
Folder	Docena	4	\$ 5.00	\$ 20.00	\$ 240.00
Lapiceros	Docena	2	\$ 2.00	\$ 4.00	\$ 48.00
Sellos	Unidad	3	\$ 10.00	\$ 30.00	\$ 360.00
Grapas	Caja	1	\$ 2.00	\$ 2.00	\$ 24.00
Total gastos					\$ 1,236.00

Tabla 6.7.1 Elaboración propia

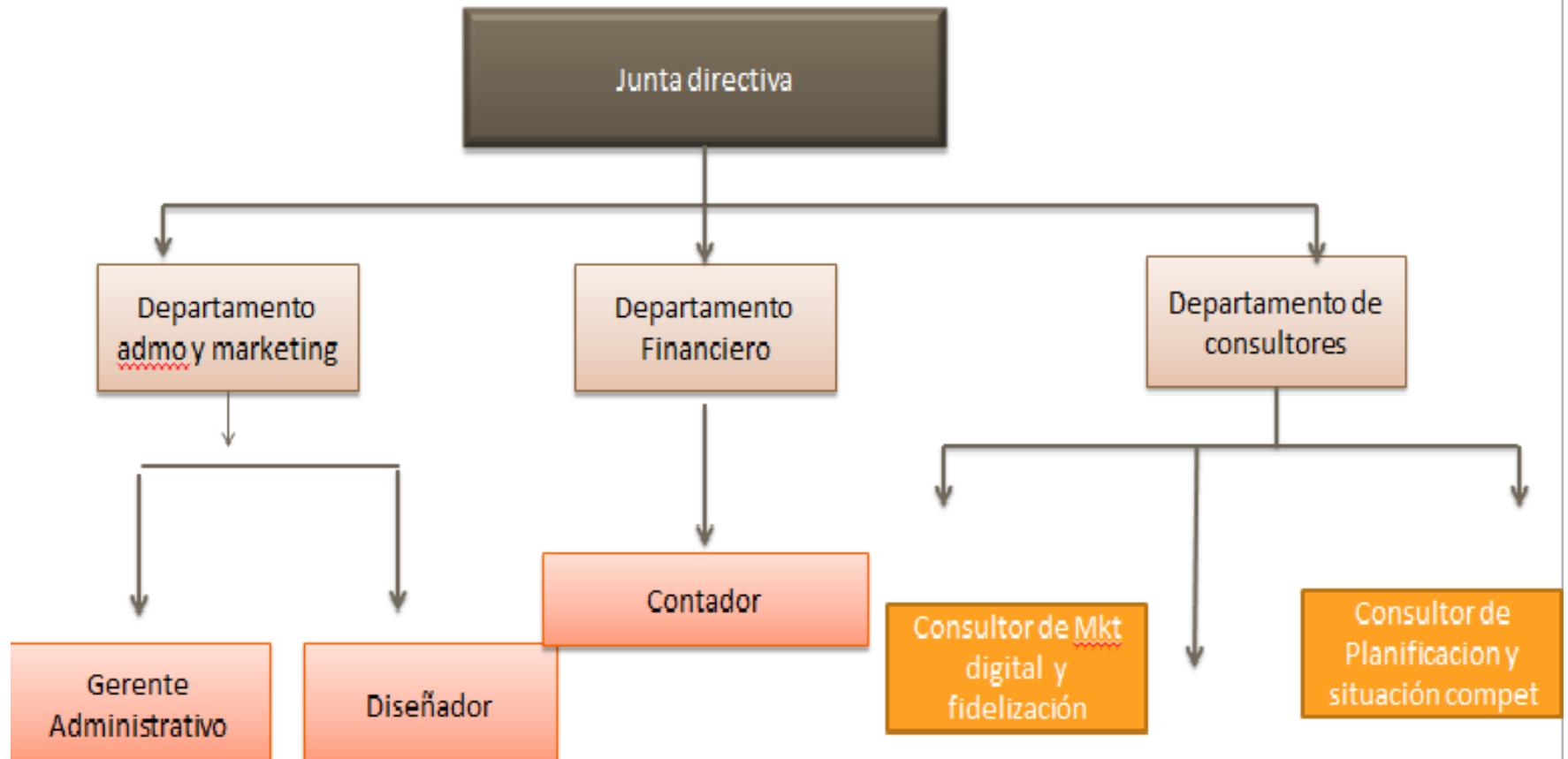
Servicios Básicos			
Gastos de servicios Básicos	Costo Mensual en C\$	Costo anual en C\$	Costo anual \$
Agua	C\$ 500.00	C\$ 6,000.00	\$ 200.00
Energía	C\$ 2,500.00	C\$ 30,000.00	\$ 1,000.00
Teléfono	C\$ 800.00	C\$ 9,600.00	\$ 320.00
Total	C\$ 3,800.00	C\$ 45,600.00	\$ 1,520.00

Tabla 6.7.2 Elaboración propia

7. Plan de organización

7.1 Forma de la empresa (Anexo)

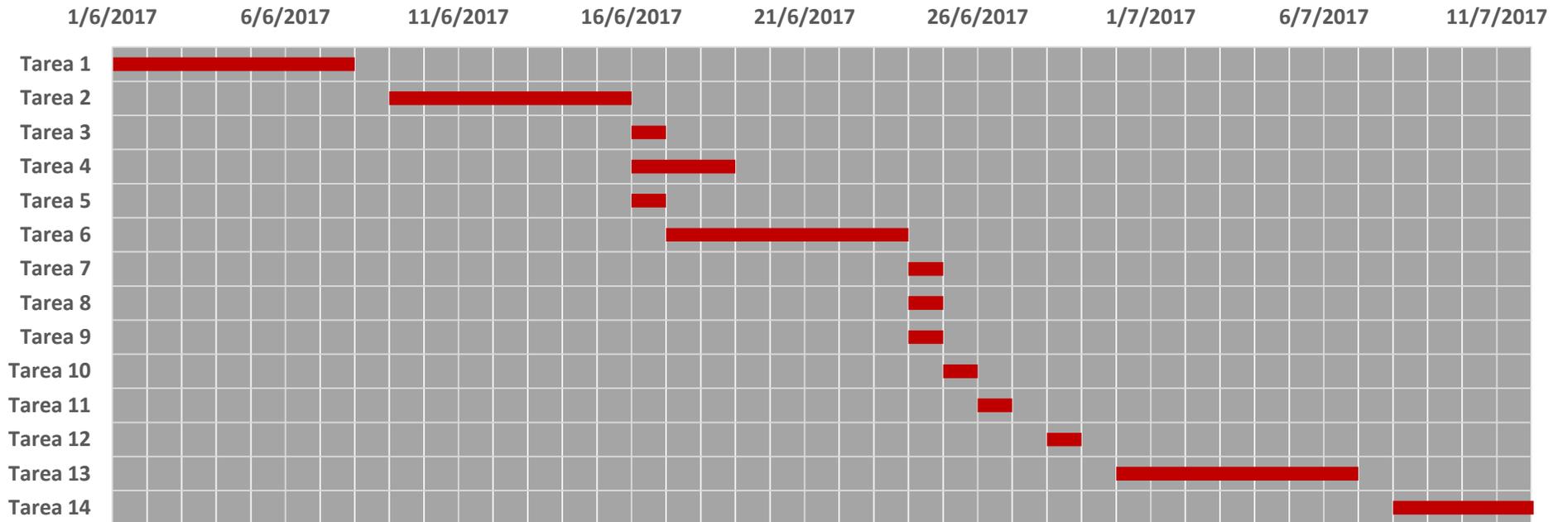
7.2 Estructura Organizacional



7.3 Actividades y gastos pre operativos

N°	ACTIVIDAD	DURACIÓN	FECHA DE INICIO	FECHA DE TERMINACIÓN	GASTO
Tarea 1	Solicitud y aprobación de préstamo	7	01/06/2017	08/06/2017	\$ 4.00
Tarea 2	Acondicionar local	7	09/06/2017	16/06/2017	\$ 50.00
Tarea 3	Papelería inicial (hojas membretadas, tarjetería etc.)	1	16/06/2017	17/06/2017	\$ 15.00
Tarea 4	Firmar los documentos de constitución con el notario público	3	16/06/2017	19/06/2017	\$ 875.00
Tarea 5	Comprar los libros contables y corporativos en un establecimiento comercial	1	16/06/2017	17/06/2017	\$ 27.00
Tarea 6	Inscribir el acta constitutiva de la sociedad, pedir sellado de libros e inscripción como comerciante en el Registro Mercantil de la Ventanilla Única	7	16/06/2017	23/06/2017	\$ 22.00
Tarea 7	Dirección general de ingresos (DGI)	1	21/06/2017	22/06/2017	\$ 1.00
Tarea 8	Obtener la matrícula municipal	1	21/06/2017	22/06/2017	\$ 17.00
Tarea 9	Registro de marca	1	21/06/2017	22/06/2017	\$ 150.00
Tarea 10	Contrato de servicio luz, agua, teléfono, internet y cable	1	23/06/2017	24/06/2017	\$ 5.00
Tarea 11	Contactar proveedores	1	23/06/2017	24/06/2017	\$ 2.00
Tarea 12	Instalación de activos	1	26/06/2017	27/06/2017	\$ 150.00
Tarea 13	Búsqueda del personal	7	28/06/2017	05/07/2017	\$ 10.00
Tarea 14	Publicidad (afiches, anuncios y Banner)	7	05/07/2017	12/07/2017	\$ 100.00
Total					\$ 1,428.00

DIAGRAMA DE GANTT



	Tarea 14	Tarea 13	Tarea 12	Tarea 11	Tarea 10	Tarea 9	Tarea 8	Tarea 7	Tarea 6	Tarea 5	Tarea 4	Tarea 3	Tarea 2	Tarea 1
FECHA DE INICIO	8/7/2017	30/6/2017	28/6/2017	26/6/2017	25/6/2017	24/6/2017	24/6/2017	24/6/2017	17/6/2017	16/6/2017	16/6/2017	16/6/2017	9/6/2017	1/6/2017
■ DURACIÓN	7	7	1	1	1	1	1	1	7	1	3	1	7	7

8. Plan financiero

En la siguiente tabla 8.1 se detalla la inversión inicial con \$216,278.33 dólares americanos, parte de esta inversión el 92% es un financiamiento de \$200,000.00 que están dirigidos a la compra del local, y el 8% serán asumidos por los dueños de la empresa con un monto de \$8,810.00 dirigidos a equipos de oficina y gastos pre-operativos.

8.1 Presupuesto de inversión inicial

Concepto	Inversión total	Financiamiento	
	Monto	Fondos Propios	Préstamos
Local	\$ 200,000.00		\$ 200,000.00
Equipo de Oficina y Producción	\$ 7,382.00	\$ 7,382.00	
Equipo de Oficina	\$ 7,382.00	\$ 7,382.00	
Capital de Trabajo:	\$ 8,671.67	\$ 8,671.67	
Capital Trabajo	\$ 8,671.67	\$ 8,671.67	
Gastos pre operativos	\$ 1,428.00	\$ 1,428.00	
Gastos pre operativos	\$ 1,428.00	\$ 1,428.00	
Totales:	\$ 217,481.67	\$ 17,481.67	\$ 200,000.00
	Total	Aporte	Financiamiento
	100%	8%	92%

Tabla 8.1 Elaboración Propia

8.2 Tabla de amortización

Cálculo Cuota Préstamo	
Monto	\$ 200,000.00
Interés Anual	9%
Plazo en Meses	48
Cuota	(\$4,977.01)
Seguros	2.5%
Cuota Total	\$ 5,101.43
Inflación	5.54%

Tabla 8.2 Elaboración Propia

El préstamo se realizará por medio del financiamiento para compra de local que ofrece Bancentro Lafise, con una tasa de interés anual del 9% sobre saldo a un período de pago de 48 meses, se toma en cuenta la inflación y un porcentaje de 2.5 % de seguro.

Tabla de amortización de préstamo				
Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo
0				\$ 200,000.00
Año 1				
1	\$ 4,977.01	\$ 1,500.00	\$ 3,477.01	\$ 196,522.99
2	\$ 4,977.01	\$ 1,473.92	\$ 3,503.09	\$ 193,019.91
3	\$ 4,977.01	\$ 1,447.65	\$ 3,529.36	\$ 189,490.55
4	\$ 4,977.01	\$ 1,421.18	\$ 3,555.83	\$ 185,934.72
5	\$ 4,977.01	\$ 1,394.51	\$ 3,582.50	\$ 182,352.22
6	\$ 4,977.01	\$ 1,443.41	\$ 3,533.60	\$ 178,818.62
7	\$ 4,977.01	\$ 1,415.44	\$ 3,561.57	\$ 175,257.05
8	\$ 4,977.01	\$ 1,387.25	\$ 3,589.76	\$ 171,667.29
9	\$ 4,977.01	\$ 1,358.83	\$ 3,618.18	\$ 168,049.11
10	\$ 4,977.01	\$ 1,330.19	\$ 3,646.82	\$ 164,402.30
11	\$ 4,977.01	\$ 1,301.33	\$ 3,675.68	\$ 160,726.61
12	\$ 4,977.01	\$ 1,272.23	\$ 3,704.78	\$ 157,021.84
Año 2				
13	\$ 4,977.01	\$ 1,242.91	\$ 3,734.10	\$ 153,287.74
14	\$ 4,977.01	\$ -	\$ 4,977.01	\$ 148,310.73
15	\$ 4,977.01	\$ 1,213.35	\$ 3,763.66	\$ 144,547.07
16	\$ 4,977.01	\$ 1,173.95	\$ 3,803.05	\$ 140,744.01
17	\$ 4,977.01	\$ 1,144.16	\$ 3,832.85	\$ 136,911.17
18	\$ 4,977.01	\$ 1,114.06	\$ 3,862.95	\$ 133,048.22
19	\$ 4,977.01	\$ 1,083.72	\$ 3,893.29	\$ 129,154.93
20	\$ 4,977.01	\$ 1,053.14	\$ 3,923.87	\$ 125,231.06
21	\$ 4,977.01	\$ 1,022.33	\$ 3,954.68	\$ 121,276.38
22	\$ 4,977.01	\$ 991.27	\$ 3,985.74	\$ 117,290.64
23	\$ 4,977.01	\$ 959.96	\$ 4,017.05	\$ 113,273.59
24	\$ 4,977.01	\$ 928.41	\$ 4,048.59	\$ 109,225.00
Año 3				
25	\$ 4,977.01	\$ 864.57	\$ 4,112.44	\$ 105,112.56
26	\$ 4,977.01	\$ -	\$ 4,977.01	\$ 100,135.55
27	\$ 4,977.01	\$ 832.02	\$ 4,144.99	\$ 95,990.56
28	\$ 4,977.01	\$ 792.62	\$ 4,184.39	\$ 91,806.18
29	\$ 4,977.01	\$ 759.81	\$ 4,217.20	\$ 87,588.98
30	\$ 4,977.01	\$ 726.69	\$ 4,250.32	\$ 83,338.67
31	\$ 4,977.01	\$ 693.31	\$ 4,283.70	\$ 79,054.97
32	\$ 4,977.01	\$ 659.67	\$ 4,317.34	\$ 74,737.63

33	\$ 4,977.01	\$ 625.76	\$ 4,351.25	\$ 70,386.38
34	\$ 4,977.01	\$ 591.59	\$ 4,385.42	\$ 66,000.95
35	\$ 4,977.01	\$ 557.14	\$ 4,419.87	\$ 61,581.09
36	\$ 4,977.01	\$ 522.43	\$ 4,454.58	\$ 57,126.51
Año 4				
37	\$ 4,977.01	\$ 452.18	\$ 4,524.82	\$ 52,601.69
38	\$ 4,977.01	\$ -	\$ 4,977.01	\$ 47,624.68
39	\$ 4,977.01	\$ 416.37	\$ 4,560.64	\$ 43,064.04
40	\$ 4,977.01	\$ 376.97	\$ 4,600.04	\$ 38,464.00
41	\$ 4,977.01	\$ 340.87	\$ 4,636.14	\$ 33,827.87
42	\$ 4,977.01	\$ 304.46	\$ 4,672.55	\$ 29,155.32
43	\$ 4,977.01	\$ 267.76	\$ 4,709.24	\$ 24,446.08
44	\$ 4,977.01	\$ 230.78	\$ 4,746.23	\$ 19,699.85
45	\$ 4,977.01	\$ 193.50	\$ 4,783.51	\$ 14,916.34
46	\$ 4,977.01	\$ 155.93	\$ 4,821.07	\$ 10,095.27
47	\$ 4,977.01	\$ 118.07	\$ 4,858.94	\$ 5,236.33
48	\$ 4,977.01	\$ 79.91	\$ 5,236.33	\$ -

AÑO 1	
Interés	Capital
\$ 16,745.94	\$ 42,978.16
AÑO 2	
Interés	Capital
\$ 11,927.26	\$ 47,796.84
AÑO 3	
Interés	Capital
\$ 7,625.61	\$ 52,098.49
AÑO 4	
Interés	Capital
\$ 2,936.82	\$ 57,126.51

8.3 Estado de pérdidas y ganancias

En el siguiente estado de resultado se presenta el total de ingreso y gastos incurridos por la Consultoría Crece Marketing durante los primeros cinco años de funcionamiento, con el fin de conocer las ganancias o pérdidas de la empresa.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 348,000.00	\$ 389,315.95	\$ 435,537.10	\$ 487,245.81	\$ 545,093.58
Costo de los bienes vendidos	\$ 63,092.00	\$ 66,587.30	\$ 70,276.23	\$ 74,169.54	\$ 78,278.53
Utilidad Bruta	\$ 284,908.00	\$ 322,728.66	\$ 365,260.87	\$ 413,076.27	\$ 466,815.05
Gastos Generales (sin depreciación)	\$ 12,516.00	\$ 13,141.47	\$ 13,811.27	\$ 14,525.86	\$ 15,250.73
Gastos Administración	\$ 28,452.00	\$ 29,732.34	\$ 31,070.30	\$ 32,468.46	\$ 33,929.54
Depreciación	\$ 2,761.40	\$ 2,761.40	\$ 1,071.40	\$ 1,071.40	\$ 1,071.40
Amortización Gastos Pre operativos		\$ -		\$ -	\$ -
Total Gastos de Operación	\$ 43,729.40	\$ 45,635.21	\$ 45,952.97	\$ 48,065.72	\$ 50,251.67
Utilidad de Operación	\$ 241,178.60	\$ 277,093.44	\$ 319,307.90	\$ 365,010.55	\$ 416,563.37
Intereses pagados	\$ 16,745.94	\$ 11,927.26	\$ 7,625.61	\$ 2,936.82	
Utilidad antes de impuestos	\$ 224,432.66	\$ 265,166.18	\$ 311,682.28	\$ 362,073.73	\$ 416,563.37
Impuestos 30% IR	\$ 67,329.80	\$ 79,549.85	\$ 93,504.68	\$ 108,622.12	\$ 124,969.01
Utilidad neta	\$ 157,102.86	\$ 185,616.32	\$ 218,177.60	\$ 253,451.61	\$ 291,594.36

Tabla 8.3. Estado de pérdida y ganancia

En el siguiente estado de resultado se presenta el total de ingreso y gastos incurridos por la Consultoría Crece Marketing durante los primeros cinco años de funcionamiento, con el fin de conocer las ganancias o pérdidas de la empresa

En los costos de los servicios vendidos corresponde a la mano de obra directa (consultores), insumos del servicio con un 18% en el primer año. En el segundo año es constante con un 18 %, para el tercer y cuarto año un 17% y quinto año es el 16%.

