

ECEE
UPOLI

Escuela
de Ciencias
Económicas y
Empresariales

19-11-2017

Plan de Negocio

Fábrica de Pupitres

FlexiChair



ESCUELA DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES

Plan de Negocio

Fábrica de Pupitres

FlexiChair

Autores y Carrera:

- Roberto Alexander Arroliga Mercado (Economía Gerencial)
- Roberto Abel Castro Olivas (Mercadotecnia)
- Jariela Jubelky Espinoza Guido (Economía Gerencial)
- Octavio Adolfo Orozco García (Contaduría Pública y Finanzas)
- Ana Gabriela Silva Mejía (Economía Gerencial)

Tutor:

Msc.: Eduardo Soza

Managua, Noviembre 2017

Dedicatoria

Dedico este plan de negocio a Dios por las fuerzas que me dio para seguir adelante, a mis padres Idalia Mejía y Byron Silva que con su esfuerzo me permitieron llegar a esta etapa de la vida, con amor y sacrificio.

Agradecimiento

A Dios sobre todas las cosas por su infinito amor, por darme fortaleza, tolerancia y salud en todo este transcurso, por mostrarme en cada momento su poder en cada paso de mi vida.

Agradezco a mis padres Idalia Mejía y Byron Silva por ser padres intachables y dignos de admirar, por enseñarme y guiarme por el camino correcto, por hacerme una mujer de carácter y buenas actitudes.

A mis hermanos Valeria y Byron Silva por sus palabras de aliento e interés en cada paso de mi carrera, por sus ayudas económicas de cada año por gastos universitario.

Agradezco a mi familia en general por ser el motivo y la fuerza para culminar mi carrera universitaria.

A todas mis amistades y personas especiales que se vuelven familia y son parte fundamental de mi vida, quienes estaban siempre al pendiente de mí, regalándome parte de su tiempo y disposición muchas gracias.

A mis maestros y tutor Msc.: Eduardo Soza por su enseñanza y conocimiento brindado en el transcurso de este proyecto.

Ana Gabriela Silva Mejía.

Dedicatoria.

Dedico este plan de negocios a mis padres Martha Mercado y Roberto Arroliga gracias por su apoyo y sacrificio. Gracias por ser mi primera escuela y enseñarme que el que persevera puede lograr sus sueños y alcanzar sus metas.

Agradecimiento

Primeramente agradezco a Dios por brindarme sabiduría, tolerancia, por guiarme en el sendero correcto de la vida e iluminándome en todo lo que realizo de mí convivir diario, por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Agradezco a mi familia por ser pilar fundamental en mi vida, por darme la oportunidad de tener estudios universitarios. Por siempre estar motivándome a seguir adelante y nunca darme por vencido.

A la universidad que me dio la bienvenida y brindarme muchas oportunidades durante mis años de estudio. De igual manera agradezco a mis maestros que supieron guiarme por el camino del conocimiento, siendo parte de mi formación profesional y a mis compañeros por la ayuda que me brindaron en el transcurso de la carrera.

A mi tutor Msc.: Eduardo Soza por su enseñanza, conocimiento y ayuda brindada en el proceso de elaboración del plan de negocios.

Roberto Alexander Arroliga Mercado

Dedicatoria

El presente proyecto de plan de negocios está dedicado a Dios, a mi esposa y padres y a la Universidad Politécnica de Nicaragua. Porque ha estado conmigo a cada paso que doy, guiándome y fortaleciendo mi espíritu para seguir adelante, a mis seres amados, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que tengo ahora. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar; y por supuesto, a la institución que abrió sus puertas y ofreció su soporte durante mi formación académica. A ellos que depositaron su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ellos que soy lo que soy ahora y por el lugar donde me encuentro.

Agradecimiento

El presente proyecto es el resultado del esfuerzo conjunto de todos los que formamos el grupo de trabajo, por ello agradezco a mis compañeros Gabriela Silva, Jariela Espinoza, Roberto Arroliga y Octavio Orozco, quienes a lo largo de este tiempo han puesto a prueba sus capacidades y conocimientos en el desarrollo de este nuevo plan de negocios el cual ha finalizado llenando todas nuestras expectativas. A mi docente a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual me dio la oportunidad y herramientas para superarnos y preparándonos para un futuro.

Roberto Castro

Dedicatoria

Primeramente a Dios nuestro creador por haberme dado la vida, la fuerza, sabiduría, conocimiento y sobre todo Salud para salir adelante y poder lograr todas las metas propuestas hasta el día de hoy.

A mis padres, hermanos y familiares por el apoyo incondicional; la motivación brindada por todos ellos son una de las razones por las cuales estoy llegando a la cima del éxito como correspondencia a su buena enseñanza y amor.

Todos y cada uno de mis maestros merecen ser honrados, ya que ellos con su paciencia sumado del amor a su profesión han formado a mejores profesionales y personas de bien que servirán al país de la misma manera; gracias por habernos transmitido los conocimientos obtenidos y por ayudarnos a lograr culminar nuestra meta.

Agradecimiento

Agradezco a mi padre celestial por darme la vida más la oportunidad de desarrollar las habilidades que con su amor derramó sobre mí.

A mis padres que se han esforzado en un cien por ciento para que mis sueños se hagan realidad gracias por su permanencia y confianza depositada en mi desempeño como profesional.

A mis maestros por brindarme las herramientas necesarias para lograr culminar mi carrera.

Jariela Espinoza Guido

Dedicatoria

A mis padres que me han dado la existencia; y en ella la capacidad por superarme y desear lo mejor en cada paso por este camino difícil y arduo de la vida.

A mis maestros y amigos; que en el andar de la vida nos hemos ido encontrando; porque cada uno de ustedes ha motivado mis sueños y esperanza en consolidar un mundo más humano y con justicia.

Agradecimiento

Primeramente quiero agradecer a Dios por permitirme existir y darme una vida llena de retos y buenas experiencias, pero sobre todo por acompañarme día a día y proveerme de la fuerza necesaria para salir adelante.

A mis profesores quienes depositaron en su saber pero en especial quiero agradecer aquellos que creyeron en mi como mi familia y amigos.

Muchas gracias.

Octavio Adolfo Orozco García

Resumen Ejecutivo

El plan de negocios que se presenta está enfocado en la creación de una fábrica de pupitres flexibles llamada “FlexiChair” ubicada en la ciudad de Managua esta fábrica pretende abastecer de un nuevo modelo de pupitres a los centros educativos privados de Managua y a particulares. Este nuevo modelo consiste en un pupitre con la capacidad de ajustarse mediante la movilidad de la paleta hacia la izquierda, derecha y hacia delante, lo que permitirá un mayor confort para el usuario.

Según el resultado de las encuestas y en base a aspectos pictográficos y demográficos, se concluye que nuestro mercado meta lo componen todos estudiantes (niños y jóvenes) de 7 a 19 años de ambos sexos dentro de Managua y nuestro comprador serian adultos (padres de familia o instituciones académicas) que comprenden edades entre 35 a 60 años de ambos sexos dentro del casco urbano de Managua. El producto como tal seria adquirido en primera instancia por instituciones o colegios técnicos de Managua y en segunda instancia padres de familia que deseen proporcionar a sus hijos un mueble más práctico y que les ayude en sus estudios. El producto para ambos casos será dirigido al tipo de clase social media y alta.

La estrategia de Marketing a utilizar una estrategia de atracción, dado que el producto es innovador para el mercado, y no existe en la actualidad un producto igual de él en la zona; se prevé ingresar al mercado con una campaña de promoción, que incluye participación en ferias escolares y ferias de hogar, puntos estratégicos como centros comerciales y librerías, lanzar publicidad (información de la fábrica y del producto) por medio de las redes sociales todo con el objetivo de dar a conocer el producto.

La inversión del proyecto será financiada en su totalidad por los socios que lo conforman. En el análisis financiero se determinó la viabilidad de la fábrica de pupitres donde se obtiene un VAN de \$ 19393.09 y una TIR de 41% para la inversión del proyecto.

Índice de Contenido

Contenido

1. OBJETIVOS	10
1.1 Objetivo General	10
1.2Objetivo Específicos	10
2 Aporte del proyecto a la economía Local/Nacional	10
3. Perfil estratégico	11
3.1Misión	11
3.2 Visión	11
3.3Estrategia del negocio	11
4. Plan de Marketing	11
4.1 Análisis del entorno y sector	11
Análisis externo	11
Análisis del sector	17
4.2 Investigación de Mercados	19
4.2.1 Antecedentes	19
4.2.2 Justificación del problema	19
4.2.4 Objetivos Generales y Específicos	20
4.2.5 Metodológico	20
4.2.6 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	21
4.2.7 Tipos de fuente de información	21
4.2.8 Fuente de información en cada tipo de investigación	22
4.2.9 Selección de la muestra en cada tipo de investigación	22
4.3 Decisiones estratégicas de Marketing	24
4.3.1Descripción del producto	24
4.3.2 Análisis de la competencia	33
4.3.4 Descripción del Mercado Meta	36
4.3.5 Demanda y Participación de Mercado	38
4.3.6 Estrategia de Marketing	39
4.3.7 Plan de acción	40
4.3.8 Proyecciones de ventas	44
5 Plan de producción	46

5.1 Flujo grama de FlexiChair	46
5.2 Activos Fijos	48
.3 Vida útil de los activos.....	49
5.4 Capacidad Planificada y Futura.....	50
5.5Materia prima	52
5.6 Mano de Obra	52
5.7 Gastos Generales	53
6 Plan de Organización.....	53
6.1 Forma de la empresa	53
6.2 Estructura Organizacional	57
6.2.1 Actividades y gastos pre operativos	58
7 PLAN DE FINANZAS	59
7.1 Presupuesto de Inversiones.....	59
7.2 Estructura de costo	60
7.3 Presupuesto de ventas o ingresos	62
7.4 Estado de resultado proyectado	64
7.5 Flujo de efectivo proyectado	64
7.6 Balance general proyectado.....	65
7.7 Indicadores Financieros	65
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	69
ANEXOS.....	70
GLOSARIO	99

1. OBJETIVOS

1.1 Objetivo General

Determinar la viabilidad de una fábrica de pupitres flexibles en la ciudad de Managua.

1.2 Objetivo Específicos

1. Elaborar un plan de marketing en el cual se analicen los factores internos y externos para la creación y posicionamiento de la empresa.
2. Analizar la capacidad operativa de la fábrica de pupitres.
3. Comprobar la factibilidad y rentabilidad económica de la fábrica de pupitres mediante la aplicación de un plan financiero.

2 Aporte del proyecto a la economía Local/Nacional

Este plan de Negocio se orienta a la creación de nuevos empleos tanto para hombres como mujeres con conocimiento y experiencia en el proceso de elaboración y distribución de pupitres escolares, con la apertura de la fábrica de pupitres se emplearan un total de 10 personas dentro de áreas administrativas y de producción, cabe destacar que el negocio estará sujeto a la contribución del pago de sus impuestos como lo son:

1. A la dirección general de ingreso. (DGI) que se realizará mensualmente.
2. Alcaldía municipal que se le pagará el 2% mensualmente de los ingresos percibidos que contribuirá a la implementación de más proyectos para beneficio de la población por parte de la alcaldía.
3. Prestaciones sociales como: pago de horas extras, aguinaldo, vacaciones.
4. Seguro a los colaboradores (INSS).

A demás de estos toda nuestra materia prima será comprada en el país lo que contribuirá al aumento en las ventas de los comerciantes o empresas que comercialicen productos de nuestro interés.

En conclusión la fábrica de pupitres contribuirá tanto al estado a través de los pagos de las obligaciones fiscales como a nuestros colaboradores al brindarles la oportunidad de empleo y proveedores con el incremento de sus ventas.

3. Perfil estratégico

3.1 Misión

Somos una empresa líder en la fabricación y comercialización de pupitres escolares multifuncionales, únicos en el mercado actual, con precios accesibles, de alta calidad, comodidad y exclusividad para el bienestar del consumidor final.

3.2 Visión

Proyectar la empresa con el continuo mejoramiento del proceso de elaboración del producto expandiendo así nuestro mercado en todo el país logrando la amplitud de nuestros clientes potenciales ofreciéndoles precios competitivos.

3.3 Estrategia del negocio

Diferenciación

La estrategia de negocio será la diferenciación de nuestro producto con los existentes en el mercado actual, por lo general la estrategia de diferenciación consiste en una lucha constante por mantener las características o atributos que muestran diferencia de los demás productos. Las empresas siempre deben tratar de ser eficientes, pero además diferenciarse constantemente, por lo que deberán conocer las características del cliente.

Esta diferenciación puede permitir a la fábrica de pupitres FlexiChair captar una gran cantidad de clientes, los cuales estarán dispuestos a pagar una cantidad de dinero adecuada a nuestra propuesta y esto a su vez nos ayudara en el posicionamiento de la empresa por ofrecer un producto innovador para el mercado Nicaragüense.

4. Plan de Marketing

4.1 Análisis del entorno y sector

Análisis externo

La razón de hacer un análisis externo es detectar oportunidades y amenazas, de manera que se puedan formular estrategias para aprovechar cada oportunidad y eludir las amenazas, así la empresa pueda observar cómo se comportan estos elementos o que tendencia tienen para tomar decisiones o modificar metas o actividades.

El entorno económico está conformado por variables o elementos que la empresa no controla pero que está sujeta a sus cambios.

Ambiente económico

A pesar de las turbulencias económicas globales Nicaragua se ha destacado por mantener niveles de crecimiento superiores al promedio de la región. Nicaragua se coloca en el segundo lugar de crecimiento entre los países de Centroamérica, convirtiéndolo en un país con perspectivas favorables para la inversión tanto nacional como extranjera.

Durante los últimos 5 años comprendidos desde el 2012 al 2016, Nicaragua ha venido experimentado un crecimiento económico según lo reflejan las cifras del Banco Central de Nicaragua ya que el PIB para el año 2012 fue de 10,507.7 millones de dólares mientras que en el año 2016 fue de 13,230.1 millones de dólares, con un crecimiento real del 4.7%; este crecimiento refleja una perspectiva favorable para la inversión en negocios dentro del país.

Otros puntos importantes a considerar como beneficiosos para la empresa, es que el país es atractivo para invertir debido a la seguridad, la estabilidad macroeconómica, la apertura comercial y una baja inflación de 3.13% para el año 2016 estimulando la apertura de nuevos negocios.

La principal desventaja en cuanto al ambiente económico es el alto interés cobrado por las instituciones financieras en Nicaragua, una de las más altas en la región, esto se debe a que en Nicaragua existen menos bancos que en el resto de Centroamérica, lo que nos supone una amenaza a la hora de buscar financiamiento para la creación de una empresa.

En la medida que los empresarios pueden transformar sus productos básicos en bienes y servicios con mayor valor agregado, se va a generar mayor desarrollo económico, se va a generar mayor bienestar en la población e incrementar la capacidad exportadora de nuestro país. Al transformarse los productos, más personas participan en el proceso de producción de los bienes que se consumen en Nicaragua.

Según el Banco Central de Nicaragua (BCN), solo la industria manufacturera ubicada en el sector secundario tiene 166,923 trabajadores afiliados en el Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS), del total de asegurados que hoy asciende a 846,383 trabajadores; la industria en general aporta alrededor de un 28% de los empleados asegurados en el país.