Se puede observar que el total de gastos generales y de administración corresponde a un 13% obtenido después de la venta.

Al culminar el primer periodo de operación Crece Marketing generará una utilidad de \$ 157,102.86 dólares, valor total que se obtiene después de haber cumplido con todas las obligaciones del negocio.

Se puede observar que la utilidad tiende a crecer en los próximos años, esto es debido al crecimiento anual de la demanda de un 6% que afecta las ventas, además se toma en cuenta el 5.54% de inflación.

8.4 Estado de flujo de fondos

Los datos representados en la tabla 8.4 de flujos de fondos reflejan los ingresos y egresos que el negocio tendrá durante los 5 años, obtenido como resultado, el saldo de efectivo al final de un periodo

Flujo de fondos						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad contable		\$ 157,102.86	\$ 185,616.32	\$ 218,177.60	\$ 253,451.61	\$ 291,594.36
Depreciación		\$ 2,761.40	\$ 2,761.40	\$ 1,071.40	\$ 1,071.40	\$ 1,071.40
Amortización		\$ 42,978.16	\$ 47,796.84	\$ 52,098.49	\$ 57,126.51	
Flujo de fondos	\$ (217,481.67)	\$ 116,886.10	\$ 140,580.89	\$ 167,150.51	\$ 197,396.50	\$ 292,665.76
VAN al 20%	287,090.53					
TIR	63%					
Tasa de descuento	20%					

Tabla 8.4 Flujo de Fondos

En el estado de flujo de fondos se muestra el ingreso que tiene el negocio en el año primero con \$ 116,886.10 hasta el año quinto con \$ 292,665.76 donde se puede observar su crecimiento.

- El flujo de fondo es la inversión inicial en la apertura del negocio.
- Se utilizó una tasa de descuento del 20%
- Se obtiene el 63% en la TIR siendo esta distante a la tasa de descuento aplicada equivalente a 20%
- Y un valor actual neto de \$ 287,090.53 que es el beneficio de la suma invertida recuperada en 5 años

8.6 Factor de descuento

FACTOR DE DESCUENTO				
Año 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1.20	1.44	1.73	2.07	2.49

RELACION BENEFICIO COSTO	2.32
---------------------------------	-------------

Relación Beneficio Costo

La relación costo beneficio es de \$2.32 dólares, es decir que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de \$1.32 dólar.

8.7 Razones financieras

Razones Financieras					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rentabilidad sobre ventas	45%	48%	50%	52%	53%
Rentabilidad sobre inversión	72%	85%	100%	117%	134%

Tabla 8.7

Tabla 8.7 detalla la rentabilidad sobre la venta, es decir la utilidad neta entre las ventas. En el primer año es de 45% y de manera sucesiva va en aumento para los próximos años.

Se debe vender el 45% de los \$ 348,000.00 proyectados de las ventas para que la consultoría pueda mantener los costos fijos y variables

Los incrementos en la rentabilidad sobre inversión se deben a que a medida que se recupera la inversión inicial aumentarán las utilidades.

8.8 Punto de equilibrio

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje sobre ventas %	50%	48%	45%	44%	42%
Punto de Equilibrio	\$ 175,230.74	\$ 186,019.40	\$ 197,656.70	\$ 212,093.41	\$ 229,827.15
Ventas	\$ 348,000.00	\$ 389,315.95	\$ 435,537.10	\$ 487,245.81	\$ 545,093.58
Porcentaje sobre ventas %	46%	44%	42%	40%	39%
Costos Fijos	\$159,341.14	\$ 169,841.73	\$ 181,285.49	\$ 195,365.98	\$ 212,570.37
Mano de Obra Directa	\$ 31,536.00	\$32,729.40	\$ 34,202.22	\$ 35,741.32	\$ 37,349.68
Gastos Generales (sin depreciación)	\$ 12,516.00	\$13,141.47	\$ 13,811.27	\$14,525.86	\$ 15,250.73
Gastos Administración	\$ 28,452.00	\$ 29,732.34	\$ 31,070.30	\$32,468.46	\$ 33,929.54
Depreciación	\$ 2,761.40	\$ 2,761.40	\$ 1,071.40	\$ 1,071.40	\$ 1,071.40
Intereses pagados	\$ 16,745.94	\$ 11,927.26	\$ 7,625.61	\$ 2,936.82	\$ -
Impuestos	\$67,329.80	\$ 79,549.85	\$ 93,504.68	\$ 108,622.12	\$ 124,969.01
Porcentaje sobre ventas %	9%	9%	8%	8%	8%
Costos Variables	\$ 31,556.00	\$ 33,857.90	\$ 36,074.01	\$ 38,428.21	\$ 40,928.85
Costo de Venta (sin M.O.D.)	\$31,556.00	\$ 33,857.90	\$ 36,074.01	\$ 38,428.21	\$ 40,928.85

Tabla 8.8

El porcentaje de ventas es del 50 % es lo que se debe vender en el primer año para obtener un punto de equilibrio de las ventas proyectadas. En los siguientes años el porcentaje debe aumentar para obtener el punto de equilibrio, es decir que no representa pérdidas ni ganancias

Calculo de punto de equilibrio:

Costos Fijos* 1

1-Costos variables

Ventas

8.9 Estado de flujos de caja

Flujo de caja						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial		\$ 8,671.67	\$ 125,557.77	\$ 266,138.65	\$ 433,289.16	\$ 630,685.66
Ingresos(Utilidad contable)	\$ 217,481.67	\$ 157,102.86	\$ 185,616.32	\$ 218,177.60	\$ 253,451.61	\$ 291,594.36
Egresos	\$ 208,810.00					
Amortización		\$ 42,978.16	\$ 47,796.84	\$ 52,098.49	\$ 57,126.51	\$ -
Depreciación		\$ 2,761.40	\$ 2,761.40	\$ 1,071.40	\$ 1,071.40	\$ 1,071.40
Saldo final	\$ 8,671.67	\$ 125,557.77	\$266,138.65	\$ 433,289.16	\$ 630,685.66	\$ 923,351.42

Tabla 8.9

Representa los detalles de ingresos y egresos, en el último año no existirá amortización, debido a que la deuda es cancelada en el año cuarto.

8.10 Balance General

La suma obtenida en caja es el resultado del saldo final del flujo de caja, en la cuenta de pasivo solo cuenta con el préstamo a largo plazo con un periodo a 4 años.

Balance general						
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos circulantes	\$ 8,671.67	\$ 125,557.77	\$ 266,138.65	\$ 433,289.16	\$ 630,685.66	\$ 923,351.42
Caja y bancos	\$ 8,671.67	\$ 125,557.77	\$ 266,138.65	\$ 433,289.16	\$ 630,685.66	\$ 923,351.42
Activo fijo	\$ 207,382.00	\$ 204,620.60	\$ 201,859.20	\$ 200,787.80	\$ 199,716.40	\$ 198,645.00
Equipo de Oficina	\$ 7,382.00	\$ 7,382.00	\$ 7,382.00	\$ 7,382.00	\$ 7,382.00	\$ 7,382.00
Terreno y Edificio	\$ 200,000.00	\$ 200,000.00	\$ 200,000.00	\$ 200,000.00	\$ 200,000.00	\$ 200,000.00
Otros Equipos y Utensilios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación acumulada		\$ (2,761.40)	\$ (5,522.80)	\$ (6,594.20)	\$ (7,665.60)	\$ (8,737.00)
Activo Diferido	\$ 1,428.00					
Pre-Operativos (Constitución y Legalización)	\$ 1,428.00	\$ -	\$ 1,428.00	\$ 1,428.00	\$ 1,428.00	\$ 1,428.00

Amortización Diferidos		\$ 285.60	\$ 571.20	\$ 856.80	\$ 1,142.40	\$ 1,428.00
Total de activos diferidos	\$ -	\$ 1,142.40	\$ 856.80	\$ 571.20	\$ 285.60	\$ -
Total de activos	\$ 217,481.67	\$ 331,606.37	\$ 469,425.85	\$ 635,504.96	\$ 831,830.06	\$ 1,123,424.42
PASIVOS						
PASIVOS	\$ 200,000.00	\$ 157,021.84	\$ 109,225.00	\$ 57,126.51	\$ -	\$ -
Pasivo largo plazo	\$ 200,000.00	\$ 157,021.84	\$ 109,225.00	\$ 57,126.51	\$ -	\$ -
Préstamo largo plazo	\$ 200,000.00	\$ 157,021.84	\$ 109,225.00	\$ 57,126.51	\$ -	\$ -
CAPITAL						
CAPITAL	\$ 17,481.67	\$ 174,584.53	\$ 360,200.85	\$ 578,378.45	\$ 831,830.06	\$ 1,123,424.42
Capital social	\$ 17,481.67	\$ 17,481.67	\$ 17,481.67	\$ 17,481.67	\$ 17,481.67	\$ 17,481.67
Utilidad acumulada			\$ 157,102.86	\$ 342,719.19	\$ 560,896.78	\$ 814,348.39
Utilidad del periodo		\$ 157,102.86	\$ 185,616.32	\$ 218,177.60	\$ 253,451.61	\$ 291,594.36
Total pasivo más capital	\$ 217,481.67	\$ 331,606.37	\$ 469,425.85	\$ 635,504.96	\$ 831,830.06	\$ 1,123,424.42

8.11. Análisis de sensibilidad

En el siguiente análisis se utiliza un 3 % de participación de mercado, los costos del servicio aumentan un 20% este es el escenario que se obtiene en el estado financiero de la Consultoría Crece Marketing.

Calculo de Rentabilidad Proyectada					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 204,000.00	\$ 228,219.70	\$ 255,314.85	\$ 285,626.85	\$ 319,537.61
Costo de los bienes vendidos	\$ 48,652.00	\$ 52,732.45	\$ 57,320.78	\$ 62,268.97	\$ 67,858.46
Utilidad Bruta	\$ 155,348.00	\$ 175,487.25	\$ 197,994.07	\$ 223,357.88	\$ 251,679.15

Gastos Generales (sin depreciación)	\$ 12,516.00	\$ 13,141.47	\$ 13,811.27	\$ 14,525.86	\$ 15,250.73
Gastos Administración	\$ 28,452.00	\$ 29,732.34	\$ 31,070.30	\$ 32,468.46	\$ 33,929.54
Depreciación	\$ 2,761.40	\$ 2,761.40	\$ 1,071.40	\$ 1,071.40	\$ 1,071.40
Amortización Gastos Preoperativos		\$ -		\$ -	\$ -
Total Gastos de Operación	\$ 43,729.40	\$ 45,635.21	\$ 45,952.97	\$ 48,065.72	\$ 50,251.67
Utilidad de Operación	\$ 111,618.60	\$ 129,852.03	\$ 152,041.10	\$ 175,292.16	\$ 201,427.48
Intereses pagados	\$ 16,745.94	\$ 11,927.26	\$ 7,625.61	\$ 2,936.82	
Utilidad antes de impuestos	\$ 94,872.66	\$ 117,924.77	\$ 144,415.48	\$ 172,355.34	\$ 201,427.48
Impuestos 30% IR	\$ 28,461.80	\$ 35,377.43	\$ 43,324.65	\$ 51,706.60	\$ 60,428.24
Utilidad neta	\$ 66,410.86	\$ 82,547.34	\$ 101,090.84	\$ 120,648.74	\$ 140,999.23

Tabla 8.11 Análisis de sensibilidad

En este escenario las ventas tiene una baja debido a la participación de mercado, la utilidad contable también disminuye.

Flujo de fondos						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad contable		\$ 66,410.86	\$ 82,547.34	\$ 101,090.84	\$ 120,648.74	\$ 140,999.23
Depreciación		\$ 2,761.40	\$ 2,761.40	\$ 1,071.40	\$ 1,071.40	\$ 1,071.40

Amortización		\$ 42,978.16	\$ 47,796.84	\$ 52,098.49	\$ 57,126.51	
Flujo de fondos	\$ (216,278.33)	\$ 26,194.10	\$ 37,511.90	\$ 50,063.75	\$ 64,593.63	\$ 142,070.63
VAN al 20%	(51,182.43)					
TIR	11%					
Tasa de descuento	20%					

Tabla 8.11.1 Flujo de fondos

- La consultoría Crece Marketing no es rentable debido a que la TIR es del 11% menor que su tasa de descuento.
- Su valor actual neto es negativo es decir que no es factible y no se obtiene ganancia.
- Su beneficio es 0.76 más bajo de lo que se invierte por cada dólar.

RELACION COSTO	BENEFICIO	0.76
-----------------------	------------------	-------------

Balance general						
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos circulantes	\$ 7,468.33	\$ 33,662.43	\$ 71,174.33	\$ 121,238.08	\$ 185,831.71	\$ 327,902.34
Caja y bancos	\$ 7,468.33	\$ 33,662.43	\$ 71,174.33	\$ 121,238.08	\$ 185,831.71	\$ 327,902.34
Activo fijo	\$ 207,382.00	\$ 204,620.60	\$ 201,859.20	\$ 200,787.80	\$ 199,716.40	\$ 198,645.00
Equipo de Oficina	\$ 7,382.00	\$ 7,382.00	\$ 7,382.00	\$ 7,382.00	\$ 7,382.00	\$ 7,382.00
Terreno y Edificio	\$ 200,000.00	\$ 200,000.00	\$ 200,000.00	\$ 200,000.00	\$ 200,000.00	\$ 200,000.00
Depreciación acumulada		\$ (2,761.40)	\$ (5,522.80)	\$ (6,594.20)	\$ (7,665.60)	\$ (8,737.00)
Activo Diferido	\$ 1,428.00	\$ 1,428.00	\$ 1,428.00	\$ 1,428.00	\$ 1,428.00	\$ 1,428.00
Pre-Operativos (Constitución y Legalización)	\$ 1,428.00	\$ -	\$ 1,428.00	\$ 1,428.00	\$ 1,428.00	\$ 1,428.00

Amortización Diferidos		\$ 285.60	\$ 571.20	\$ 856.80	\$ 1,142.40	\$ 1,428.00
Total de activos diferidos	\$ -	\$ 1,142.40	\$ 856.80	\$ 571.20	\$ 285.60	\$ -
Total de activos	\$ 216,278.33	\$ 239,711.03	\$ 274,461.53	\$ 323,453.88	\$ 386,976.11	\$ 527,975.34
PASIVOS						
	\$ 200,000.00	\$ 157,021.84	\$ 109,225.00	\$ 57,126.51	\$ -	\$ -
Pasivo largo plazo	\$ 200,000.00	\$ 157,021.84	\$ 109,225.00	\$ 57,126.51	\$ -	\$ -
Préstamo largo plazo	\$ 200,000.00	\$ 157,021.84	\$ 109,225.00	\$ 57,126.51	\$ -	\$ -
CAPITAL						
	\$ 16,278.33	\$ 82,689.20	\$ 165,236.53	\$ 266,327.37	\$ 386,976.11	\$ 527,975.34
Capital social	\$ 16,278.33	\$ 16,278.33	\$ 16,278.33	\$ 16,278.33	\$ 16,278.33	\$ 16,278.33
Utilidad acumulada			\$ 66,410.86	\$ 148,958.20	\$ 250,049.04	\$ 370,697.78
Utilidad del periodo		\$ 66,410.86	\$ 82,547.34	\$ 101,090.84	\$ 120,648.74	\$ 140,999.23
Total pasivo más capital	\$ 216,278.33	\$ 239,711.03	\$ 274,461.53	\$ 323,453.88	\$ 386,976.11	\$ 527,975.34

Tabla 8.11.2 balance general

En el balance lo que se ve afectado es la utilidad acumulada debido a las ventas que disminuyeron.

9. Referencias Bibliográficas

Investigación de mercado

<http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/374311-pymes-son-tendido-empresarial-mas-grande-economia/>

<http://www.laprensa.com.ni/2017/01/03/economia/2158675-2016-fue-buen-ano-para-las-mipymes>

<http://www.laprensa.com.ni/2016/08/09/economia/2080674-88-de-las-empresas-son-informales>

10. Anexos

ANEXO 1: Protocolo e informe de investigación

1. Antecedentes y definición del problema

Las Pequeñas y Medianas empresas juegan un rol esencial en toda sociedad en términos de producción, empleo y perspectivas de crecimiento. Nicaragua posee una alta tasa de nacimiento de pequeñas y medianas empresas, pero la mayoría de estas empresas no logran superar los cinco años de vida.

“Actualmente en Nicaragua existen aproximadamente 8,500 PYME, siendo estas un motor de crecimiento para el país, con un 50 por ciento del PIB, y contribuyen alrededor del 90% de la tasa de empleo”. El Nuevo Diario (2014).

Es importante mencionar que las limitantes de las Pymes se deben principalmente a las fallas en el conocimiento del empresario, por lo tanto, la mayoría no posee las instrucciones administrativas necesarias. Desconocen completamente la realidad en que se encuentra el mercado, se les obstaculiza posicionarse y se convierte en un reto ganar nuevos clientes, quienes cada día son más exigentes, de modo que la competencia aumenta sin parar.