El desarrollo de las nuevas empresas constituye fuentes de empleos formales; donde la industria manufacturera repunta con tasas de crecimiento constante en los últimos periodos, para el año 2016 según cifras oficiales del BCN la industria manufacturera aumentó 3.6%, contribuyendo al crecimiento del PIB con 0.5 puntos porcentuales. La Industria manufacturera registro un aumento de C\$ 394.4 en el año 2016 del salario mínimo respecto al año 2015 (C\$4,285.8).

Según Alfonso Valerio (presidente del Consejo Nicaragüense de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa):

El sector mi pyme en Nicaragua continúa siendo la mayor fuente de empleo, siendo así que el 85% de los empleos vienen del sector mi pyme, es decir, no menos de 1,600,000 puestos de trabajo. Asimismo, contribuyen al Producto Interno Bruto, PIB, con un poco más del 35% y con el 40% de las exportaciones.

Ambiente Socio Cultural

Como nueva empresa es fundamental conocer los cambios en los hábitos de consumo gustos, preferencias, cultura, valores y creencias de las personas sobre lo que necesitan consumir, por medio de la recopilación de datos que nos mantengan informados sobre el entorno que se vive dentro de un mercado potencial.

De acuerdo al Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE), la población estimada de Nicaragua para el 2017 es de 6.30 millones de personas, de las cuales 51% corresponde a mujeres y el 49% restante a hombres, dentro de las cuales un 85% de estos corresponden a niños, jóvenes y adultos entre 0 y 49 años.

Siendo Managua la capital del país cuenta con una población de 1, 507,330 habitantes, concentrando un 24% de la población nacional según datos del INIDE, por ello la apertura de FlexiChair debe ser en Managua para aprovechar el dinamismo comercial que se genera y donde se concentra la mayor cantidad de clientes potenciales. Otro punto a destacar es que en Managua existen más de 40 colegios privados e institutos técnicos de igual manera se encuentran alrededor de 34 Universidades entre públicas y privadas.

Para nuestra empresa esto es muy beneficioso por lo que podríamos tener una mayor segmentación de mercado puesto que hay una gran cantidad de posibles usuarios de nuestro innovador pupitre.

En los centros educativos de Nicaragua, sobre todo en centros privados, cada vez se está optando más por la calidad que se le brinda al estudiantado, no solo en la enseñanza; sino, también en los medios utilizados para que esta sea de calidad.

En Nicaragua no existen pupitres que se adecuen a todas las necesidades de los usuarios, solo el típico pupitre pesado de madera o plástico. Hoy en día se cuentan con alumnos con todo tipo de necesidades insatisfechas en los centros educativos algunas de estas recaen en el tipo de mobiliario que poseen.

Un 28% de los hogares nicaragüenses considera que su capacidad de compra ha mejorado con respecto al año pasado (2016), cuando el porcentaje era del 24%, según la última encuesta sobre la situación de los hogares y las empresas que realiza la Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social (FUNIDES).

También el sector privado considera que hay un buen clima de negocios en el país, el cual ha mejorado, según la encuesta, que indica que seis de cada diez empresarios consultados perciben un clima de inversión positivo.

Ambiente Político Legal

Para establecer y mantener relaciones exitosas con el mercado meta es importante cumplir con los aspectos políticos legales que impiden su sano desarrollo; basándonos en LA (LEY MIPYME)¹.

Cave recalcar el cumplimiento de las leyes que contiene el CODIGO DEL TRABAJO en cuanto a los derechos y deberes de tienen nuestros trabajadores que aseguran la ocupación plena y productiva de estos hacia la empresa obteniendo un clima armonioso entre ambas partes.

Por el cumplimiento de todas estas formalidades se obtendrá acceso a todos los programas y beneficios que las leyes y el Estado otorgan para su desarrollo. Además es bueno cumplir con todas las obligaciones tributarias y sociales porque estas nos ayudan a crecer, incluso los clientes nos verán de otra manera, accediendo más rápido al financiamiento y más que un gasto es una inversión porque los clientes creen en nuestras capacidades.

Entre los beneficios a los que puede gozar una mipyme legalmente constituida está la posibilidad de realizar contratos importantes como proveedores de bienes o servicios de empresas grandes nacionales o internacionales; de igual manera abre las puertas para negociar con clientes de pedidos mayores, dándonos a conocer en ferias locales y además nos permitirá desarrollarnos como empresa.

Ambiente Tecnológico

La tecnología en estos tiempos es la base fundamental para todo negocio ya que su objetivo es promover mejoras y facilitar el uso en el producto, ya que cada vez se trabaja en más ideas y se reduce el tiempo transcurrido entre el nacimiento del proyecto y el éxito de la aplicación práctica.

¹ Ley N. 645. Aprobada el 24 de Enero del 2008, Publicada en la Gaceta N. 28 28 del 08 de Febrero del 2008. Ley de Promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa.

El comercio electrónico es un ejemplo de esta aseveración, con ello podemos crear una empresa y desarrollar los instrumentos tecnológicos de compra y venta de productos.

Al contar con maquinaria y materiales de altos estándares se puede obtener el máximo provecho en el proceso productivo, aparte de optar con un producto más actualizado y una agilización en la elaboración del producto.

En el grado de obsolescencia de un producto tenemos una ventaja ya que nuestro producto no tiene mucho auge tecnológico evitando la depreciación de las máquinas y el costo que ellas proporcionan.

Análisis ambiental

El Medio Ambiente tiene que tomarse en cuenta como un factor más en el desarrollo de un proyecto. En el caso de diseño de productos, un producto que no considere el factor medioambiental no se puede considerar un producto de calidad.

El cambio climático y las campañas para la protección y conservación del medio ambiente es algo a lo que la empresa no está ajena.

Como empresa que trabaja con materia prima maderera es importante conocer las instituciones que velan por este producto como MARENA, INAFOR, PGR, MIPUB y MAGFOR.

Con estas instituciones se coordina la capacitación en legislación ambiental, forestal, leyes vinculantes, permisología forestal y control de transporte de madera.

LEY GENERAL DEL MEDIO AMBIENTE Y LOS RECURSOS NATURALES

LEY No. 217. Aprobada el 27 de Marzo de 1996

Esta ley tiene por objetivo la preservación del medio ambiente y recursos naturales como base para el desarrollo de actividades humanas.

En Nicaragua, hoy en día es uno de los puntos más importantes dentro del gobierno y las empresas, por ello se destacan proyectos de reforestación que se han desarrollado entre el Gobierno, el sector privado y los ganaderos de Boaco y Chontales.

Por su parte, Alfredo Pineda, vicepresidente de la confederación de este sector, expresó:

Que la producción y por ende las exportaciones se han visto afectadas principalmente por el desabastecimiento de madera, la mayor parte de madera de alta calidad se exporta y a las pymes les queda madera de mala calidad y trae como consecuencia disminución en la producción, ya que 73 por ciento de la materia prima utilizada por la industria es de origen nacional.

Análisis del sector

Amenazas de nuevos productos

Según las cinco fuerzas de Porter; las “Amenazas de los nuevos productos” indican cual difícil es entrar en el mercado o bien la alerta que se debe estar ante la incursión como un nuevo producto. Existen muchas dificultades como las regulaciones legales, ubicación de la empresa, la inversión inicial entre otras cosas afectan nuestra incursión.

FlexiChair es una empresa que tiene como objetivo satisfacer necesidades en un público ignorado, aspecto que no se ha llevado a cabo en el pasado siendo este una ventaja competitiva al momento de la inserción en el mercado.

El ser un producto aceptados por el consumidor final dependerá en gran medida de los recursos y capacidades que tenga la empresa para incursionar en el mercado y poder marcar una diferenciación significativa entre nuestro mueble y el producto competidor.

Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores principales se encuentran en el sector maderero como materia prima para los pupitres siendo los más esenciales para el eficiente desarrollo de la empresa siendo este: Maderas el Bosque.

Otros proveedores son Ferreterías que proporcionan las herramientas e insumos necesarios para la elaboración del producto como por ejemplo: Fetesa, SINSA, Ferretería Jenny, etc. son algunas que pueden abastecernos al por mayor de los insumos y equipos necesarios para trabajar.

Rivalidad entre los competidores existentes.

Unas de las principales competencias ante el mercado es la aceptación como tal ya que esta es una empresa naciente frente a muchas que ya están constituidas y con un equilibrio como tal; claro está que contamos con numerosas estrategias de marketing para darle frente a la competencia.

En el caso del precio frente a la competencia, la empresa estaría compitiendo con un precio superior al del mercado actual por las características no convencionales que el pupitre muestra.

Las empresas existentes cuentan con un posicionamiento más fuerte así como una línea de productos diversificada. Esto representa la mayor amenaza de incursión dado que dichas empresas enfocan sus estrategias en la captación de nuevos clientes y la fidelización de los mismos.

Productos Sustitutos

Una de las amenazas permanentes en el mercado son las metalúrgicas existentes de pupitres convencionales ya que hay clientes que tienen a su proveedor fijo por méritos de antigüedad y descuentos que siempre han mantenido o vínculos entre ambas partes.

Considerando que en nuestro país existe una mentalidad muy arraigada de los pupitres como simples muebles para el estudio; no como pupitres que aportan a una mejor educación gracias a lo bien que se pueden sentir el consumidor final debido a las mejores condiciones que el entorno le ofrece mejorando su concentración y participación escolar; en donde el cliente se fija más que todo en que su proveedor le dé un buen precio sin pensar en la durabilidad, calidad y sobre todo comodidad del producto que adquieren.

4.2 Investigación de Mercados

Informe de investigación de mercado

4.2.1 Antecedentes

Al principio, los alumnos se sentaban en largos y toscos bancos de madera sin respaldo del cual servía la pared; En dichos asientos se llegaban a sentar diez, doce, dieciséis e incluso más alumnos que compartían la misma mesa; todos estos estaban elaborados de madera.

Buscando la comodidad del niño, los bancos evolucionaron a principios del siglo XX hacia mesas con tres, dos o una plaza cada una de ellas. Los pupitres modernos en comparación con los antiguos favorecen que el orden se observe en clase y el maestro pueda vigilar más de cerca a los escolares circulando por los pasillos que los separan. Además, permiten que reciban la luz convenientemente, salgan y entren de sus puestos sin molestar a unos a otros y estén con más independencia entre sí. Lo ideal es el pupitre individual o en su defecto, el de dos plazas.

4.2.2 Justificación del problema

Este plan de negocio nos permitirá entender desde el principio cuáles serán los gastos y costos a los que nos enfrentaremos. De esta forma, podremos saber cuánto necesitamos vender para llegar al punto de equilibrio y para que el negocio comience a dar utilidades. Lanzarnos a poner un negocio sin tener esto bien claro, es como dar un gran salto al vacío, con los ojos vendados.

Pero además sabemos que es un documento indispensable en caso de requerir financiamiento, ya sea particular (buscar socios que le entren con nosotros) o bien a través de alguna institución financiera. Ninguna persona sería invertiría en un negocio que no tiene un plan de negocios bien hecho, detallado, que demuestre la rentabilidad potencial.

Sólo con las herramientas que este posee seremos capaces de hecha andar cualquier negocio que genere utilidades; no realizarlo sería una pérdida absoluta de tiempo y dinero mal invertido.

4.2.3 Necesidades de la información

Para el proceso de la investigación fue necesario establecer las pautas necesarias que nos ayude a tomar las decisiones convenientes con respecto al proyecto a desarrollar.

- El grado de aceptación para el consumidor final.
- El grado de aceptación para cliente comprador.
- Criterios para posicionar la marca en el mercado.
- Lugar donde se desarrollara la empresa.
- Conocer y estudiar a la competencia.
- Oportunidades y amenazas para el producto.
-

4.2.4 Objetivos Generales y Específicos

Objetivo General:

Conocer el grado de aceptación del producto en institutos escolares técnicos en Managua.

Objetivos Específicos:

- Determinar el grado de aceptación para comprador y consumidor final.
- Descubrir preferencias y necesidades para posicionar la marca.
- Ubicar lugar donde se desarrolla el producto.
- Plantear rutas de distribución y venta.
- Desarrollar entrevistas y encuestas para conocer gustos y preferencias del consumidor.
- Descubrir mediante datos compilados oportunidades y amenazas para el producto.

4.2.5 Metodológico

Para tener un mejor resultado en la investigación tenemos el marco metodológico, este se encargara de revisar los procesos a realizar para la investigación, no sólo analiza qué pasos se deben seguir para la óptima resolución del problema; sino, este determinará si las herramientas de estudio que se van a emplear ayudarán de manera factible a solucionar el problema.

También se refiere a una serie de pasos o métodos que se deben plantear, para saber cómo se proseguirá en la investigación.

4.2.6 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

En nuestra investigación se tocarán dos diseños únicamente, los cuales abordaremos a continuación, en ellos se desglosarán estrategias básicas para obtener respuestas y comprobar la factibilidad de la investigación.

4.2.6.1 Investigación Exploratoria

Son las investigaciones que pretenden darnos una visión general, respecto a una determinada realidad. Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido.

Con este tipo de investigación podremos conocer mejor el mercado y obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa.

4.2.6.1 Investigación Concluyente

La investigación concluyente suministra información que ayuda a evaluar la información. La investigación concluyente está diseñada para suministrar información para la evaluación e cursos alternativos de acción y se subclasifica en:

- Investigación Descriptiva
- Investigación Causal

En nuestra investigación utilizaremos solo la **DESCRIPTIVA** ya que es la más importante porque por medio de ella se utilizara la formulación de preguntas a los encuestados la cual estudiara las situaciones, costumbres y actitudes predominantes.

4.2.7 Tipos de fuente de información

4.2.7.1 Investigación Exploratoria: utilizando la fuente de información secundaria que refiere a contar con datos ya existentes que provean una información organizada y elaborada, la cual ayudará a la creación de un plan de negocio orientado a la factibilidad de la idea.

4.2.7.2 Investigación Concluyente: Utilizando la fuente de información primaria que refiere a obtener datos originales los cuales ayudaran con información básica, valiosa y segura en el entorno social al que nos dirigimos.

4.2.8 Fuente de información en cada tipo de investigación

4.2.8.1 Investigación Exploratoria: Esta nos permitirá encontrar la mayor cantidad de información disponible en cuanto a los estudios que se han realizado con anterioridad en nuestro campo a indagar tales como:

- ✓ BCN (Banco Central de Nicaragua)
- ✓ Censos económicos de INIDE
- ✓ Banco Mundial

4.2.8.2 Investigación Concluyente: Este tipo de fuente se pondrá en práctica a través de un instrumento de recolección de datos que se realizará para conocer el punto de vista de los encargados de instituciones acerca de la creación de un pupitre multifuncional y así poder recopilar información que permita tomar decisiones acertadas y de igual manera poder establecer alianzas con nuestros proveedores y colegios.