Crece-Marketing , tiene como propósito contribuir al desarrollo sostenido de las pequeñas y medianas empresas. El servicio de asesoría y consultoría está diseñado para que los clientes puedan identificar y aprovechar las oportunidades que se presentan en un mercado globalizado y contrarresten las amenazas de su entorno, teniendo presente que se necesita un cambio en los modelos de dirección, se abrirán espacios que generen valor, para ayudar al desarrollo de pymes e impulsar la economía del país.

2. Justificación

Los propietarios de pymes se encuentran ante grandes limitantes como ausencia de visión estratégica, desconocimiento acerca del entorno y el mercado, y la falta de innovación tecnológica, estos aspectos impiden el crecimiento financiero por lo cual, se hace necesaria la contratación de servicios profesionales para la toma de decisiones empresariales.

Es por ello, que en esta investigación se evaluará la viabilidad de una consultoría para PYMES que le permitirá al pequeño empresario obtener conocimiento e información para responder ante un entorno cambiante y de alta incertidumbre, brindándoles la oportunidad de crecimiento en el mercado.

La realización de esta investigación contribuirá a los estudiantes de las carreras de Administración, Comercio y Finanzas, y demás personas que estén motivados a emprender, para que tomen una referencia en la forma de desarrollar un modelo de negocio, al mismo tiempo les ayudará a obtener los conocimientos administrativos necesarios y las herramientas para impulsar su empresa.

3. Necesidades de información

Para esta investigación fue necesario determinar la información necesaria que nos permita tomar decisiones acertadas con respecto a la puesta en marcha del negocio. A continuación se presentan las pautas generales que fundamentaron a la investigación

- ✓ Aporte del proyecto a la economía nacional.
- ✓ Identificar nuestros posibles clientes potenciales de las pequeñas y medianas empresas
- ✓ Clasificarlos por los diferentes sectores y conocer las necesidades que tienen,.
- ✓ Características y comportamientos de las Pymes.
- ✓ Características del mercado potencial.
- ✓ Principales fortalezas y debilidades de las Pymes.
- ✓ Análisis del entorno y sector donde se desarrollan las pymes.
- ✓ Análisis de la competencia.
- ✓ Demanda y participación de mercado.

4. Objetivos de la investigación

General:

Determinar el nivel de aceptación de una empresa de asesoría y consultoría para pymes en el municipio de Managua mediante un estudio de mercado así como la demanda potencial en el periodo de marzo del 2017 a julio del 2017.

Específicos:

- Determinar características de las pymes para implementar un plan de acción que represente una ventaja competitiva.
- Desarrollar los servicios que se ofrecerá para satisfacer las necesidades de las PYMES
- Establecer las proyecciones de precio, costo, ventas e ingreso de la empresa acuerdo a las capacidades de los demandantes y a las expectativas del mercado.

5. Marco Metodológico

5.1 Diseño de investigación

5.1.1 Investigación Exploratoria

El diseño de la investigación es exploratoria se inicia identificando la oportunidad de mercado de una empresa de asesoría y consultoría para PYMES. Se obtiene información secundaria de datos periodísticos del crecimiento de las PYMES, ley MIPYME, PROMIPYME, entrevista de expertos acerca del tema y número de empresas del mismo giro y característica de cada una de ella. Para realizar un análisis preliminar de la situación para la toma de decisiones de la implementación de la creación de la empresa.

5.1.2. Investigación Concluyente descriptiva

Este tipo de investigación se utilizará en la formulación de preguntas a los encuestados de la frecuencia de uso del servicio, característica del servicio,

establecer fijación de precio y realizar una descripción de las características principales de las empresas que usan este servicio.

Se pretende conocer la aceptación del servicio de asesorías y consultoría para pymes. Así también, establecer la mezcla de marketing y estrategia de mercado idónea, así como la determinación de la demanda potencial.

5.2 Tipos de fuente de información

5.2.1 Investigación explorativa

El propósito de esta investigación es conocer el mercado donde se desarrollan las PYMES y la aceptación que podríamos obtener como empresa consultora, se utilizó este tipo de investigación porque es apropiada para las etapas iniciales del proceso de toma de decisiones, cuando se está en busca de información, problemas, u oportunidades potenciales.

5.2.2 Investigación Concluyente

Suministra información que ayuda a evaluar y seleccionar un plan de acción, esta se caracteriza por procedimientos formales de investigación, teniendo en cuenta los objetivos y necesidades de información previamente definidos.

5.3 Fuente de información en cada tipo de investigación

5.3.1 Investigación explorativa

Para esta investigación se hizo uso de las fuentes secundarias, como es el caso instituciones gubernamentales y empresas privadas. Obtuvimos información sobre los requerimientos para registrar la empresa, permisos y licencias para operar. También sirvió de apoyo información relacionada con el tema de las pymes como son reportajes, notas, entrevistas periodísticas la cual sirvieron de base para dicho plan.

5.3.2 Investigación concluyente

Se hizo uso de diferentes fuentes de datos, las cuales permitieron obtener una información confiable y de gran valor para la elaboración del plan de negocios.

Fuentes Primarias mediante encuestas estructurada dirigida a los propietarios de las PYMES y entrevistas a profundidad, que ayudan a conocer la aceptación de la empresa consultora, y de esta forma tener una idea preliminar en cuanto a la necesidad que tienen y ser adaptable al tipo de servicio ofrecido.

5.4 Selección de la muestra en cada tipo de investigación

5.4.1 Investigación explorativa

5.4.1.1 Universo de estudio

5.4.1.1.2 Población de interés

El universo de estudio y población de interés que fue tomado en esta investigación exploratoria, tuvo como fuente todas aquellas pequeñas y medianas empresas inscrita formalmente, sin importar el giro del negocio.

5.4.1.1.3 Muestreo

Según la investigación probabilística que se empleó, se utilizó un muestreo por conveniencia y por criterios especiales, debido que elegimos fuentes de información representativas que también se apegaran a las características del negocio a poner en marcha.

5.4.1.1.4 Instrumento de recolección de datos

Se realizó un análisis de fuentes secundarias, donde se revisaron reportajes, notas periodísticas relacionados al tema de las pymes, y algunos documentos con temas relacionados al tipo de negocio en el que se desea incursionar.

5.4.2 Investigación concluyente

5.4.2.1.1 Universo de estudio

5.4.2.1.2 Población de interés

Es el número de sujetos que componen la muestra extraída de una población, necesarios para que los datos obtenidos sean representativos de la población.

En este caso tenemos una población Finita, es el conjunto compuesto por una cantidad limitada de elementos, como el número de Pymes que pertenece a los departamentos de Managua.

5.4.2.1.3 Muestreo

Muestreo probabilístico:

Se utiliza este muestreo por tener un marco muestral, con una base de datos con toda la información necesarias de las pymes .

Muestreo

n: $Z^2 Npq$

$i^2(N-1) + z^2pq$

Donde:

- N = Total de la población. 3000 pymes en Managua
- $Z\alpha = 1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = 0.05
- q = 0.05

• i = precisión (10%).

$$N: \frac{(3,000) * (1.96)^2 * (0.05) (0.05)}{(0.1)^2 (3000-1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.05} = \frac{2881.2}{30.9504} = 93.9 = 100 \text{ Pymes a encuestar}$$

Para la selección del tamaño de la muestra, en ocasiones se usa una muestra de 100 observaciones, basados en el conocimiento que una muestra de esta cantidad supera el 95% de confianza y el 10% de error. Además algunos especialistas (Barroso, Cepeda y Roldan, 2006) expresan que para trabajar con modelos SEM (ecuaciones estructurales) 100 es una cantidad aceptable. Si bien los modelos SEM tienen una finalidad diferente al tipo de estudio de un plan de negocio como es la estimación de la demanda. Ambos estudios tienen la misma esencia: representatividad. Pero sin duda, esta última condición de generalización de datos depende en mayor medida del tipo de muestreo que debe ser probabilístico. (para lo cual se necesita un marco muestral, lo que representa un reto para los investigadores

Esta fórmula es la más usada en los estudios. Puesto que la información es fácil de conseguir y como aprecia, independientemente del tamaño de la población (N) la muestra no pasa de 100 observaciones (con un 95% de confianza y un 10 de error. (en plan de negocios se usa 10% de error por las siguientes razones:

Es un proceso académico. Si el error se disminuye la muestra crece lo que implica mayor inversión de recursos financieros y de tiempo.

El error del 10% es aceptable en este caso académico, en la práctica es e 5%.

5.4.2.1.4 Instrumento de recolección de datos



Universidad
Politécnica
de Nicaragua

Sirviendo a la Comunidad

Estimado empresario(a), solicitamos cordialmente tu valiosa cooperación en la presente encuesta para determinar la aceptación de una consultoría de marketing. Es una encuesta sencilla y rápida, para nosotros es importante su opinión.

Instrucciones:

1. Lea detenidamente cada apartado de esta encuesta antes de responder a cada pregunta.
2. Solamente Marque una opción de las que te presentamos a continuación.
3. En el caso de que se pida indicar una o más de una respuesta por favor sea lo más específico posible.

V.1 Antigüedad de la empresa

1– 3 años 4 – 6 años 6 – a más

V.2 ¿Por qué decidió emprender?

Ser su propio jefe Independencia económica Satisfacción Propia

V.3 ¿Cómo ha sido la tendencia de ventas en los últimos años?

Ha aumentado Ha disminuido Ha permanecido constante

V.4 ¿Qué tipo de problemas tiene su empresa?

Administrativos Contables Financieros Comerciales
Marketing y Publicidad

V.5 ¿Conoce algún servicio de consultoría?

Sí No

Si su respuesta es positiva indique cuales conoce:

V. 6 ¿Usted ha solicitado este tipo de servicio?

Sí No

Indique porque:

V.7 Si su respuesta es positiva, indique el nivel de satisfacción en una escala del 1 al 5, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto

1	2	3	4	5

V.8 ¿Cuál fue el último servicio de Consultoria que solicitó?

V.9 ¿Porque eligió a esa empresa?

Servicio Precio Atención Otros _____

V. 10 ¿Cada cuánto solicita el servicio de asesoramiento?

V. 11 ¿Aproximadamente cuando invierte mensualmente en el fortalecimiento de la empresa?

V. 12 ¿En que prefiere invertir para el fortalecimiento de su empresa?

Gestión Admo Gestión financiera Dpto de Marketing

V. 13 ¿Qué tipo de acciones realiza para darse a conocer?

V. 14 ¿Estaría dispuesto a recibir asesoramiento a cambio de solventar una cuota mensual?

Sí No

V.15 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en cuotas mensuales?

\$80 – \$120 \$130 - \$180 \$190 –\$230 \$240 a mas

V.16 ¿Qué le indicaría mayor seguridad en la contratación de un asesoramiento de una empresa?

Pag web con información útil y completa entrega de perfil de los consultores

V.17 ¿Estaría dispuesto a inscribirse en nuestra consultoría para su debida asistencia?

Sí No Porque? _____

V. 18¿Cuál de los siguientes paquetes estaría dispuesto a contratar?

• Marketing Digital Medios Digitales

Email Marketing

Manejo de Redes Sociales

Desarrollo de Planes de Marketing Estratégico

- **Análisis de la situación competitiva de la empresa.**

Definición de las ventajas competitivas.

Análisis de las necesidades de los diferentes segmentos de mercado.

Análisis del atractivo de la empresa / producto.

Definición del mercado potencial.

- **Programas de Fidelización de clientes**

Análisis e implementación de soluciones para conseguir la mayor solidez en la cartera de clientes.

Análisis e implementación de soluciones para conseguir retención de clientes.

- **Comercialización- Planes de Marketing Operativo**

- **Gestión de recursos humanos**

Planeación de recursos humanos

Reclutamiento y selección del personal

Retención del talento: motivación, liderazgo

Evaluación del desempeño

- **Diseño organizacional**

Fundamentos del desarrollo organizacional

Cultura organizacional

Diseño y cambio organizacional

Desarrollo del plan de marketing y Planes de Comercialización.

Definición de objetivos, posicionamiento y tácticas.

Programa de comunicación: Fuerza de Ventas, Publicidad, Prensa, Relaciones Públicas.

Promoción, Marketing Directo, Ferias y Exposiciones, Merchandising.

Seguimiento y control del plan de marketing.

- **Capacitación de desarrollo humano y gerencial**

Definición Estratégica del Desempeño

Trabajo en Equipo y Solución de Conflictos

Liderazgo e Inteligencia Emocional

Administración Efectiva del Tiempo.

- **Planificación estratégica**

Proceso claves de la planificación estratégica

Las unidades administrativas de la planificación

La planificación estratégica y el FODA

El proceso de implementación, control y seguimiento

- **Administración financiera**

Análisis e interpretación de los estados financieros

Administración del capital de trabajo neto y financiamiento a corto plazo.

V. 19 ¿Cuál es el medio de comunicación que utiliza?

Televisión Radio Redes sociales Periódicos

5.4.3 Investigación Exploratoria

Se realizó un análisis de fuentes secundarias, donde se revisaron documentos con temas relacionados al tipo de negocio en el que se desea incursionar.

Asimismo, se consultaron empresas proveedoras de insumos y equipos necesarios para la dar inicio a las operaciones de la empresa. Todo esto encaminado para obtener información de vital importancia que fuese utilizada para elaborar muchos de los aspectos incluidos en el plan de negocio, que a través del análisis de la información sería encontrada.

5.4.4 Investigación Descriptiva, Concluyente

El método utilizado fue encuestas las cuales fueron de tipo personal y de carácter administradas. Las encuestas fueron estructurada-Combinada, con 12preguntas dicotómicas, 8 preguntas de abiertas.

La primera parte es para conocer los datos generales de las pymes encuestados. Una segunda parte que es muy importante, la de conocer la demanda actual y los competidores actuales y preferencias en la prestación del servicio y tercera parte para conocer la demanda potencial para la introducción del servicio a prestar.

5.4.4.1 Validación, evaluación y trabajo de campo

Una vez elaborada la encuesta se procedió a verificarla; se examinó cada pregunta, se aclaró y especificó el tipo de información que se esperaba obtener de cada una de ella.

Cada una fue enumerada para evitar pérdidas. Las encuestas tuvieron una duración máxima de cinco minutos, y fueron llenadas por los encuestadores; lo cual ahorró tiempo.

Una vez elaborada la encuesta y seleccionada la muestra del presente estudio, continuó su aplicación en los diferentes distritos de Managua según el marco muestral.

5.4.4.2 Procesamiento de la información y análisis de los datos

El procesamiento de datos para la elaboración de tablas estadísticas, se realizó mediante el programa SPSS 21; se obtuvieron los correspondientes gráficos, que nos arrojaron los resultados de la investigación y nos proporcionaron los elementos para realizar el análisis de los resultados.

5.5 Informe de la investigación

De los empresarios encuestados el 49% decidió emprender en busca de independencia económica, es decir crear su propia empresa para obtener ingresos, ser su propio jefe el 28% y 23% satisfacción propia.

Según los datos obtenidos la tendencia en ventas de las empresas encuestadas son las siguientes, el 56% han permanecido constante representando una oportunidad para nuestra empresa de consultoría de mejorar la situación, el 32% han aumentado y 12% han disminuido.

De acuerdo a las encuestas la mayor ponderación radica en los problemas de marketing y publicidad con un 34%, el 24% problemas financieros, 17% problemas administrativos, 15% problemas administrativo y 10% problemas financieros.

De las empresas encuestadas el 70% no conoce algún tipo de servicio de consultoría y el 30% si conoce de este tipo de servicio.

De las empresas encuestadas el 84% no ha solicitado este tipo de servicio, pero se determinó gran demanda de este tipo de servicio y el 16% si ha solicitado este tipo de servicio

Según la información de las encuestas a los empresarios les indica mayor seguridad una página web con información útil y completa del servicio con un 56% y el 44% entrega de perfil de los consultores.

De las empresas encuestadas el 81% estaría dispuesta a inscribirse en nuestra empresa de consultoría y el 19% no estaría dispuesta.

Según los datos proporcionados en la encuesta sobre el nivel de satisfacción de las personas que han contratado un servicio de Consultoría, 5% indica que tiene un nivel muy alto de satisfacción, 6% lo consideran alto, y 4% opinan que un nivel medio. Sin embargo, el 85% restante no aplica porque no ha utilizado estos servicios, siendo así una oportunidad para **Crece Marketing** poder captar a este público con las estrategias adecuadas.

Según los datos proporcionados por los encuestados que han solicitado una Consultoría, tenemos que el 6% afirma haber contratado un servicio para auditoría, 3% contables, y un 5% indica que fue sobre marketing.

De las personas encuestadas que han contratado un asesoramiento, el 7% afirma que es por el servicio, y 7% debido al precio, 1% indica que por otras razones. El 24% de las personas encuestadas, invierte \$500 mensualmente en su empresa, 20% indica que \$1000 y un 7% dijo que \$2000. Por tanto, poseen la capacidad adquisitiva para contratar la membresía de **Crece Marketing**.

Según los datos de las personas encuestadas, el 47% prefiere invertir en el departamento de marketing, 39% en gestión financiera y 14% indica que gestión administrativa. Resultando ser gran porcentaje de mercado que se puede alcanzar debido que las áreas en que las empresas prefieren invertir son las que contienen los paquetes de **Crece Marketing**.

El 44% de los encuestados utiliza las redes sociales para darse a conocer, 15% indica que volantes, 15% que Marketing digital y 12% las páginas amarillas.

El 82% de los encuestados está de acuerdo con solventar una cuota mensual, y 18% indica que no. Por tanto, existe un nivel de aceptación en la forma de pago de **Crece Marketing**, y únicamente habría variación en el precio en dependencia del tamaño de la empresa.