4.2.9 Selección de la muestra en cada tipo de investigación

4.2.9.1 Investigación Exploratoria

4.2.9.1.1 Universo de estudio	Instituciones de Nicaragua
4.2.9.1.2 Población de interés	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Banco Central de Nicaragua ✓ INIDE ✓ Banco Mundial ✓ MARENA ✓ Ministerio Publico
4.2.9.1.3 Muestreo	CENSO; Esta elaborado por un conjunto de instituciones que conforman nuestra población de interés; para analizar y evaluar datos ya existentes.
4.2.9.1.4 Instrumentos de recolección de datos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Revisión documental

4.2.9.2 Investigación Concluyente

4.2.9.2.1 Universo de Estudio	Centros Educativos privados de Managua
4.2.9.2.2 Población de interés	Directores de Centros Educativos N: (10) Centros
4.2.9.2.3 Muestreo	Censo
4.2.9.2.4 Instrumento de Recolección	Entrevista

4.2.9.2.5 Universo de Estudio	Población de Managua
4.2.9.2.6 Población de interés	Padres de Familia N: (100 Padres de Familia)
4.2.9.2.7 Muestreo	Censo
4.2.9.2.8 Instrumento de Recolección	Encuesta

4.2.9.3 Universo de Estudio	Población de Managua
4.2.9.3.1 Población de interés	Población de Managua N: (100 Personas naturales)
4.2.9.3.2 Muestreo	Censo
4.2.9.3.3 Instrumento de Recolección	Encuesta

Nota: La información obtenida en el informante número tres no incluye padres de familia

Justificación de muestras de 100 observaciones

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 un mismo fin que es la 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).

Para este estudio se elaboraron dos tipos de encuestas con una población de interés para cada una de (100 personas naturales) y la otra exclusivamente para (100 padres de familia).

También se elaboró una entrevista con una muestra de (10 colegios privados) situados en la capital de Managua con la finalidad de obtener clientes potenciales interesados en el producto.

4.3 Decisiones estratégicas de Marketing

4.3.1 Descripción del producto

Fábrica de pupitres **FlexiChair** será una empresa especializada en pupitres multifuncionales, a que nos referimos con eso, los pupitres elaborados en la fábrica contarán con paletas ajustables a las necesidades del usuario. La paleta del pupitre estará en la capacidad de ajustarse tanto a la derecha como a la izquierda para el uso de personas diestras y zurdas de igual manera se podrá desplazar hacia delante para brindar mayor espacio al usuario.

4.3.1.1 Tipo de Producto

Bien de consumo duradero: Las características más importantes de este tipo de bienes se reducen en dos: son bienes tangibles y generalmente pueden usarse. El pupitre flexible presenta estas dos características pues es un bien tangible, está destinado para el uso diario y su durabilidad ronda los 8 años.

Productos de Comparación o Bienes de Compra Comparada: Se considera bien de compra comparada un producto tangible del cual el consumidor quiere comparar calidad, precio y tal vez estilo en varias tiendas antes de hacer una compra.

4.3.1.2 Nivel del producto

- Nivel Básico: Fabrica de pupitres flexibles FlexiChair ofrece comodidad e innovación en la experiencia de usar un pupitre en Centros educativos nicaragüenses.
- Nivel Genérico: Es un pupitre fabricado de dos materiales básicos los cuales son madera para las partes del asiento, respaldar, paleta e hierro para todo el esqueleto del pupitre. Este tendrá un diseño estándar que es el que actualmente se maneja en la mayoría de los centros educativos del país.

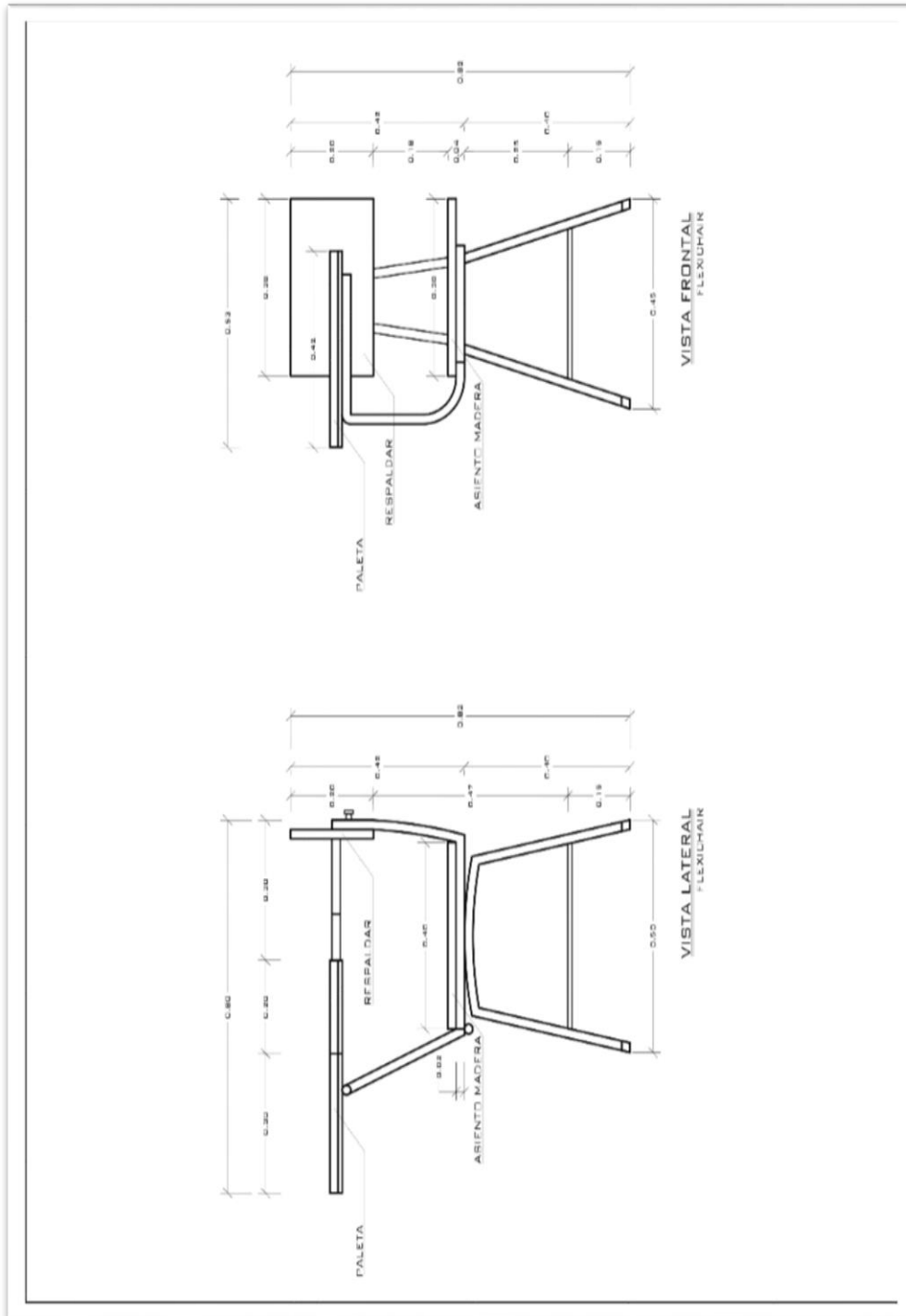
Las modificaciones que el pupitre de la empresa mostrara son las que nos diferencian de las demás competencias, las cuales serían la capacidad que tendrá la paleta de ajustarse a las necesidades del usuario.

Los colores del pupitre para la paleta, el respaldar y asiento serán café (representando los tonos de la madera, la tierra, la naturaleza) y el color anaranjado (representa movilidad) para el esqueleto del pupitre así como los bordes de paleta y asiento.