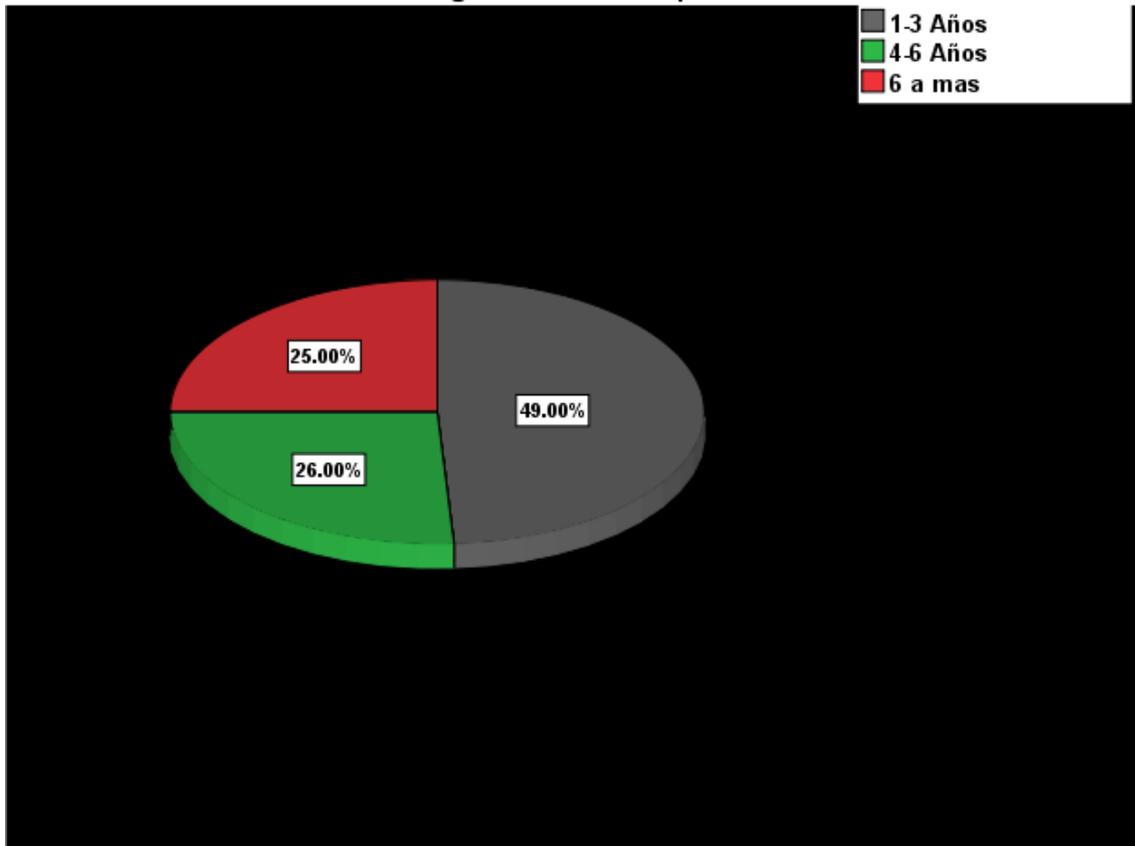
El 35 % están dispuestos a invertir \$50 por un asesoramiento, sin embargo 20% de los encuestados indica que \$500, por tanto, con las estrategias y ofertas adecuadas se podría alcanzar un mayor número de empresas que deseen invertir con **Crece Marketing**, porque en base al estudio de mercado conocemos que tienen el poder adquisitivo para contratar este servicio.

En los resultados de la investigación de mercado nos indica que el paquete de mayor demanda es el de Marketing digital con un 54% siendo este una buena oportunidad de mercado para Crece-Marketing ofreciendo diferentes temáticas importantes en el área para el desarrollo y el crecimiento de las pymes. Hoy en el diario vivir vemos mucho tráfico de comercio en las diferentes redes sociales pero de alguna manera estas son mal usadas por partes de los pequeños empresarios, es por ello que se opta por una nueva forma de crear y hacer crecer las pymes utilizando diferentes estrategias por los medios digitales

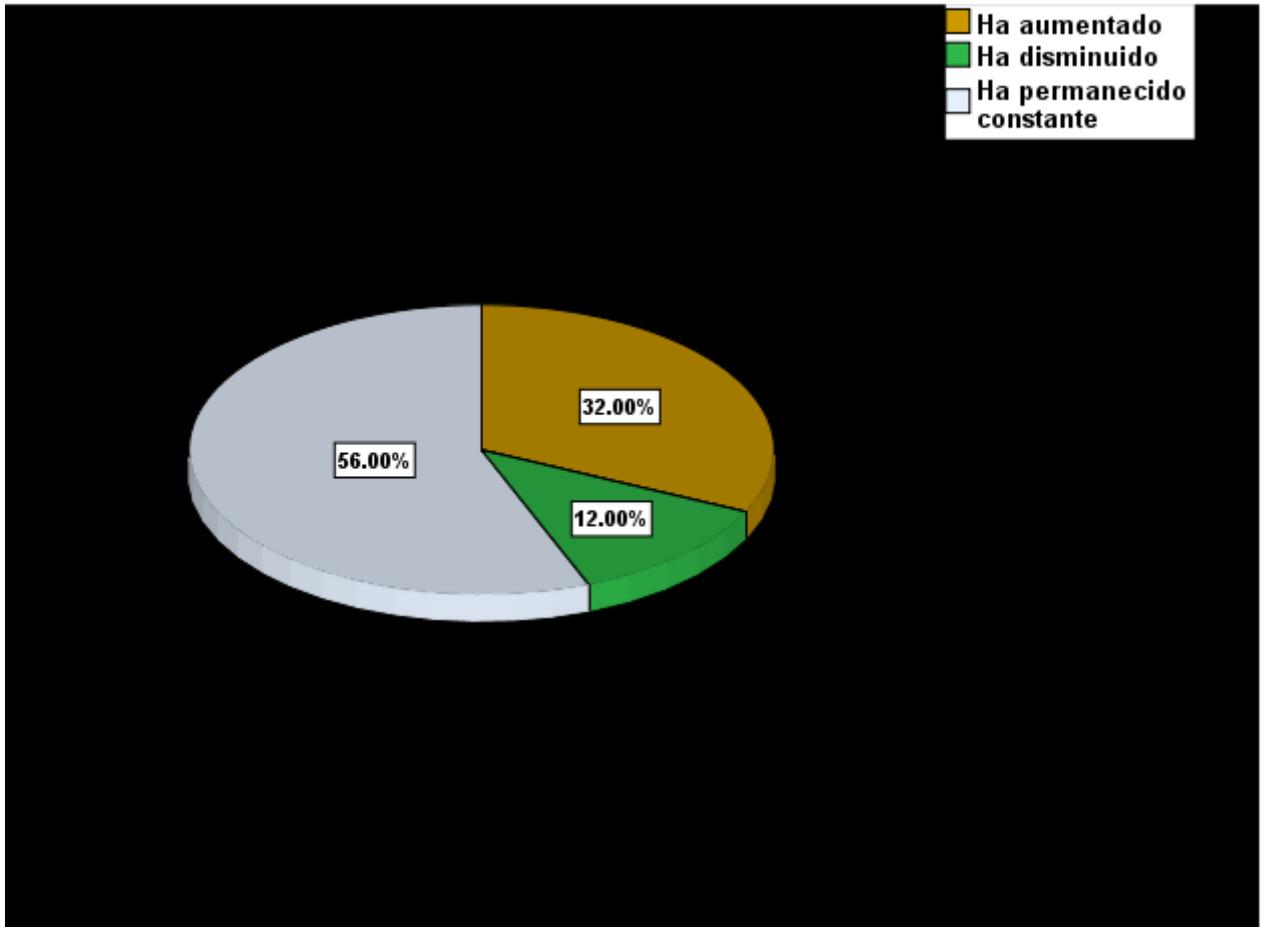
El 76% de los encuestados estarían dispuestos a pagar en cuota mensuales el rango de 80 – 120 siendo este un indicador de precio importante para Crece-Marketing, ya que cada paquete tiene un precio diferente pero ajustable y accesible a la necesidad del cliente. No obstante un 15% de los encuestados estarían dispuestos a pagar en el rango de 130- 180 que nos indica también el nivel de ingreso de las pymes a la hora de la toma de decisiones

Gran parte de los encuestados con un 81% utilizan las redes sociales como un canal informativo. En un mercado globalizado y conectado es una excelente oportunidad para una empresa nueva darse a conocer por estos medios ya que genera efectivos resultados

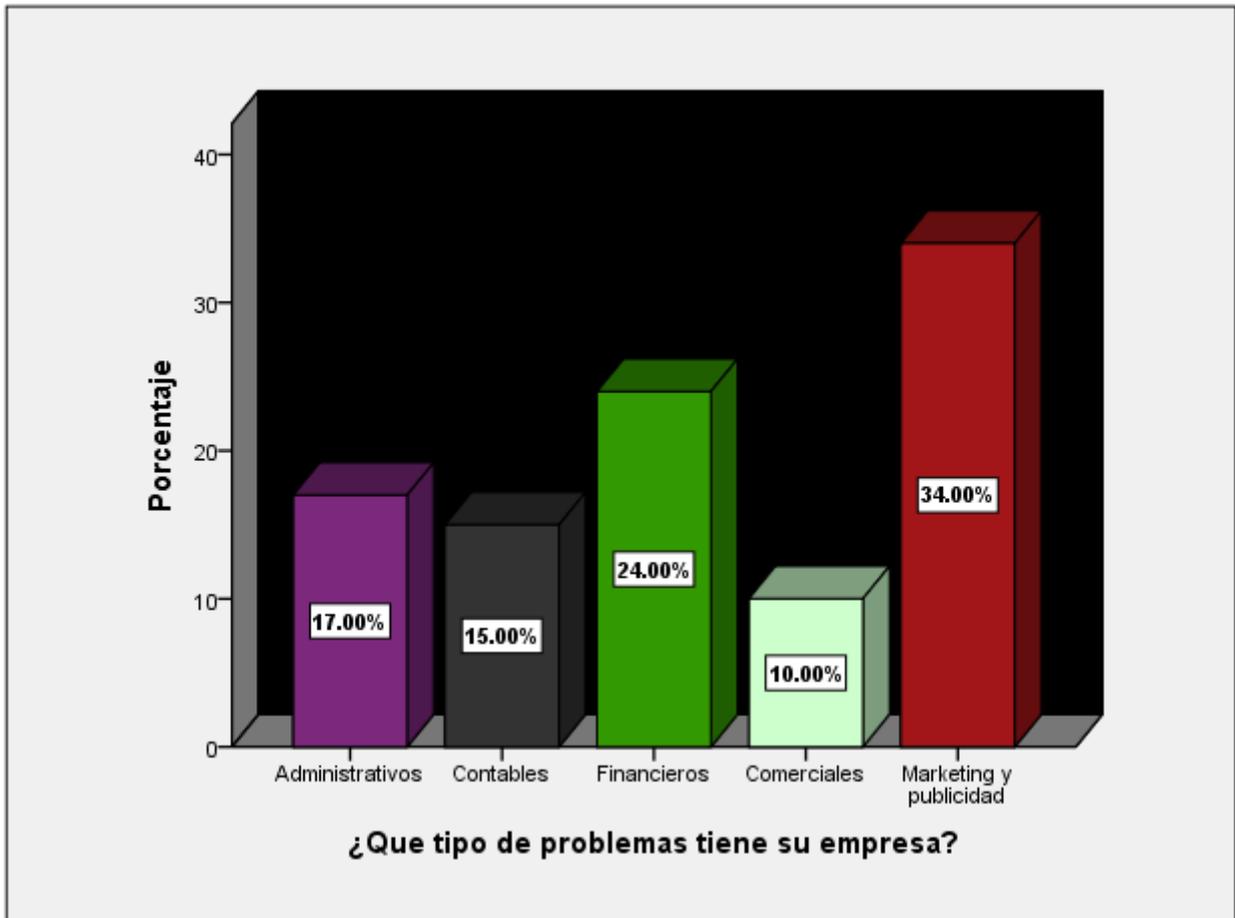
Antigüedad de la empresa



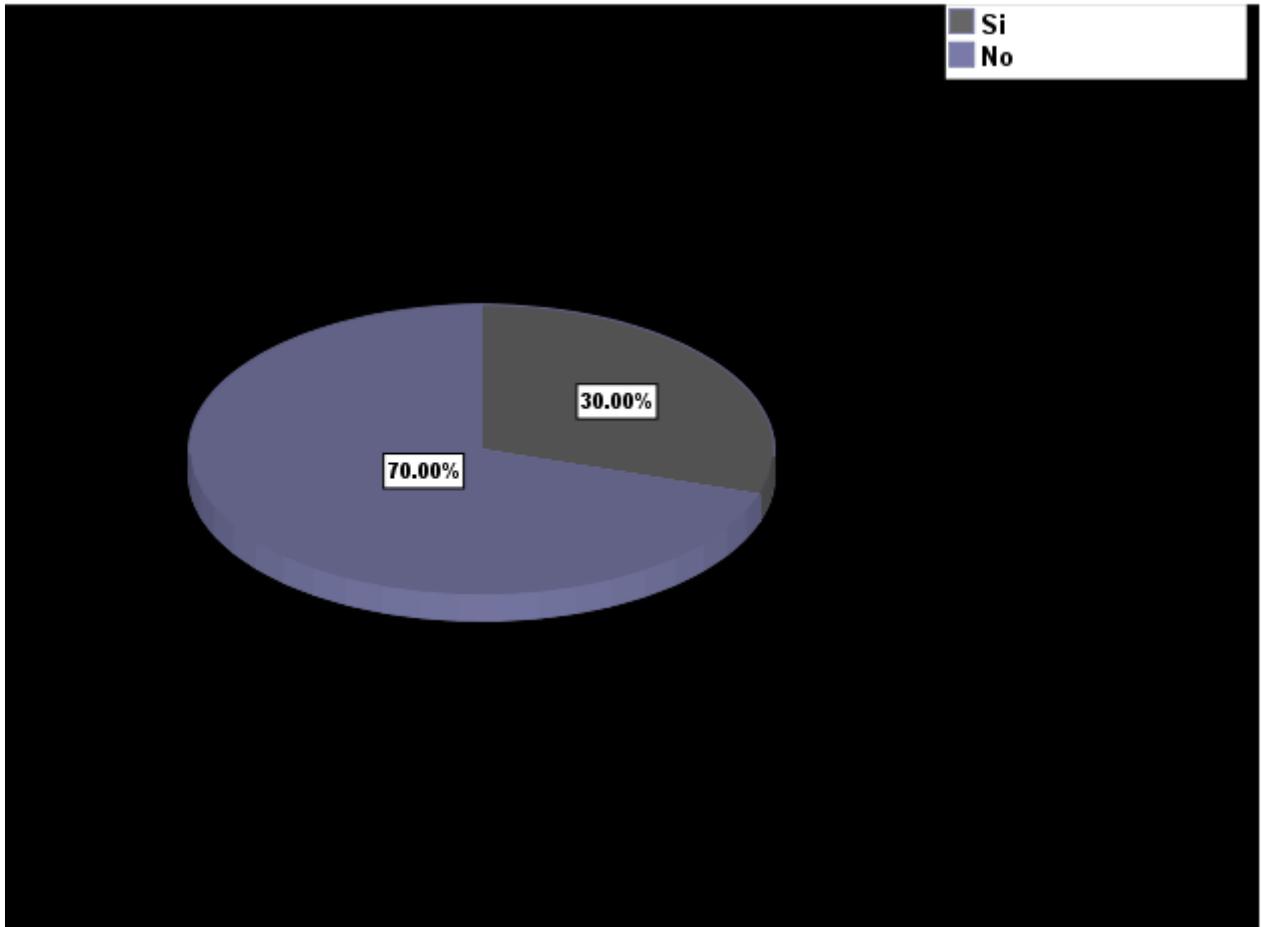
¿Como ha sido la tendencia de ventas en los ultimos años



¿Que tipo de problemas tiene su empresa?

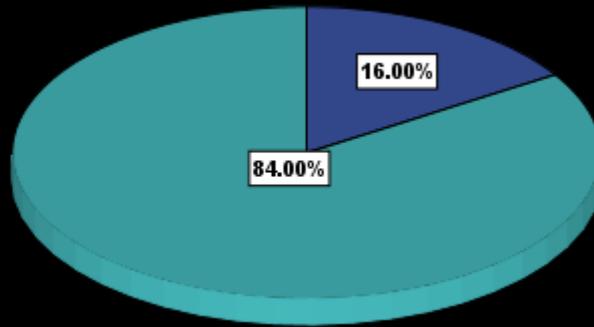


¿Conoce algun servicio de consultoria?

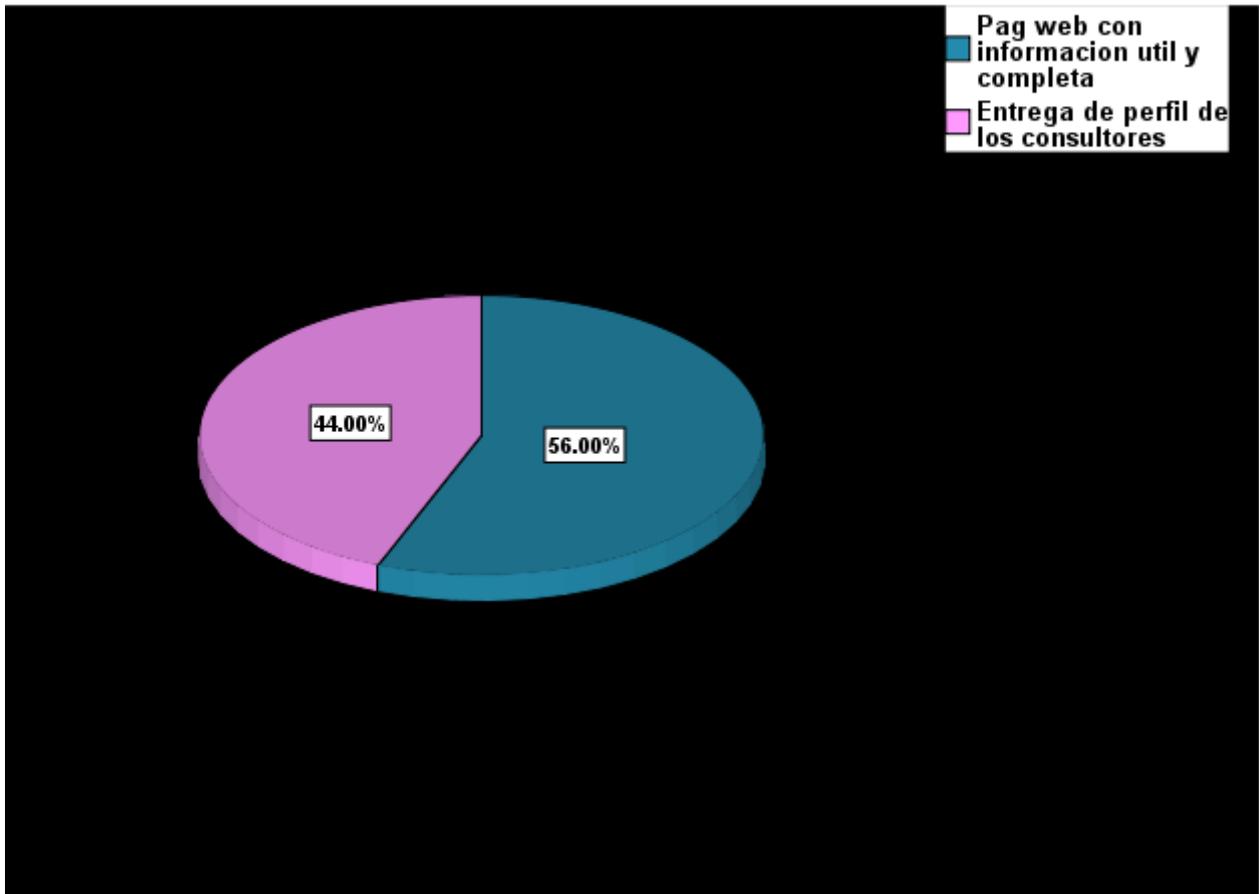


¿Usted ha solicitado este tipo de servicio?