Figura #1: Pupitre

Figura #2: Medidas de Pupitre



- Nivel Esperado: El pupitre estará en la capacidad de brindarle al usuario la mayor comodidad posible durante el uso que se le dé a este. El producto tendrá una durabilidad de 8 años, dependiendo del cuidado que el usuario le de este puede durar más, el producto entrará al mercado con un precio accesible considerando sus características también en comparación a la competencia.
- Nivel Ampliado: Siendo un pupitre multifuncional excede las expectativas iniciales en comparación con el resto de productos genéricos en el mercado. El pupitre flexible tendrá la capacidad de ajustar la paleta tanto a la izquierda como a la derecha, así como también hacia delante para adecuarse a lo que el usuario necesite al momento de usarlo. El comprador tendrá la facilidad de escoger otro color de pupitre al ya pre-establecido si el así lo desea.
- Nivel Potencial: Para los siguientes años se propone la creación de una línea de pupitres para niños, también asistir a los centros educativos para realizar mantenimiento de los pupitres.

4.3.1.3 Modelo generación de valor

A través del modelo de generación de valor se minimizan los costos y se aumentan los beneficios para que el producto sea atractivo y se genere una satisfacción al cliente en la compra.

En cuanto al aumento de los beneficios se divide en tres aspectos:

- 1- Económicos: Descuentos en fechas especiales, se realizará la asignación de un porcentaje de descuento en una determinada cantidad de pupitres. Tendremos accesibilidad al crédito en un 50% al momento de realizar el pedido y el otro 50% al momento de la entrega del producto terminado.
- 2- Funcionales: El pupitre flexible brindara al cliente confort, comodidad y calidad, el pupitre estará fabricado con altos estándares de calidad lo que garantizara que el pupitre sea durable.
- 3- Psicológicos: FlexiChair ofrece como tal un pupitre completo, va más de la comodidad para el consumidor final, este promete ser un producto fino y de alta

durabilidad logrando obtener clientes interesados en que el novedoso producto haga parte de su colegio y le brinden un cierto nivel de estatus al contar con pupitres adecuados para todos sus estudiantes.

En cuanto a los costos también se dividen en tres:

- 1- Costo monetario: En primera instancia el pupitre tendrá un precio de \$ 40 un precio accesible al mercado al que nos dirigimos.
- 2- Costo de tiempo: El tiempo estimado de entrega de pupitres al cliente que encargue el producto a mayor escala será de 30 días a partir de la fecha en la que el cliente realiza su encargo, también se contara con un inventario en almacenamiento para abastecer a clientes que compren en menor cantidad y requieran su producto de inmediato.
- 3- Costo de energía: La empresa contará con servicio de atención al cliente para cualquier consulta y toma de pedidos, también ofrecerá servicio de entrega para poderle brindar una mejor experiencia en la compra a nuestro cliente.

4.3.1.4 Características del Producto

El pupitre flexible es una propuesta innovadora para el uso de estudiantes nicaragüenses, este pupitre posee un mecanismo de acoples para poder realizar movimientos de la paleta y que esta se ajuste a las necesidades del usuario y de esa manera el usuario pueda conservar una posición correcta al momento de escribir. FlexiChair es un producto que no solo está pensado para brindar la mayor comodidad al usuario, sino que también garantizar seguridad puesto que estará construido de hierro y madera lo que brindará una mayor resistencia y durabilidad. En primera instancia se tiene un color prediseñado para este producto, pero si el cliente quiere también se le puede personalizar.

***nota** al ser FlexiChair una empresa que está naciendo en el mercado no posee una amplia variedad en cuanto al producto que ofrece, especializando únicamente en un único modelo de pupitre ajustable.*

4.3.1.5 Flor de Servicio



Figura#3 Flor de servicio

- Información: Proporcionar información clara y veraz a nuestros clientes con atención amable a través de redes sociales, llamadas telefónicas, Brochure, una página web y presencia en librerías de Managua e instituciones académicas.
- Consultas: Aclarar las dudas de nuestros clientes o clientes potenciales a través de llamadas telefónicas, redes sociales, correo electrónico y pagina web.
- Toma de pedidos: Levantamiento de órdenes mediante herramientas y técnicas eficaces que garanticen la elaboración y entrega del producto en tiempo y forma. Se visitará a clientes para levantar pedidos, también se podrán levantar pedidos a través de la persona encargada de contestar las llamadas y responder en nuestras plataformas sociales.
- Cortesía: Brindar el debido respeto a nuestros clientes y ofrecerle asistencia con la amabilidad que se nos caracteriza.
- Atención: Estar a la orden ante las necesidades del cliente y tomar en cuenta sus sugerencias para mejorar.
- Excepciones: Estar abierto a excepciones razonables con el fin de brindar una buena atención y conservar al cliente como lo puede ser flexibilidad en el periodo de pago, aumentar el pedido, ajustes al producto.

- Facturación: Transparencia y honestidad en la facturación y garantizar a nuestros clientes que somos una empresa confiable.
- Pago: Los pagos serán realizados tanto en efectivo como tarjeta de crédito.

4.3.1.6 Línea del Producto

Las líneas de Producto, también conocida como ciclo de vida del producto es la evaluación de los productos ofrecidos por una empresa cuando ya se encuentran en el mercado.

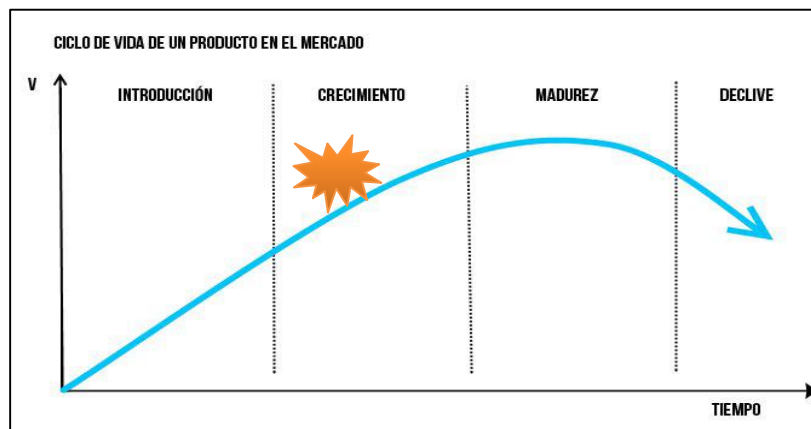
Línea del producto			
Ancho	Pupitre	1	FlexiChair comprende 1 línea de producto
Largo/longitud	Pupitre ajustable	1	FlexiChair no comprende otros artículos
Profundidad	ninguna	0	FlexiChair no posee derivaciones o variantes
Consistencia	ninguna	0	FlexiChair posee consistencia al no estar ramificada en ancho, longitud y profundidad.

Etapas en la vida de un producto

Las cuatro etapas son las siguientes:

- Etapa de introducción. En un principio la fábrica de pupitres estaría en esta etapa puesto que no sería totalmente conocida por el público en general y solo trabajaríamos con una pequeña cantidad de centros educativos.
- Etapa de crecimiento. Con la innovación de nuestro producto y el trabajo de la publicidad se le dará mayor conocimiento al producto lo que a su vez atraerá mayor cantidad de clientes.

- Etapa de madurez: Esta es la etapa en la que se encuentran actualmente las fábricas de pupitre en Nicaragua, con la innovación de nuestro pupitre si ellos no realizan mejoras nosotros seguiremos en la de crecimiento.
- Etapa de declive. Las ventas comienzan a decrecer significativamente y el producto se prepara para salir del mercado normalmente ya saturado.



**Figura #4: Ciclo de vida del servicio.
Elaboración propia**

4.3.1.7 Marca

Las marcas identifican el origen y el fabricante de un producto, y permiten que los compradores, ya sean individuos u organizaciones, atribuyan responsabilidades a un productor o vendedor en particular.

4.3.1.7.1 Nombre

FlexiChair es una combinación de palabras en español e inglés, Flexible y Chair en español "Silla". Se realizó la unión con el objetivo de crear una marca creativa y por ende diferente a los nombres de fábricas actuales.

4.3.1.7.2 Isologo

Un **Isologo** se forma por la unión de un símbolo gráfico y un estímulo textual.