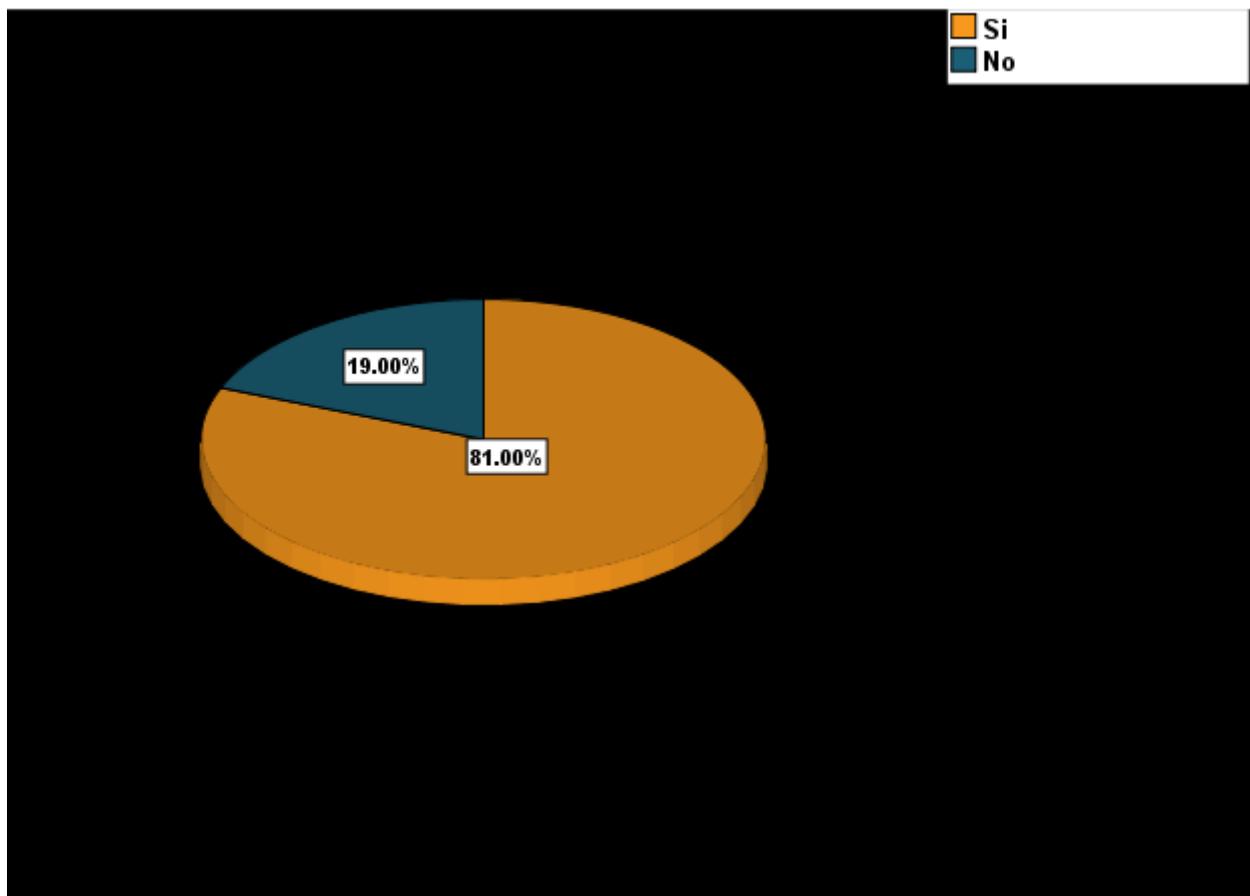
Si
No



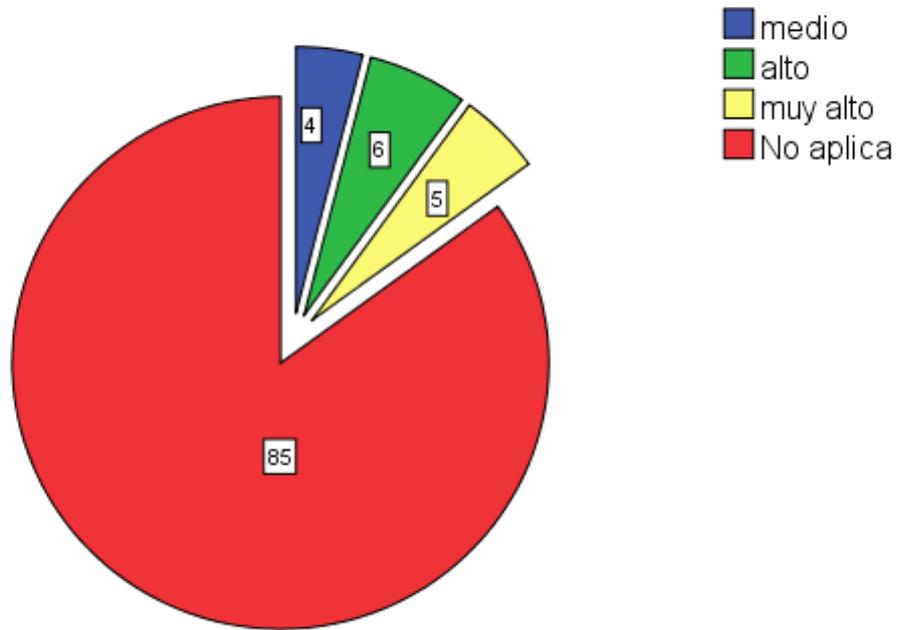
¿Que le indicaria mayor seguridad en la contratacion de un asesoramiento de una empresa?



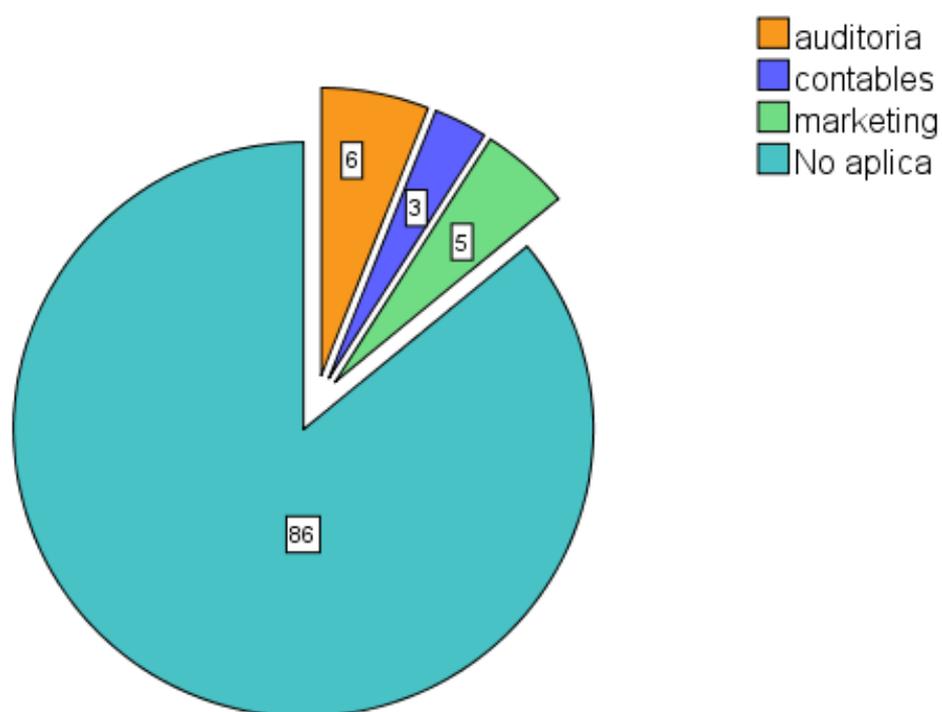
¿Estaria dispuesto a inscribirse en nuestra consultoria para su debida asistencia?



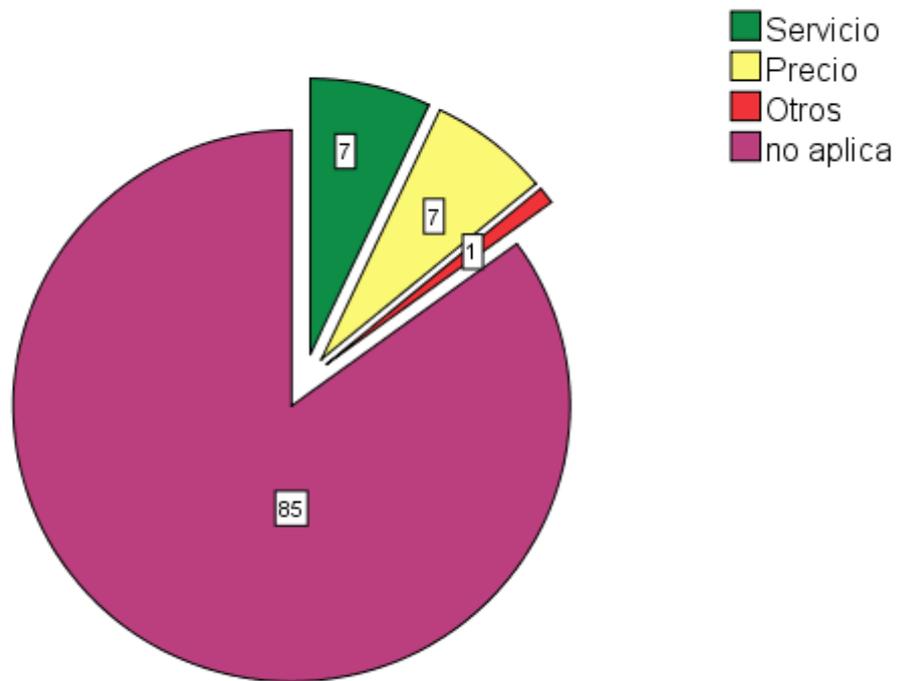
Si su resp es positiva, indique el nivel de satisfccion en una escala del 1 al 5 siendo 1 el mas bajo y el 5 mas alto



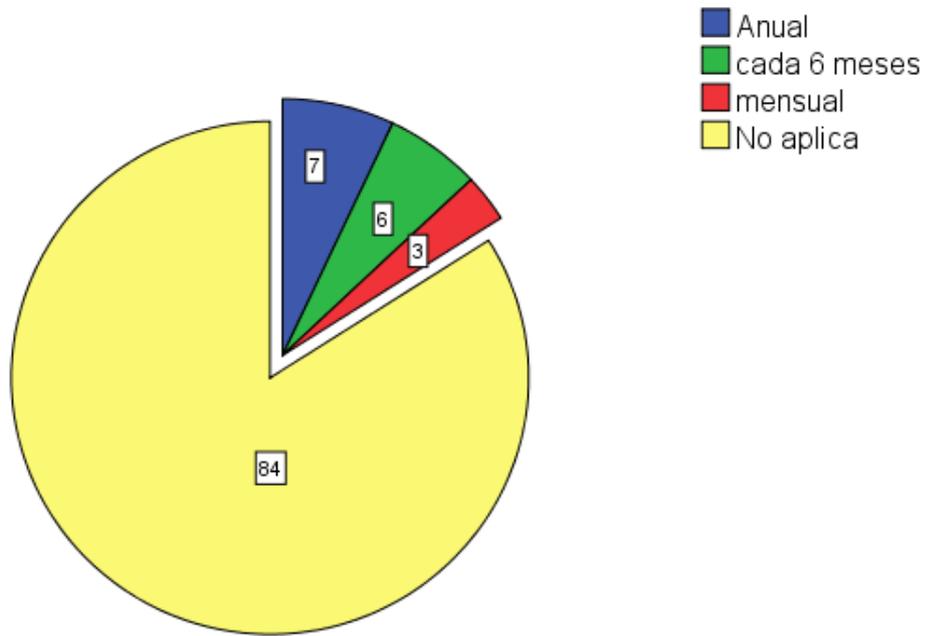
¿Cual fue el ultimo servicio de consultoria que solicito?



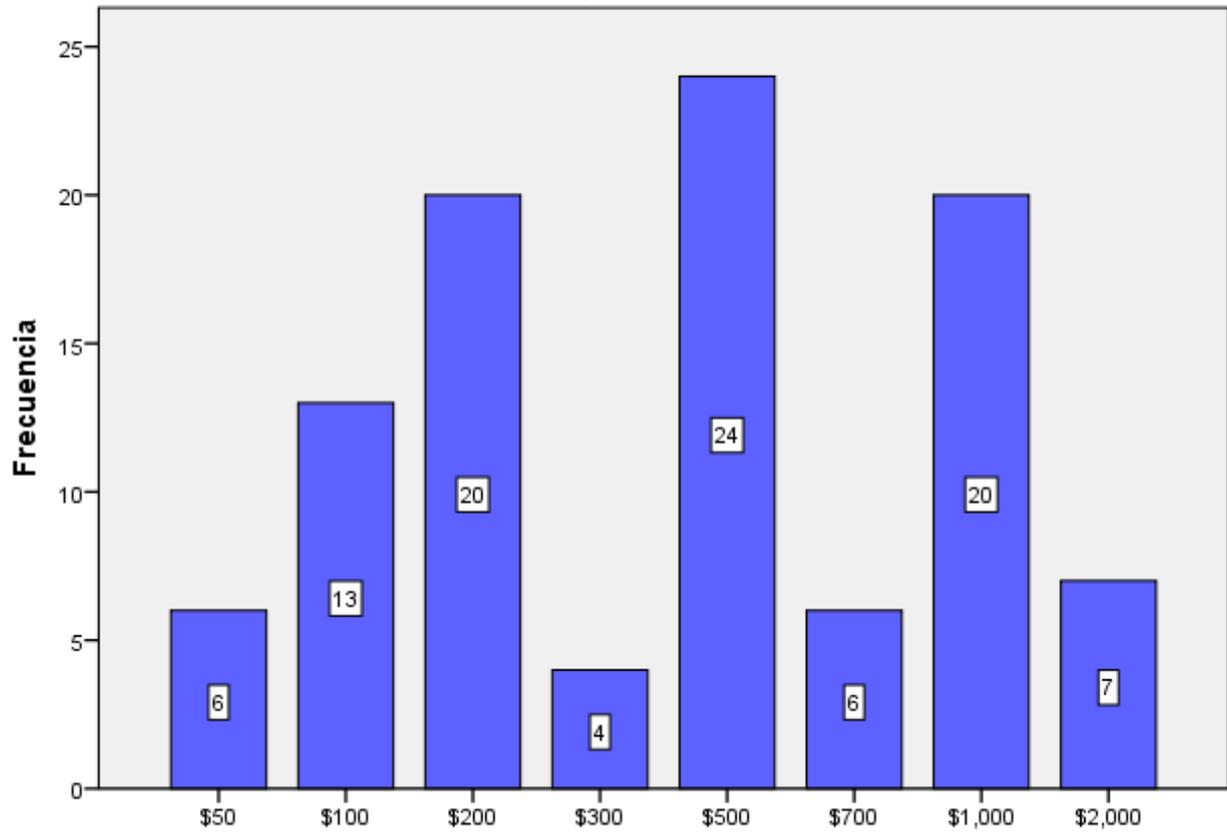
¿Porque eligio a esa empresa?



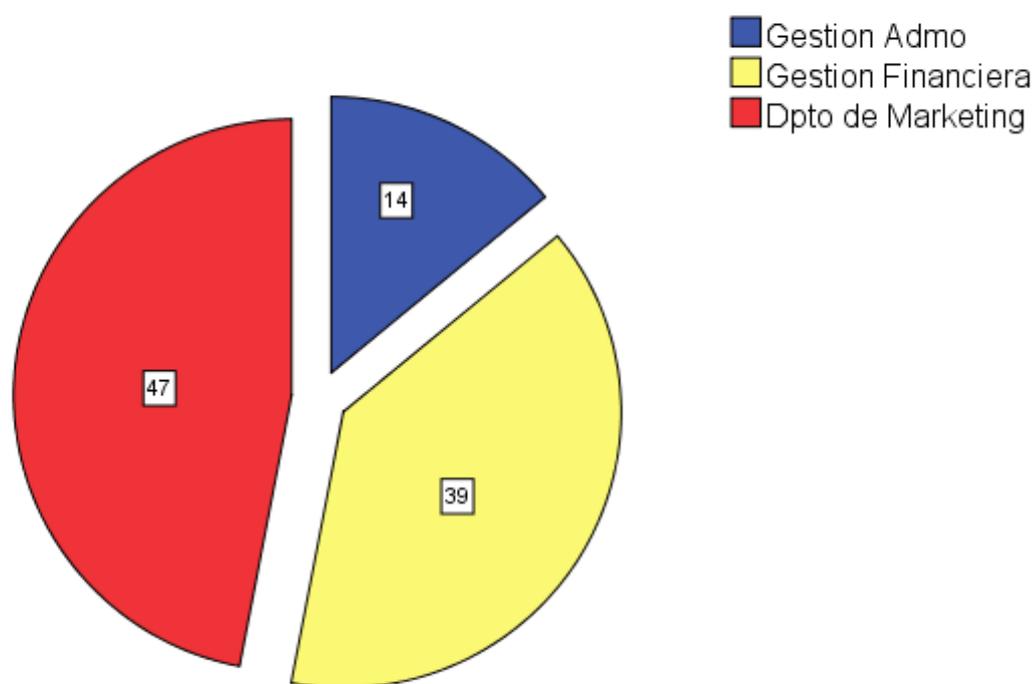
¿Cada cuanto solicita el servicio de asesoramiento?