Figura#5 Logo de la empresa

Figura #: ISOLOGO

Contiene la combinación de palabras y la figura de un pupitre con la paleta fuera de su lugar convencional, enfocándonos en la movilidad de la misma.

4.3.1.7.3 Color

El naranja representa un **color** alegre, felicidad, la creación, la amistad y vida. Este **color** libera las emociones negativas, le hace sentir menos inseguro. Este color es para diseños que representan movimiento. El Naranja combina la energía del rojo con la felicidad del amarillo, se le asocia a la alegría, el sol brillante, representa el entusiasmo, la atracción, la creatividad, el ánimo.

El color Café representa Estabilidad, protección y seguridad; Podemos encontrar al **color café** en gran variedad de recursos naturales, principalmente en la tierra y la madera, por lo que se le relaciona con la resistencia, la defensa, la confianza y la permanencia.

4.3.1.7.4 Tipografía

Riffic Free Bold es parte de una familia de fuentes pagadas de siete caras, mejor utilizada para donde se necesita un sentido de diversión o aventura. Funciona mejor grande y audaz como una cara de pantalla, pero también se puede utilizar para el texto del cuerpo en general. Incluye soporte para idiomas cirílicos y griegos y características OpenType, como números alternos y fraccionarios.

4.3.2 Análisis de la competencia Competencia directa

➤ Metalúrgica Martínez

Del Ministerio del trabajo 3 cuadras al Oeste. Managua, Nicaragua

8885 - 0176 / 2266 - 9261



Es el principal competidor para FlexiChair. Dispone 25 años de experiencia y se ha logrado posicionar gracias a una amplia diversificación y se especialización de sus servicios como, por ejemplo: construcción metálica para muebles del hogar, muebles de oficina, para infraestructura industrial y de la

construcción de portones, ventanas, gradas, verjas, etc.

Los precios de sus pupitres oscilan de 35 a 40\$.

El principal canal de distribución es directo, aunque están conscientes que sus productos al ser comprados al mayoreo son revendidos luego.

No cuenta con promociones, pero ofrece cierto margen de negociación cuando sus productos son adquiridos por mayor volumen.

La principal estrategia encontrada en Metalúrgica Martínez son la elaboración de afiches y biblioteca de productos elaborados. La empresa no posee una página web propia, pero si enfoca sus esfuerzos en redes sociales como Facebook donde pueden interactuar de manera más personalizada con sus clientes.

➤ **Muebles en línea**

Semf. Villa Progreso 1 c. al norte, 1 c. al oeste, Nueva Libia A-6. Managua, Nicaragua.

8370 5858 / **2251-4879**



Enfocada en la venta por catálogo virtual, es un competidor fuerte y relativamente nuevo, iniciando actividad en 2016. Cuentan con varias líneas de productos enfocadas a diversas necesidades como oficina, negocios, hogar, escolar, etc.

Los precios están diferenciados dependiendo el material: Tipo Fise Metal Madera a \$ 750.00 córdobas, Tipo Mined 1,200 córdobas, Tipo Concha plástica 1,450.00 córdobas

El canal de distribución es directo. Esto debido a en su mayoría la captación e interacción con el cliente es en línea, centrándose principalmente en Managua.

Actualmente no disponen de promociones o algún tipo de descuento por volumen.

Aparte de la oferta principal, la empresa puede brindar por separado el servicio de tapizado de muebles y la reparación de muebles.

La principal estrategia de la empresa dispone de 3 etapas:

Cotización: la empresa ofrece el servicio de diseño de mueble, toma de medidas y presupuesto. Esto lo puede llevar a cabo un asesor de ventas y no posee ningún costo o compromiso del cliente.

Contratación: El cliente una vez de acuerdo con la propuesta, tiempo y costo del producto, contrata el servicio.

Retiro y entrega: La empresa retira el mueble a reparar y/o entrega el mueble elaborado. Este servicio abarca únicamente el casco urbano de Managua.

Competencia indirecta

Como competidores indirectos se encuentran todas aquellas empresas que fabrican pupitres de manera artesanal o tiendas que diseñan y fabrican muebles a pedido. Sus precios aproximados rondan entre 800 córdobas hasta 2,000 córdobas. Siendo las empresas con mayor alcance el office site y Masaya & Co que poseen un portal web en adición a sus redes sociales en Facebook.

➤ Taller Metalúrgica Juárez

Semáforo Del Colonial 2c Oe 3 1/2c N Managua, Ni.
2244 - 2338

➤ Comercial Emanuel

Bo San Judas Ceibo 2c al S 75vrs Abajo. Managua, Nic
2260 - 5134

➤ Office site

Colonia Los Robles 1 Casa del Café 2c, abajo M/D Managua, Nic.
2223-2207 / 2223-2182

➤ Masaya & Co.

Calle Principal Los Robles

Del Hotel Seminole 250 mtrs al sur Contiguo al restaurante Garabato. Managua, Nic
2263 - 5218

Como conclusión el mercado a incursionar tiene sus riesgos y una gran competencia, sin embargo, al diseñar una estrategia atractiva para el consumidor o cliente meta se logra crear un margen de oportunidad y adquirir posicionamiento.

4.3.3.1 Objetivo general

Realizar un plan de mercado para la introducción exitosa del producto y la marca FlexiChair en el departamento de Managua y lograr la rentabilidad de la empresa.

4.3.3.2 Objetivos específicos

Aumentar el nivel de notoriedad de la marca FlexiChair.

Captar un mayor número de clientes proveniente de los departamentos.

Aumentar las ventas online a través de una página en Facebook y pagina web.

Incrementar las ventas en un 20 % a partir del segundo semestre del 2019.

4.3.4 Descripción del Mercado Meta

Para reconocer nuestro mercado meta para nuestro estudio, se procede a realizar la respectiva segmentación, tomando en cuenta las siguientes características:

- Ubicación geográfica: región, tamaño de la población
- Demografía: edad, sexo, estado civil
- Factor socioeconómico: ingreso, profesión
- Factor pictográfico: estilo de vida, personalidad

Según las características antes mencionadas nuestro mercado meta queda definido de la siguiente manera:

Variables de Segmentación		Aspectos
Geográficas	País	Nicaragua
	Departamento	Managua
	Sector	Académico
		Padres de Familia
Demográficas	Edad	7-60
	Sexo	Indistinto
	Estado civil	Casado
Socioeconómicos	Ingresos	Medio y medio alto
	Profesión	Indistinto
Pictográficas	Estilo de Vida	Conducta de Compra

Tabla #:1 segmentación de mercado
Fuente: Elaboración propia

Según el resultado de las encuestas realizadas se concluye que fabrica de pupitres FlexiChair tiene dos mercados metas. El primer mercado es el de consumo lo componen padres de familia que deseen proporcionar a sus hijos un mueble más práctico que les ayude en sus estudios, que vivan en el casco urbano de la ciudad de Managua, cuyo nivel socioeconómico este comprendido entre medio y alto. El segundo mercado es el organizacional está comprendido por centros educativos privados e instituciones

técnicas ubicadas en la ciudad de Managua, cuyos aranceles rondan de 35 a 80\$ mensuales

4.3.5 Demanda y Participación de Mercado

Fábrica de pupitres FlexiChair está dirigida a satisfacer dos tipos de mercado el primero es el institucional, nuestra demanda potencial son los 44 colegios privados de la ciudad de Managua pero nuestra demanda real será de diez colegios por año de los cuales pretendemos abarcar un 80% que sería nuestra participación de mercado. Cada colegio cuenta con 20 secciones y 205 pupitres por sección lo que nos daría un total de 500 pupitres por colegio. En un año fábrica de pupitres vendería un total de 5000 pupitres en los 10 colegios

Colegios	
demanda potencial	44
demanda real	10
participacion de mercado	80%
cantidad de secciones por colegio	20
cantidad de pupitres por seccion	25
total de pupitres	500

Figura#: 2 Demanda Colegios
Elaboración Propia

El segundo mercado al que está dirigido fábrica de pupitres Flexichair es al mercado masivo que serían los padres de familia del distrito IV de Managua.