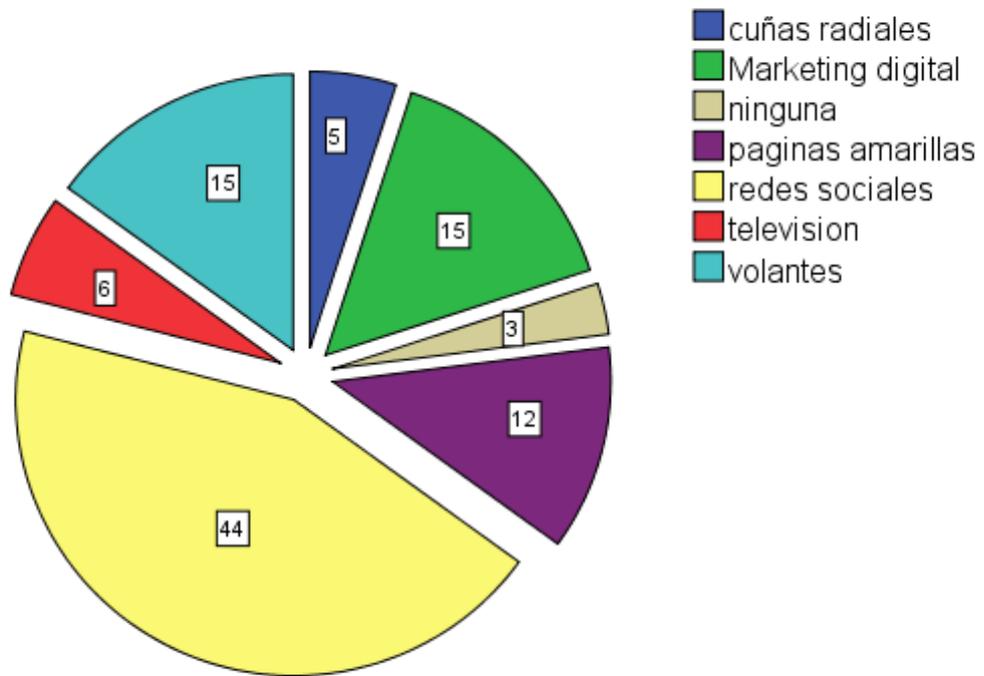
¿Aproximadamente cuánto invierte mensualmente en el fortalecimiento de la empresa?



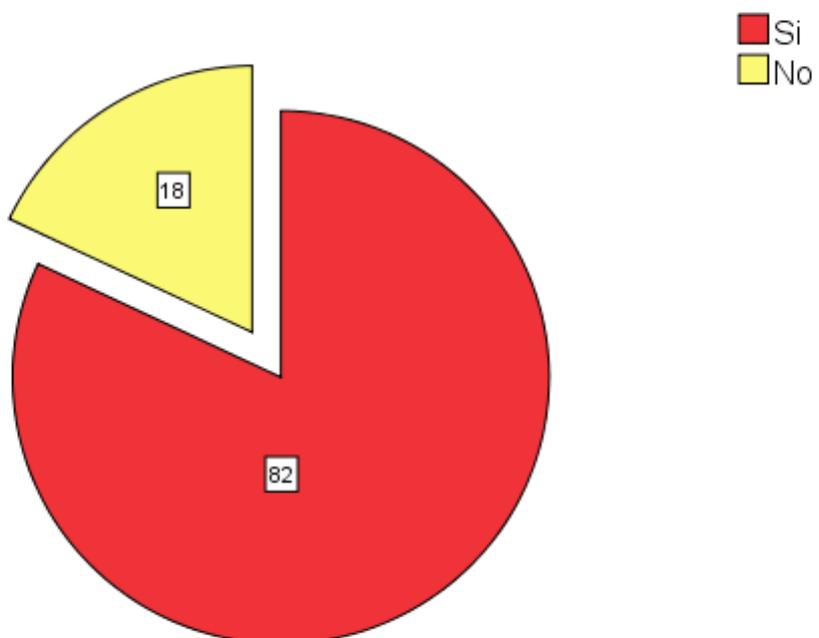
¿En que prefieren invertir para el fortalecimiento de su empresa?



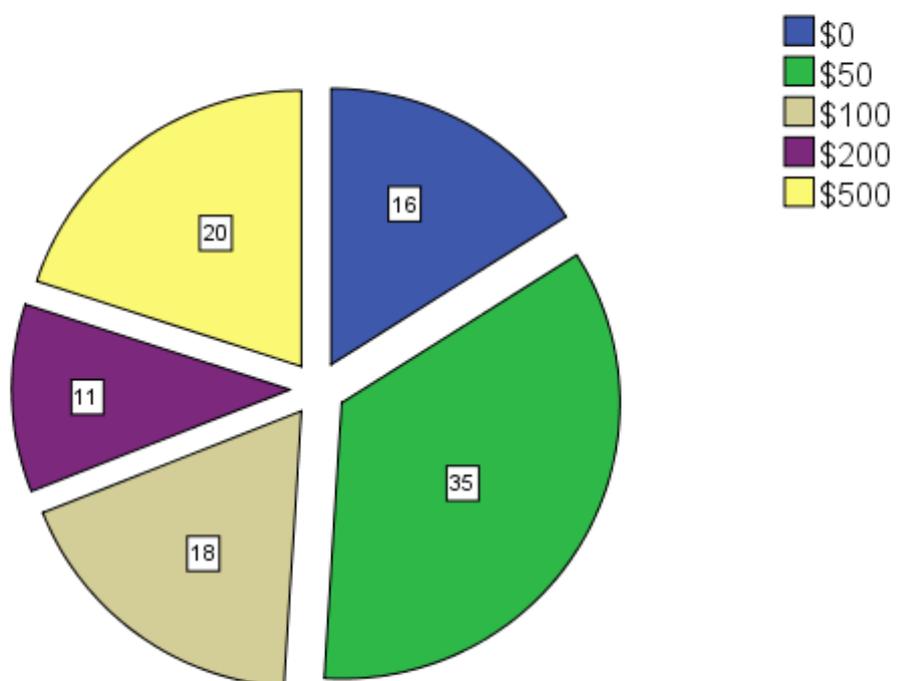
¿Que tipo de acciones realiza para darse a conocer?



¿ Estaria dispuesto a recibir asesoramiento a cambio de solventar una cuota mensual?

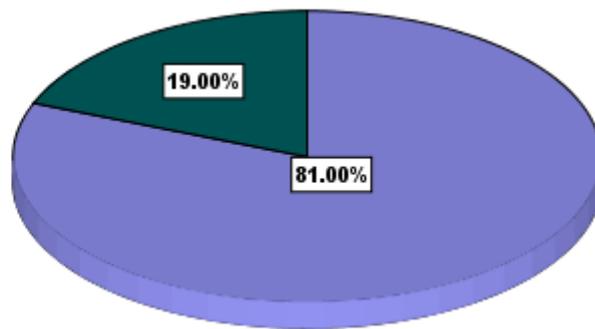


¿Cuanto estaria dispuesto a invertir por recibir un asesoramiento?



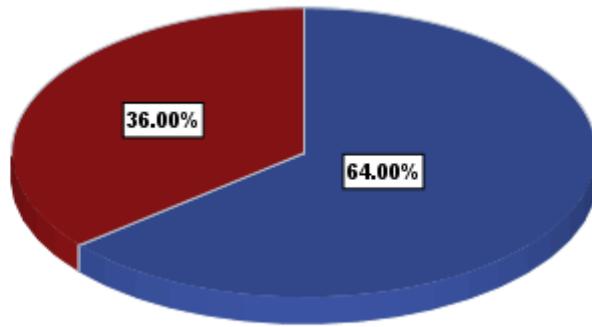
¿Estaría dispuesto a inscribirse en nuestra consultoría para su debida asistencia?

Si
No



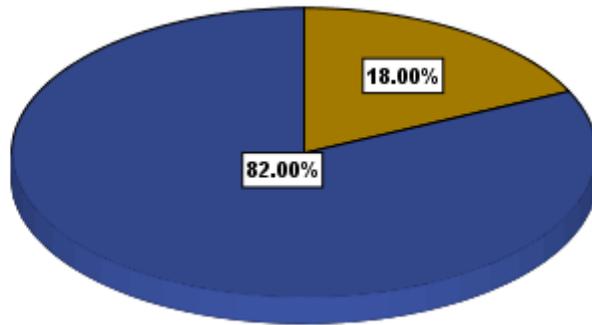
Paquete a contratar: Marketing Digital

■ Si
■ No



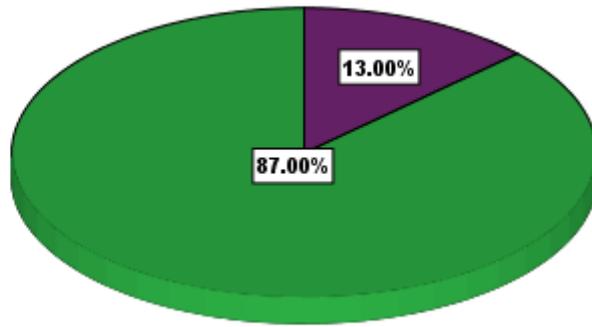
Paquete a contratar: Analisis de la situacion competitiva de la empresa

■ Si
■ No



Paquete a contratar: Gestion de recursos humanos

Si
No



Paquete a contratar: Diseño organizacional

- Si
- No



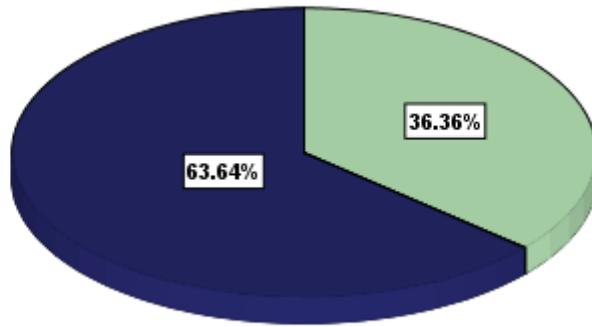
Paquete a contratar: Planificacion estrategica

Si
No



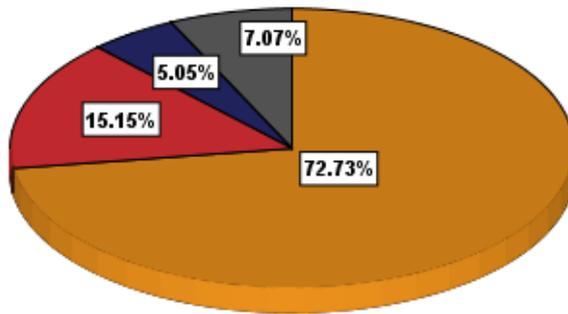
Paquete a contratar: Programa de fidelizacion de clientes

Si
No



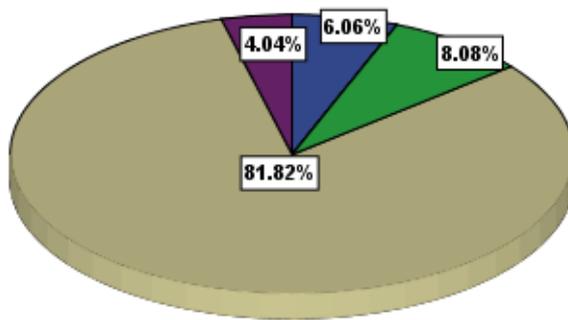
¿Cuanto estaria dispuesto a pagar en cuota mensuales?

- \$80-\$120
- \$130-\$180
- \$190-\$230
- \$240 a mas



¿Cual es el medio de comunicacion que utiliza?

- Television
- Radio
- Redes sociales
- Periodicos



Cotizaciones

[Oferta]

http://192.168.1.6/comtech/IScm/IScm/cotizacion/pantalla_impres...



Pagar a nombre de:

COMTECH

Ced. Jurídica J0310000000603

Tel.: (505) 22648800

Avenida Principal Altamira D Este No. 589/599. Ferreteria SINSA, 25 vrs. arriba. Managua, Nicaragua

Empresa: BYRON RUIZ

Contacto: BYRON RUIZ

Teléfono: Fax

Dirección:

MANAGUA

www.comtech.com.ni

Proforma #: 87801

Fecha: 12/05/2017

Vendedor: Allison Azuhe Maradiaga

Celular:

E-Mail: amaradiaga@comtech.com.ni

Tel.: 22648800 Ext.7704

Código	Descripción	Cant.	Precio Un.	Total(US\$)	Entrega
04501-445	PC HP PRODESK 400 G3 MT I3-6100-3.7GHZ/4GB/1TB/W10/M4Z41AV#033 Procesador Intel Core I3 Memoria RAM 4GB Disco Duro 1TB Windows10 Garantía: 12 Meses	1	US\$ 549.99	US\$ 549.99	Inmediato
02201-270	MONITOR HP V194 - 18.5 - LED - 1366 x 768 - V5E94A6#ABA Garantía: 12 Meses	1	US\$ 85.00	US\$ 85.00	Inmediato
04701-874	NOTEBOOK HP 240 G5 I3-5005U-2GHZ/4GB/1TB/DVDR/14/W10S/W6C00LT#ABM Sistema Operativo Windows 10 Home Procesador Intel® Core™ i3-5005U con gráficos Intel HD 5500 (2 GHz, 3 MB de caché, 2 núcleos) Chipset Intel® SoC (chipset integrado con el procesador) Memoria 4GB SDRAM DDR3L-1600 Almacenamiento 1TB SATA (de 5400 rpm) Unidad óptica DVD+/-RW SuperMulti DL Pantalla LED HD SVA antirreflejo delgada de 14" en diagonal (1366 x 768) Gráficos Integrada Gráficos Intel® HD 5500 Puertos - 1 x USB 3.0 - 2 x USB 2.0 - 1 x VGA - 1 x HDMI - 1 conector combinado de auriculares y micrófono - 1 alimentación de CA - 1 x RJ-45 Ranuras de expansión 1 lector de medios digitales multiformato (admite SD, SDHC, SDXC) Audio Audio HD con DTS Studio Sound™; 2 altavoces estéreo integrados; Admita HP Noise Cancellation Cámara Cámara Integrada Teclado Teclado tipo isla de tamaño completo negro texturizado Dispositivo puntero Panel táctil con gestos multi-táctiles habilitados, toques habilitados de forma predeterminada, admite gestos de panel táctil moderno Interfaz de red 10/100 integrado Conexión inalámbrica WiFi + Bluetooth Medio ambiente Halógeno bajo Dimensiones (ancho x largo x alto) 34,54 x 24,15 x 2,39 cm Peso Con un peso inicial de 1,79 kg (El peso varía según la configuración.) Eficiencia energética Configuraciones con certificación ENERGY STAR® y registro EPEAT® Silver disponibles Fuente de alimentación Adaptador de CA inteligente de 45 W (modelos integrados) Tipo de batería Iones de litio Administración de seguridad - Firmware TPM - Ranura para candado de seguridad (el candado se debe comprar por separado) Garantía: 12 Meses	1	US\$ 449.50	US\$ 449.50	Inmediato
06001-049	PROYECTOR EPSON 1776W / 3000 LUMENS / USB - HDMI / V11H476020 / WIRELESS / 90 DIAS LAMPARA	1	US\$ 1,364.99	US\$ 1,364.99	Inmediato
02601-425	IMPRESORA EPSON L375 AIO 110V(GARANTIA 1 AÑO O HASTA 15,000 IMPRESIONES) C11CE92301	1	US\$ 209.99	US\$ 209.99	Inmediato
07101-031	SILLA CON BRAZO VISITANTE XTECH / ESPERA COLOR NEGRO/ AM160GEN50	1	US\$ 32.50	US\$ 32.50	Inmediato
07101-008	SILLA SIN BRAZO COLOR NEGRO XTECH / AM160GEN55	1	US\$ 22.50	US\$ 22.50	Inmediato
07001-010	MUEBLE PARA COMPUTADORA XTECH / COLOR BEECH / MODELO AM120GEN77	1	US\$ 19.50	US\$ 19.50	Inmediato
07001-054	MUEBLE MYO COMBINADO P/COMPUTAD / SIT-290	1	US\$ 114.50	US\$ 114.50	Inmediato
05301-037	TELEFONO PANASONIC ITS 1-LINEA / KX-TS500LXB / NEGRO / 1 MES GARANTIA	1	US\$ 11.99	US\$ 11.99	Inmediato

Monto en letras: Tres Mil Doseientos Ochenta y Nueve con 53/100

Condiciones Generales

Forma de pago: Contado

Vigencia de la oferta: 8 Días

Garantía: Detallada en cada producto

Tasa de Cambio: 30.1

Sub-Total 2,860.46

IVA 429.07

Total(US \$) 3,289.53



EVOLUCIÓN DE LA TECNOLOGÍA DE PUNTA

Avenida Principal Altamira
Del BANPRO 25 vrs al este

PBX: 22785577, 2270-0616, 2270-3517, 2270-

Fax: 22785577 Ext 109

RUC: J0310000013918

COTIZACION 00047883

www.etech.com.ni

Nombre : BYRON RUIZ

RUC :

Atención :

Telefono :

Fecha: 12-may-17

Vendedor: Elmer Sanchez

Celular : 8958-9461

ventas7@etech.com.ni

Cantidad	Codigo	Descripcion	Precio	Total
1	1-0314	BenQ Proyector MX528 DLP - 3300 Lumenes (9H.JFC77.13L)	565.00	565.00
1	1-0331	BenQ Proyector MX819ST DLP XGA - 3000 Lumenes (9H.J7477.	845.00	845.00
1	1-0275	Proyector EPSON W15+ 2800 Lumenes V11H557021	680.00	680.00
1	1-0115	Xtech Silla Ejecutiva de Malla - AM161GEN03 - (QZY-1151)	60.00	60.00

Forma de Pago y Validez de Oferta

- Contado
 Tramite de Ck 8 dias.
 Credito
 Oferta Valida por 8 dias
 Oferta Valida por 15 dias
 Oferta Valida por 30 dias

Ck. A Nombre de eTech S.A.

Tipo de Cambio Paralelo al Banpro

Precios Sujetos a Cambios

eTech Cobrara un Cargo Administrativo de US\$25.00 por CK Rebotado

Somos Exentos del 1% del I.M.I.

Tiempo de Garantía: ...

Tiempo de Entrega: Inmediata

Sub Total US: 2,150.00

IVA US: 322.50

Total US: 2,472.50



Esta Cotización no es valida sin Firma y Sello Original



ALCALDIA DE MANAGUA
RUC No. 0000230779-9513
DIRECCIÓN GENERAL DE RECAUDACIÓN
MATRÍCULA POR REGISTROS CONTABLES

SERIE "B"
Nº 199324

SISCAT: []
 RUC No.: []
 MATRÍCULA AÑO: [] [] [] []
 FECHA: [] [] [] [] [] [] [] []

I. DATOS GENERALES

1. Nombre o Razón Social:		Actividad del Negocio:	
2. Dirección del Negocio:			
3. Barrio	Distrito:	Municipio:	Departamento:
4. Teléfono del Negocio No.:		Fax del Negocio No.:	
5. Nombre Comercial (conocido como)		Apdo. Postal:	
6. Pagina Web:		Email:	
7. Nombre del Propietario:		Sexo:	Nacionalidad:
8. Dirección del Propietario:		Apdo. Postal:	
9. Ultimo año Matriculado:		Negocio Nuevo:	Fecha de Inicio:

II. MONTO DE VENTAS Y/O SERVICIOS

10. MES y AÑO DECLARADO	MONTO FACTURADO	MES Y AÑO DECLARADO	MONTO FACTURADO	MES Y AÑO DECLARADO	MONTO FACTURADO
Enero 20		Mayo 20		Sept. 20	
Febrero 20		Junio 20		Octubre 20	
Marzo 20		Julio 20		Nov. 20	
Abril 20		Agosto 20		Dic. 20	

III. CALCULO PARA MATRICULA

11. Suma de los últimos tres meses con ingresos: _____

12. Ingreso Promedio Mensual _____ x (Por) el 2% C\$ _____ (Valor de la Matricula)

IV. OTROS IMPUESTOS ANUALES

13. Modificación de Cuneta (Rampla): Mts. Lineales _____ X C\$ _____ Total C\$ _____	14. Impuesto de Rótulo:			
	No. Rótulo	Dimensión/ tipo	Valor C/Rótulo	Total
15. Expendio de Combustible: Surtidor por Manguera C\$ 250.00 C/U X _____ Total C\$ _____		Menos a 0.50 Mts ²	C\$ 200.00	
		0.51 A 2.00 Mts ²	C\$ 400.00	
		Mayor a 2.00 Mts ²	C\$ 800.00	
	Derecho de Vía	C\$ 120.00 X Mes		
				Suma C\$ _____

V. IMPUESTO A PAGAR

CONCEPTO	CODIGO	VALOR A PAGAR	22. Uso Interno:
16. Valor de Matrícula (numeral 12)			Placa No. _____
17. Placa (1% S/Valor de Matrícula)			Código Actividad: _____
18. Modificación de Cuneta (numeral 13)			Fecha de Entrega: _____
19. Expendio de Comb. (numeral 15)			R.O.C. No.: _____
20. Imp. de Rótulos (numeral 14)			Nombre y apellidos de la persona que recibe la placa
SUB-TOTAL C\$:			NOTA: Cualquier cambio de actividad, dirección o cierre del negocio, deberá notificarse una semana después, de efectuado de lo contrario incurre en multas y pagos pendientes a la fecha de notificación (Arto. 66 P.A.M.M.)
21. Multas según Arto. 59 del PAMM			
TOTAL A PAGAR C\$:			

Print Center S.A. - RUC 0000230407-9536 - AIMP- 02/0048/12/2011-3 - OT 1917 4,000B 50 (3) 159,001- 359,000 02-2012 * Original * Copiar: Coleste / Verde

REQUISITOS PARA EL REGISTRO DE MARCAS

PERSONA JURIDICA

1. Fotocopia de la escritura de constitución de la empresa debidamente autenticada (o presentar la original para cotejar).
2. Cada folio de la copia de la escritura lleva un timbre de CS 10.00 (diez córdobas).
3. Copia autenticada del poder, (o presentar el original para cotejar). Cada folio de la copia se le coloca un timbre de diez córdobas.
4. El formato de solicitud del registro lleva un timbre de C\$ 10.00 (córdobas).
5. *Fotocopia de cedula identidad del apoderado*
6. Nueve logotipos o etiquetas de la marca (4 x 4 centímetros cada una).
7. Tasa Básica de Inscripción: \$ 100.00 (dólares americanos). **No pague hasta que; el registro le asigne el número del expediente y le entregue la orden de pago.**
8. Certificado de Registro: \$ 20.00 (dólares americanos) **pague hasta que el registro le entregue la orden de pago.**
9. **Se recomienda realice la Búsqueda de Antecedentes Registrales**, para que usted verifique si la marca y el diseño que solicita ya se encuentran registrados, o si existe una marca o diseño similar o igual.
 - **Búsqueda Denominativa** \$15.00 dólares. Se entrega en tres días hábiles de trabajo, (a partir del día siguiente de la entrega de la solicitud en Secretaria).
 - **Búsqueda por Diseño** \$ 20.00 Dólares se entregan los resultados a los quince días hábiles de trabajo.

PERSONA NATURAL

1. Fotocopia de la cedula de identidad del titular de la marca. (del dueño de la marca).
2. El formato de solicitud del registro lleva un timbre de C\$ 10.00 (córdobas).
3. Copia autenticada del poder, (o presentar la original para cotejar) con un timbre en cada folio
4. Si el titular realiza la gestión personalmente, no presentará el poder.
5. Fotocopia de cedula identidad del apoderado. (en caso que envíe a un apoderado)
6. Nueve logotipos o etiquetas de la marca (en el caso que tenga diseño) (4 x 4 centímetros cada una).
7. Tasa Básica de Inscripción: \$ 100.00 (dólares americanos). **No pague hasta que; el registro le asigne el número del expediente y le entregue la orden de pago.**
8. Certificado de Registro: \$ 20.00 (dólares americanos) **pague hasta que el registro le entregue la orden de pago.**
 - **Se recomienda realice la Búsqueda de Antecedentes Registrales**, para que usted verifique si la marca y el diseño que solicita ya se encuentran registrados, o si existe una marca o diseño similar o igual.
 - **Búsqueda Denominativa** \$15.00 dólares. Se entrega en tres días hábiles de trabajo, (a partir del día siguiente de la entrega de la solicitud en Secretaria).
 - **Búsqueda por Diseño** \$ 20.00 dólares se entregan los resultados a los quince días hábiles de trabajo.



MINISTERIO DE FOMENTO INDUSTRIA Y COMERCIO
REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Para uso del RPI:



Timbres Fiscales

SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL O EMBLEMA

(1) SIGNO

Nombre Comercial

Emblema

(2) NOMBRE Y APELLIDOS O RAZÓN SOCIAL DEL SOLICITANTE:

Dirección, Domicilio y País:

Nº. Teléfono:

Nº. Fax:

E-mail:

Apartado Postal:

Lugar de Constitución (si es persona jurídica):

Más de un solicitante (Anexa hoja con datos de cada uno)

(3) REPRESENTANTE O APODERADO: NOMBRE Y GENERALES DE LEY:

Dirección para Notificaciones:

Cédula de Identidad:

Nº. Teléfono:

Nº. Fax:

Apartado Postal:

E-mail:

Poder inscrito en el registro de poderes: Si No Número:

Se Adjunta poder: Si

(4) REPRODUCCIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL O EMBLEMA

Denominativa:

Figurativa:

Mixta:

Grafía Especial:

Colores especiales:

Se reserva color (es):

Lista de colores reservados:

Descripción gráfica (Figurativa o Mixta):

Clasificación Viena (elementos figurativos):

Se adjuntan reproducciones blanco y negro

Si No

Indicar número:

Se adjuntan reproducciones a color

Si No

Indicar número:

ADHIERA ETIQUETA DEL EMBLEMA
O INDIQUE DENOMINACIÓN DEL
NOMBRE COMERCIAL
(No mayor de 4 cm por lado)

(5) UTILIZACIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL O EMBLEMA:

Fecha de inicio de uso en el comercio:

Giro de las actividades:

Lugar de actividades o de ubicación de los Establecimientos Comerciales:

Anexa hoja con información adicional:

(8) DOCUMENTO ADJUNTOS:

Comisiono para presentar este escrito de acuerdo al



**MINISTERIO DE FOMENTO INDUSTRIA Y COMERCIO
REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**

Para uso del RPI:



Timbres Fiscales

SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA

(1) MARCAS

- Fábrica y Comercio Comercio Servicio
 Colectiva Certificación Casa

(2) NOMBRE Y APELLIDOS O RAZON SOCIAL DEL SOLICITANTE (S):

Dirección:

Domicilio

País:

Nº. Teléfono:

Nº. Fax:

E-mail:

Apartado Postal:

Lugar de Constitución (si es persona jurídica):

Más de un solicitante (Anexa hoja con datos de cada uno)

(3) REPRESENTANTE O APODERADO: NOMBRE Y GENERALES DE LEY:

Dirección para Notificaciones:

Cédula de Identidad:

Nº. Teléfono:

Nº. Fax:

Apartado Postal:

E-mail:

Poder inscrito en el registro de poderes: Si No Número:

Se Adjunta poder: Si

4) PRIORIDAD: Parcial Múltiple:

Nº. De solicitud prioritaria:

Fecha de presentación:

País u oficina de presentación:

Se adjunta: Copia certificada de la solicitud prioritaria:
Traducción de copia certificada:

Se anexa hoja indicando datos de cada prioridad los datos que anteceden y productos y servicios cubiertos por cada clase:

(5) INVOCA REGISTRO EN EL PAÍS DE ORIGEN EN BASE AL ARTÍCULO 6 QUINQUES DEL CONVENIO DE PARÍS PARA LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL:

Si No

Adjunta: Certificado de Registro
Traducción del Certificado

(6) REPRODUCCIÓN DE LA MARCA

Denominativa:

Figurativa:

Mixta:

Tridimensional:

Grafía Especial:

Colores especiales:

Se reserva color (es):

Lista de colores reservados:

Descripción gráfica (Figurativa o Mixta):

Clasificación Viena (elementos figurativos):

Marca tridimensional acompaña: Diferentes vistas Indicar número de vistas:

Se adjuntas reproducciones blanco y negro

Si No Indicar número:

Se adjuntas reproducciones a color

Si No Indicar número:

**ADHIERA ETIQUETA DE LA MARCA
O INDIQUE DENOMINACIÓN
(No mayor de 4 cm por lado)**

(7) PRODUCTOS y SERVICIOS (Agrupados por clases):

Anexa hoja con lista de productos y servicios:

Indicar Clase de solicitud básica:

Indicar clase (s) solicitudes complementarias:

CLASES

1	16	31
2	17	32
3	18	33
4	19	34
5	20	35
6	21	36
7	22	37
8	23	38
9	24	39
10	25	40
11	26	41
12	27	42
13	28	43
14	29	44
15	30	45

(8) DOCUMENTO ADJUNTOS:

Comisión para presentar este escrito de acuerdo al

FORMULARIO DE INSCRIPCION DE CONTRIBUYENTE
PERSONA JURIDICA

PREIMPRESO

1. Numero RUC: <input type="text"/> (Uso exclusivo de la D.G.I.)		2. Fecha: __/__/__	
DATOS BASICOS			
3. Razon Social: <input type="text"/>			4. N° INSS: <input type="text"/>
5. Nombre Comercial: <input type="text"/>		6. Abreviatura R.S: <input type="text"/>	
7. Fecha de Constitución: __/__/__	8. N° Empleados: <input type="text"/>	9. Finalidad: Con Fines de lucro <input type="checkbox"/> Sin fines de lucro <input type="checkbox"/>	
10. Nacionalidad: <input type="text"/>	11. Tipo de Persona Jurídica: <input type="text"/>	12. Naturaleza P.J.: Privada <input type="checkbox"/> Estatal <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/>	
13. Entidad Reguladora: <input type="text"/>	14. N° Registro Entidad Reguladora: <input type="text"/>		
15. Fecha de Certificación: __/__/__	<input type="text"/>		
16. N° Escritura: <input type="text"/>	17. Año Escritura: <input type="text"/>	18. Nombres y Apellidos del Notario: <input type="text"/>	
DOMICILIO TRIBUTARIO			
19. Renta de Adscripción: <input type="text"/>			
20. Sector Territorial: <input type="text"/>	21. Nombre del Sector: <input type="text"/>	22. Casa N°: <input type="text"/>	
23. Dirección: <input type="text"/>			
24. Departamento: <input type="text"/>	25. Municipio: <input type="text"/>	26. Distrito: <input type="text"/>	27. Apartado Postal: <input type="text"/>
28. Teléfono: <input type="text"/> / <input type="text"/>	29. Fax: <input type="text"/>	30. Correo Electrónico: <input type="text"/>	
31. Página WEB: <input type="text"/>			
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL			
32. Documento de Identificación: Cédula de Identidad <input type="checkbox"/> Cédula de Residencia <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/>		33. N° Registro de Cédula de Residencia: <input type="text"/>	
Número: <input type="text"/>		34. Fecha de Emisión: __/__/__ Fecha de Vencimiento: __/__/__	
35. Fecha de Nacimiento: __/__/__	36. Lugar de Expedición: <input type="text"/>	37. Cargo: <input type="text"/>	
38. Primer Apellido: <input type="text"/>		39. Segundo Apellido: <input type="text"/>	
40. Primer Nombre: <input type="text"/>		41. Segundo Nombre: <input type="text"/>	
42. Periodo Duracion: Definido <input type="checkbox"/> Indefinido <input type="checkbox"/> Fecha Inicio: __/__/__ Fecha Fin: __/__/__			
43. Sector Territorial: <input type="text"/>	44. Nombre del Sector: <input type="text"/>	45. Casa N°: <input type="text"/>	
46. Dirección: <input type="text"/>			
47. Departamento: <input type="text"/>	48. Municipio: <input type="text"/>	49. Distrito: <input type="text"/>	50. Apartado Postal: <input type="text"/>
51. Teléfono: <input type="text"/> / <input type="text"/>	52. Fax: <input type="text"/>	53. Correo Electrónico: <input type="text"/>	
54. N° Escritura: <input type="text"/>	55. Año Escritura: <input type="text"/>	56. Nombres y Apellidos: <input type="text"/>	
DATOS DEL SUSTITUTO DEL REPRESENTANTE LEGAL			
57. Documento de Identificación: Cédula de Identidad <input type="checkbox"/> Cédula de Residencia <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/>		58. N° Registro de Cédula de Residencia: <input type="text"/>	
Número: <input type="text"/>		59. Fecha de Emisión: __/__/__ Fecha de Vencimiento: __/__/__	
60. Fecha de Nacimiento: __/__/__	61. Lugar de Expedición: <input type="text"/>	62. Cargo: <input type="text"/>	
63. Primer Apellido: <input type="text"/>		64. Segundo Apellido: <input type="text"/>	
65. Primer Nombre: <input type="text"/>		66. Segundo Nombre: <input type="text"/>	
67. Periodo Duracion: Definido <input type="checkbox"/> Indefinido <input type="checkbox"/> Fecha Inicio: __/__/__ Fecha Fin: __/__/__			
68. Sector Territorial: <input type="text"/>	69. Nombre del Sector: <input type="text"/>	70. Casa N°: <input type="text"/>	
71. Dirección: <input type="text"/>			
72. Departamento: <input type="text"/>	73. Municipio: <input type="text"/>	74. Distrito: <input type="text"/>	75. Apartado Postal: <input type="text"/>
76. Teléfono: <input type="text"/> / <input type="text"/>	77. Fax: <input type="text"/>	78. Correo Electrónico: <input type="text"/>	
79. N° Escritura: <input type="text"/>	80. Año Escritura: <input type="text"/>	81. Nombres y Apellidos: <input type="text"/>	

INFORMACION DE SUCURSALES / DEPOSITOS			
88. Dirección		89. Departamento	90. Municipio
91. Distrito			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
PERSONA QUE REALIZA EL TRAMITE DE INSCRIPCION			
92. Documento de Identificación: Cédula de Identidad <input type="checkbox"/> Cédula de Residencia <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/>		93. N° Registro de Cédula de Residencia:	
Número: _____		94. Fecha de Emisión: ____/____/____ Fecha de Vencimiento: ____/____/____	
95. Primer Apellido:		96. Segundo Apellido:	
97. Primer Nombre:		98. Segundo Nombre:	
99. Sector Territorial:		100. Nombre del Sector:	101. Casa N°:
102. Dirección:			
103. Departamento:		104. Municipio:	105. Distrito:
106. Teléfono: _____ / _____			
107. Apartado Postal:		108. Correo Electrónico:	
109. N° Escritura:	110. Año Escritura:	111. Nombres y Apellidos del Notario:	
DATOS DE ALCALDIA MUNICIPAL			
112. Barrio Domicilio:		113. Barrio Empresa:	114. Barrio Rep. Legal:
115. Nombre Licencia Comercial:		116. ¿Es PYME? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
117. Categoría:			
118. Dirección del Negocio:			
119. Actividad Comercial:			

Ficha técnica del cargo No 1

Nombre de la Empresa: Crece –Marketing

Nombre del Cargo: **Gerente Admo con énfasis en marketing**

Sueldo/Salario: \$500

➤ **Requisitos**

Edad entre 25 - 35 años

Experiencia mínima 4 años

Disponibilidad de horario

Ser licenciado en Mercadotecnia

➤ **Funciones**

Ayudar a la Consultora a mejorar la competitividad en el mercado

Representar a la consultora en los medios de comunicación

Expedir constancias de libros contables y registros de la consultora

Supervisar que las obligaciones contables estén al día

Sistematizar la información de los clientes

Realizar los actos de administración y gestión ordinaria de la Consultora

Responder ante la Gerencia, por la eficaz y eficiente administración de los recursos financieros y físicos de la consultora

Coordinar y supervisar las actividades de todas las área

Definir y aplicar los parámetros para la presupuestación de ingresos, gastos y compra de activos

Establecer las medidas requeridas para garantizar la protección de los recursos y activos de la empresa, evitando su uso inadecuado

Controlar y autorizar la adquisición de bienes y servicios, controlar su suministro, almacenamiento, distribución y uso

Coordinar el manejo y actualización del inventario de los materiales, suministros y bienes utilizados por la empresa

Ficha técnica del cargo No 2

Nombre de la Empresa: Crece -Marketing

Nombre del Cargo: **Diseñador**

Sueldo/Salario: \$400

➤ **Requisitos**

Edad entre 25 - 35 años

Experiencia mínima 2 años

Disponibilidad de horario

➤ **Funciones**

Diseñar ilustraciones, avisos, artículos y publicidad en general

Organizar e instalar exposiciones para eventos de la Consultora

Revisar y Resguardar los diseños realizados

Revisar y Corregir el material diseñado

Suministrar información técnica a los usuarios, en cuanto al diseño para publicaciones

Llevar el registro del material producido

Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización

Ficha técnica del cargo No 3

Nombre de la Empresa: Crece -Marketing

Nombre del Cargo: **Contador**

Sueldo/Salario: \$450

➤ **Requisitos**

Edad entre 25 - 35 años

Experiencia mínima 2 años

Disponibilidad de horario

➤ **Funciones**

Clasificar, preparar, codificar y registrar cuentas, facturas y otros estados financieros

Elaborar comprobantes de ingresos y egresos

Elaborar comprobantes de ingresos y egresos

Calcular costo de materiales y otros desembolsos con base en cotizaciones y lista de precios

Calcular costo de materiales y otros desembolsos con base en cotizaciones y lista de precios

Analizar los estados financieros

Presentar un diagnostico financiero

Formular alternativas y ajustes considerando objetivos organizacionales

Ficha técnica del cargo No 4

Nombre de la Empresa: Crece-Marketing

Nombre del Cargo: **Consultor Marketing digital**

Sueldo/Salario: \$320

➤ **Requisitos**

Experiencia: mínima 2 años.

Disponibilidad para viajar por el país.

Edad: entre 30 - 35 años.

Ser licenciado en Marketing.

➤ **Funciones**

Desarrollar Estrategias de Marketing Digitales.

Desarrollar Plan de Marketing Digital.

Sistematizar la información de los clientes.

Análisis del mercado nacional e internacional.

Supervisar el equipo de profesionales junior de marketing (colaboradores

Manejo eficiente del control de daños y conflictos empresariales

Ficha técnica del cargo No 5

Nombre de la Empresa: Crece-Marketing

Nombre del Cargo: **Consultor de fidelización de clientes**

Sueldo/Salario \$320

➤ **Requisitos**

Experiencia mínima 2 años

Disponibilidad para viajar por el país

Edad entre 30 - 35 años

Ser licenciado en Marketing

➤ **Funciones**

Análisis, petición y seguimiento de datos de clientes para el área de fidelización

Identificar las necesidades y oportunidades a partir de los datos extraídos

Realizar el seguimiento de los proyectos del área de fidelización

Preparar presentaciones, cuadros de mando, informes puntuales, etc.

Tramite: Inscripción de Sociedades

Instancia/ institución donde se realiza el trámite:

Registro público mercantil de Managua

Requisitos

- Escritura de Constitución de Sociedad, en original.
- Solicitud de Inscripción como Comerciante original en papel sellado, firmada por el presidente. (Si la solicitud es firmada por un apoderado especial, se debe relacionar el poder que lo acredita y adjuntar original).
- Fotocopia de la cedula de identidad o pasaporte de la persona que firma la solicitud de comerciante.
- Libros contables de la empresa
 - S.A. (Diario, Mayor, Actas y Acciones)
 - Cía. Ltda. (Diario, Mayor y Actas)
- Poder General de Administración, en papel sellado con C\$ 70 de timbres fiscales.
- Si desea realizar pago de agilización (opcional), debe presentarse a la VUI con la delegada del Registro Mercantil de Managua, a fin de conocer el monto a pagar para este servicio.
- Los pagos de los aranceles se efectúan en los siguientes bancos:

BDF: 1003011700

BANPRO: 10010303736067

A la cuenta: Corte Suprema de Justicia

Aranceles:

- Inscripción de Constitución:
 - Capital menor o igual a C\$100,000: C\$1,000
 - Capital mayor a C\$100,000: 1% del capital
 - Hasta un máximo de C\$30,000
- Solicitud de Comerciante: C\$300.00
- Sellado de libros contables:

Libros de 200 páginas C\$ 100.00 c/u
Más de 200 páginas C\$ 0.50 c/página

- Inscripción de Poder: C\$300.00

Duración:

	Min.	Max.
Duración total:	1 días	6 días
<u>de la cual:</u>		
Espera en fila:	30mn	50mn
Tiempo de atención:	15mn	35mn
Entre pasos:	0 días	6 días

Tramite: Emisión de Documento Único de Registro – DUR

Instancia/ institución donde se realiza el tramite:
(DGI– ALMA - INSS)

Requisitos:

- 3 fotocopias Certificadas de Constitución de Sociedad, inscrita en el Registro Mercantil.
- 3 fotocopias del Poder General de Administración, inscrito en el Registro Mercantil (Si el Representante Legal es Extranjero, sin cédula de residencia).
- 3 fotocopias de cédula de identidad Nicaragüense del Representante Legal, en caso de ser extranjero presentar residencia nicaragüense en condición que le permita trabajar en el país.
- 3 fotocopias de cédula de identidad de cada socio (pasaporte en caso de ser extranjeros) o Copia del RUC (en caso de que el socio sea Persona Jurídica).
- 3 fotocopias de servició público (agua, luz, teléfono o contrato de arriendo a nombre de la persona), para constatar domicilio del presidente o representante legal.
- 3 fotocopias del contrato de arriendo para constatar domicilio de la empresa.

- 3 fotocopias de Poder Especial con C\$ 50.00 de timbres fiscales, si el trámite es realizado por un abogado, gestor o socio.
- 3 fotocopias de cédula de identidad del apoderado especial.
- 3 formularios de Inscripción Llenos (1 original y 2 copias)

ACLARACIONES SOBRE TRAMITE EN DIRECCIÓN GENERAL DE INGRESOS Y ALCALDÍA DE MANAGUA}

- Si el presidente o representante legal de la Empresa NO cuenta con constancia de su domicilio a su nombre, deberá presentar DECLARACION NOTARIAL.
- Si la empresa tiene domicilio en casa de uno de los socios o bufete de abogados, deberá presentarse debe presentar una DECLARACION NOTARIAL para constatar el domicilio de la empresa. Este mismo mecanismo se debe aplicar, si el contrato de arriendo está a nombre de uno de los socios.
- Si el presidente de la sociedad es extranjero, debe tener cédula de residencia, de lo contrario deberá nombrar a un representante legal nicaragüense con cédula de identidad o extranjero con residencia, mediante poder general de administración debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- Se efectúa el pago de la Matrícula Municipal en la delegación de la DGI

Aranceles:

- Matrícula municipal:
Capital menor o igual a C\$ 50,000: C\$ 500
Capital mayor a C\$ 50,000: 1% del capital social
- Constancia de matrícula:
1% de la matrícula municipal

NOTA IMPORTANTE (APLICA SOLO PARA LA DGI):

De acuerdo con el código tributario, Arto. 126, el contribuyente tiene 30 días calendario después de inscribirse en registro mercantil, para solicitar el RUC, una vez concluido este término, incurrirá en una multa de C\$ 750.00

NOTA IMPORTANTE (APLICA SOLO PARA ALMA):

Si la actividad económica requiere de inspección de Medio Ambiente de la Alcaldía de Managua, se debe presentar copia adicional de los documentos antes mencionados, así como realizar pago de C\$ 500.00 en concepto de arancel por dictamen ambiental, abonado a la cuenta de la Alcaldía de Managua en BANPRO según lo dispuesto en el arto. 20 de la ordenanza municipal no. 1 – 2013 “Daño y Multas Ambientales en el Municipio de Managua”.

Para el Registro en la Alcaldía de Managua, mediante su delegación en la VUI, el contribuyente que realizó sus gestiones de inscripción en alguna Administración de Renta de la DGI deberá presentar fotocopia de los documentos que le fueron requeridos por la DGI, incluyendo el Formulario de Registro con los datos de la empresa incorporados.

Una vez emitida la matrícula municipal ante la Alcaldía de Managua, el contribuyente cuenta con 30 días hábiles para efectuar tramites adicionales (relacionados con MINSA, Policía Nacional y/o Dirección de Medio Ambiente/ALMA), de lo contrario se le suspenderá dicha inscripción, quedando sin efecto alguno.

Duración:

	Min.	Max.
Duración total:	4 días	5 días
<u>de la cual:</u>		
Espera en fila:	30mn	1h.
Tiempo de atención:	45mn	1h. 5mn
Entre pasos:	4 días	5 días

Tramite: Registro de inversión extranjera

Instancia/ institución donde se realiza el tramite:

Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC)

Requisitos:

- Carta de solicitud de inscripción dirigida al Director de Políticas de Fomento de Inversiones/MIFIC.
- Fotocopia escritura pública de constitución inscrita en Registro Mercantil.
- Fotocopia de Cedula RUC y Matricula Municipal.
- Fotocopia Poder general de administración inscrito en Registro Mercantil y fotocopia Cédula de Identidad del representante legal o copia del Pasaporte (en caso de ser extranjero).
- Fotocopia de Antecedentes Penales del país de origen (Traducidos al español y Autenticados) y/o Certificado de Conducta emitido por INTERPOL.
- Una foto reciente tamaño carné del Representante Legal de la empresa y/o del Socio mayoritario de la Empresa.
- Fotocopia de Poder Especial para gestores.
- Fotocopia de Contrato de arrendamiento.
- Fotocopia de última planilla de pago (Varones y Mujeres).
- Inscripción o permiso de la institución de acuerdo con el sector económico (INTUR, MEM, CETREX, Otros).

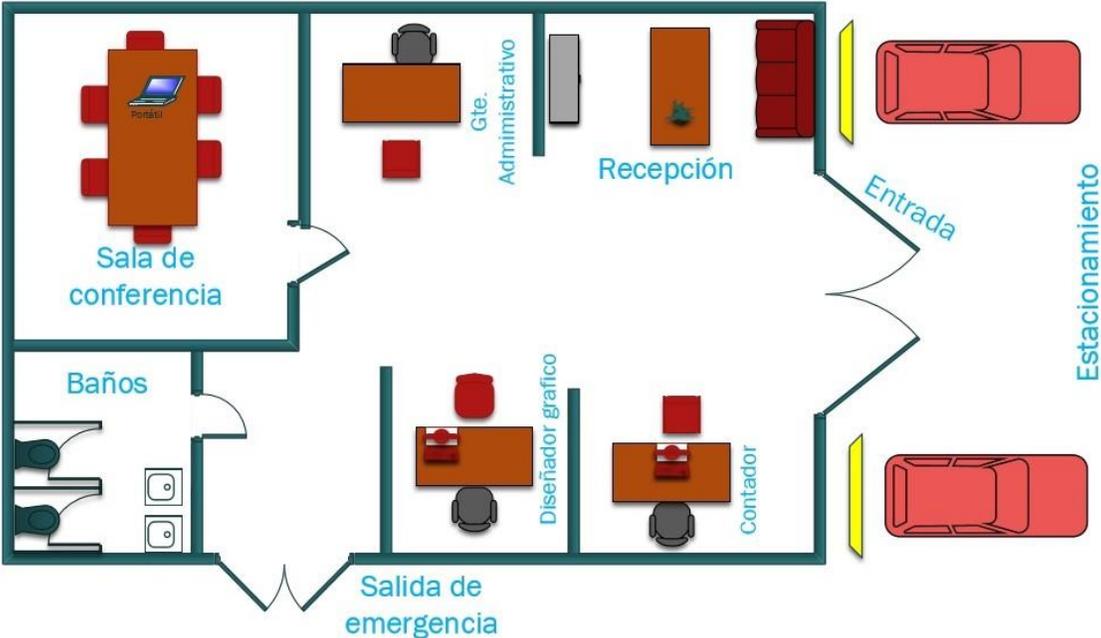
Se realiza visita de verificación a la empresa.

Aranceles:

- Monto mínimo para el Registro: US\$ 30,000.00 dólares (Presentar documentos soportes).
En caso de que la inversión sobrepase los U\$60,000.00 dólares se podrá presentar certificación de inversión elaborada y firmada por un Contador Publica Autorizado (CPA).

Duración:	Min.	Max.
Duración total:	5 días	7 días
<u>de la cual:</u>		
Espera en fila:	0mn	10mn
Tiempo de atención:	40mn	1h. 5mn
Entre pasos:	5 días	7 días

Ubicación de la empresa



6. Glosario

Amortización: proceso mediante el cual se extingue gradualmente una deuda por medio de pagos o abonos que pueden ser iguales o diferentes en intervalo de tiempos iguales o diferentes.

Aranceles: Impuesto que se debe pagar por concepto de importación o exportación de bienes.

Canales de distribución: están definidos por las diferentes fases o etapas por las que un producto pasa, de modo que su propiedad va pasando de manos: desde el fabricante al consumidor o usuario final.

Capacitaciones: es el conjunto de medios que se organizan de acuerdo a un plan, para lograr que un individuo adquiera destrezas, valores o conocimientos teóricos, que le permitan realizar ciertas tareas o desempeñarse en algún ámbito específico, con mayor eficacia.

Capital: Total de recursos físicos y financieros que posee un ente económico, obtenidos mediante aportaciones de los socios o accionistas destinados a producir beneficios, utilidades o ganancias.

Capital de trabajo: se considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).

Consultoría: es un servicio profesional prestado por empresas, o por profesionales en forma individual, conocidas como consultoras o consultores respectivamente, con experiencia o conocimiento específico en un área, asesorando personas, asesorando a otras empresas, a grupos de empresas, a países o a organizaciones en general.

Costo: es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.

Cursograma: permite representar gráficamente procedimientos administrativos.

Demanda: es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

Depreciación: es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste y pérdida de valor que sufre un bien o un activo por el uso que se haga de él.

Diagrama de Gantt: es una herramienta gráfica cuyo objetivo es exponer el tiempo de dedicación previsto para diferentes tareas o actividades a lo largo de un tiempo total determinado.

Diferenciación: Calidad de las marcas y productos que distinguen positivamente de la competencia, bien sea por su imagen de marca o por sus atributos, reuniendo ventajas competitivas que posibilitan su posicionamiento.

Participación de mercado: porcentaje de ventas de un producto o servicio que una empresa tiene con respecto a las ventas totales del mercado en el que participa.

Plan de marketing: se puede definir como la elaboración de un documento escrito que está compuesto por la descripción de la situación actual, el análisis de dicha situación, el establecimiento de objetivos de marketing, la definición de estrategias de marketing y los programas de acción.

Estrategia: Es un plan de acción que se lleva a cabo para lograr un determinado fin a largo plazo.

Flujo de caja: los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado.

Gestión: implica el diseño, implementación y control de medidas y estrategias relacionadas con procesos de administración y producción.

Inflación: es el aumento del precio y servicios existentes en el mercado durante un período de tiempo, generalmente un año.

Innovación: se considera innovar a alterar cualquier cosa introduciéndole novedades. Las personas constantemente están innovando y probando alternativas para su trabajo, estudio o en cualquier ámbito de la vida.

Inversión: es típicamente un monto de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones con el fin de que el mismo se incremente producto de las ganancias que genere ese fondo o proyecto empresarial.

Liderazgo: s un conjunto de habilidades que hacen que una persona sea apta para ejercer tareas como líder.

Muestreo: técnica para la selección de una muestra a partir de una población estadística.

Organización: es un grupo social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos.

PIB: es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado.

Planificación: es el proceso gerencial de desarrollar y mantener una dirección estratégica que pueda alinear las metas y los recursos de la organización.

Posicionamiento: Es el lugar que ocupa un producto o marca en la mente del consumidor.

Presupuesto: un plan operaciones y recursos de una empresa, que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios.

Proveedor: es una persona o una empresa que proporciona existencias y abastecimiento a otra empresa para que ésta pueda explotarlos en su actividad económica.

Punto de equilibrio: una empresa logra cubrir sus costos. Al incrementar sus ventas, logrará ubicarse por encima del punto de equilibrio y obtendrá beneficio positivo. En cambio, una caída de sus ventas desde el punto de equilibrio generará pérdidas.

Rentabilidad: nos referimos a la capacidad que tiene una empresa para poder generar los beneficios suficientes, en relación con sus ventas, activos o recursos propios, para ser considerada rentable. Es decir, que la diferencia entre sus ingresos y sus gastos es suficiente como para mantenerse en el tiempo de manera sostenible y seguir creciendo.

Rentabilidad sobre inversión: La Rentabilidad es un índice que mide la relación entre utilidades o beneficios y la inversión (o recursos) que se utilizaron para obtener tales utilidades o beneficios.

Rentabilidad sobre ventas: mide la capacidad de obtener rentabilidad que tienen las ventas que realiza la empresa en su actividad empresarial.

Segmentación: divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Esto permite optimizar recursos y utilizar eficazmente nuestros esfuerzos de marketing.

Sociedad anónima: es aquella sociedad mercantil cuyos titulares lo son en virtud de una participación en el capital social a través de títulos o acciones.

Subcontratación: supone la búsqueda de una fuente externa a la empresa que pueda prestar de manera eficiente determinados servicios, para que esta pueda disponer de más tiempo para centrarse en los aspectos claves de su negocio.