Padres de familia	
Familias en el distrito IV de Managua	12,242
participacion	20%

Figura#: 2 Demanda Padres de Familia
Elaboración propia

4.3.6 Estrategia de Marketing

4.3.6.1 Estrategia de Precios

Desde el punto de vista del consumidor, el precio debe entenderse como el valor que entrega el cliente no solo monetario, sino también en tiempo, esfuerzo y riesgo percibido.

El precio es la cantidad de bienes de cambio que una persona está dispuesta a ceder por un bien o servicio.

FlexiChair utilizara la estrategia precios de PENETRACIÓN en el mercado ya que esta es una estrategia que establece un precio inicial bajo para un producto. El objetivo es atraer rápidamente a nuevos clientes con base a su bajo costo. La estrategia es más eficaz para aumentar la cuota de mercado, el volumen de ventas y desalentar a la competencia.

El objetivo de la fijación de precio es tener una buena estrategia para la empresa que se introducen en el mercado con un lanzamiento nuevo y con la esperanza de maximizar los ingresos durante las primeras etapas del ciclo de vida del producto.

4.3.6.2 Estrategia de posicionamiento

Para su promoción se ha concluido utilizar una estrategia de atracción, dado que el producto es innovador para el mercado, y no existe en la actualidad un producto igual de él en la zona; se prevé ingresar al mercado con una campaña de promoción, que incluye participación en ferias escolares y ferias de hogar, puntos estratégicos como centros comerciales y librerías, lanzar publicidad (información de la fábrica y del producto) por medio de las redes sociales todo con el objetivo de dar a conocer el producto.

Flexichair se distinguirá primordialmente de la competencia en base a los siguientes factores que a su vez otorgan al producto de originalidad y prestigio.

- Nuestro producto no solo podrá ser usado por diestros, sino también para estudiantes con destreza en su mano izquierda.
- Cuenta con mecanismos de fácil uso para rotar y ajustar la paleta y ser más cómodo para el uso del usuario.
- Personalización del pupitre ha pedido del cliente.
- Diseño cómodo mediante inclusión de tapizado (Opcional).

- Precio accesible

Como punto final la estrategia de distribución involucra un canal directo, es decir que, como fabricantes, el pupitre se elabora en el taller y este se entrega al comprador o consumidor final por parte de la misma empresa FlexiChair.

4.6.3.3 Estrategia de Segmentación:

La estrategia de segmentación de mercado será la *Segmentación psicograficas*, esta consiste en los hábitos de compras en los consumidores, a menudo se relacionan con el estilo de vida e intereses que tienen los consumidores. En este sentido, **la segmentación psicograficas proporciona a la marcas, la posibilidad de dividir su mercado en grupos basados en la personalidad de cada consumidor**; es decir nos enfocaremos a instituciones educativas interesadas en brindar un verdadero servicio con el mobiliario adecuado y a Padres de familias y personas naturales que tengan el habito de compra.

4.3.7 Plan de acción

4.3.7.1 Acciones de Producto

La estrategia que utilizara FlexiChair es la diferenciación que posee el pupitre al pupitre convencional, este brindara mayor comodidad a cualquier tipo de usuario.

FlexiChair nace con la expectativa de satisfacer un mercado insatisfecho, este será un pupitre multifuncional que estará disponible para todo público, la fábrica estará ubicada en una zona céntrica de la capital como es la Colonia Tenderi Distrito IV.

Nuestro Pupitre cuenta con dos mecanismos, uno de ellos es el cambio de lugar de la paleta de izquierda a derecha o viceversa, también presenta el segundo mecanismo en la parte lateral del pupitre la cual de desplaza hacia adelante y hacia atrás.

Adicionalmente el pupitre puede diseñarse al gusto que desea el cliente en tamaño o en acabados como es la aplicación de tapizado en el asiento y respaldar.

4.3.7.2 Acciones de Precio

El objetivo que se enfoca FlexiChair es originar un producto que satisfaga a todo tipo de usuario, que cubra sus expectativas conforme a calidad, comodidad y precio, y que de igual manera se obtenga un nivel de ingresos que cubra nuestros costos de producción y obtener un margen de rentabilidad aceptable.

4.3.7.3 Acciones de Promoción

La promoción es fundamentalmente un proceso de comunicación entre la empresa y el mercado, con la finalidad de informar, persuadir o recordar las características o beneficios de un producto.

Por ello a través de una adecuada promoción se pretende difundir de manera eficiente los beneficios que traerá consigo la adquisición del pupitre multifuncional fabricado en FlexiChair.

Para la Etapa de introducción del producto se captará la atención de los clientes valiéndose de los siguientes medios publicitarios.

MEDIO	ESTRATEGIA	COSTO MENSUAL
Redes Sociales	Crear un perfil de Facebook con el nombre de la empresa y publicar en esta los productos fabricados. Darle a la página un aspecto de elegancia y estilo que llame la atención de todos los contactos. Si se tienen en cuenta las personas conocidas la página inicialmente tendría aproximadamente 1000 suscriptores.	\$ 60.00
VISITAS AL CLIENTE	Elaborar un plan de visitas periodicas a las diferentes instituciones escolares ofreciendo nuestro innovador producto, logrando alcanzar a de este modo una mayor produccion.(Viaticos, transporte)	\$ 229.51
Brochure	Promover el producto que brindamos de una manera más detallada y atractiva a clientes potenciales. 1500 Brochure	\$ 90.43
Banners Publicitario	Apoyar la campaña de promoción en sitios como ferias, librerías y/o lugares de lanzamiento del producto.	\$ 50.00
	TOTAL	\$ 429.94

Otro medio de promoción para captar la atención al público son las promociones de venta, esta se implementará con incentivos de corto plazo para alentar la compra de los consumidores, a través de las siguientes promociones:

La política de ventas de la compañía establece que las estrategias de promoción incluirán:

- ✓ Llevar un registro en una base de datos de los compradores, a quienes con compras frecuentes se les otorgará obsequios con el logo de la compañía.
- ✓ Por todas las compras de contado se otorgará un descuento del 3%.

4.3.7.4 Acciones de Distribución

Canal de distribución.

Canal de marketing (canal de distribución) Conjunto de organizaciones independientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor final o de un usuario industrial.²

La empresa maneja una distribución directa, ya que es quien produce y también es el que vende el producto o lo hace llegar al consumidor final. Este canal es el más apropiado ya que así se va a tener productos de mejor calidad y no maltratados por los intermediarios y con precios más bajos. Mientras más largo sea el canal es más difícil controlar.

Se implementará la estrategia de distribución selectiva, ya que nuestro producto estará en ciertos puntos de venta. El número de intermediarios es menor y es una buena opción para productos en los que el cliente suele comparar precios antes de comprar y este elegirá la que más le satisfaga.

Estrategia de Distribución



²(Kotler, P., & Armstrong, G, 2008, p. 300).

Fuente: Autores

Los costos relacionados con este canal de distribución se limitan al transporte de la planta de producción al punto de venta.

Año: 2014

Marca: Isuzu

Precio: \$10,000.00



4.3.8 Proyecciones de ventas

<i>Línea de servicios</i>	Año 1		
	Unidades	Precio unit	Total
Venta a Padres de Familia	2,000.00	\$ 40.00	\$ 80,000.00
Venta a Colegios	5,000.00	\$ 38.00	\$ 190,000.00
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
Total	7,000.00		270,000.00

583.33

19.44

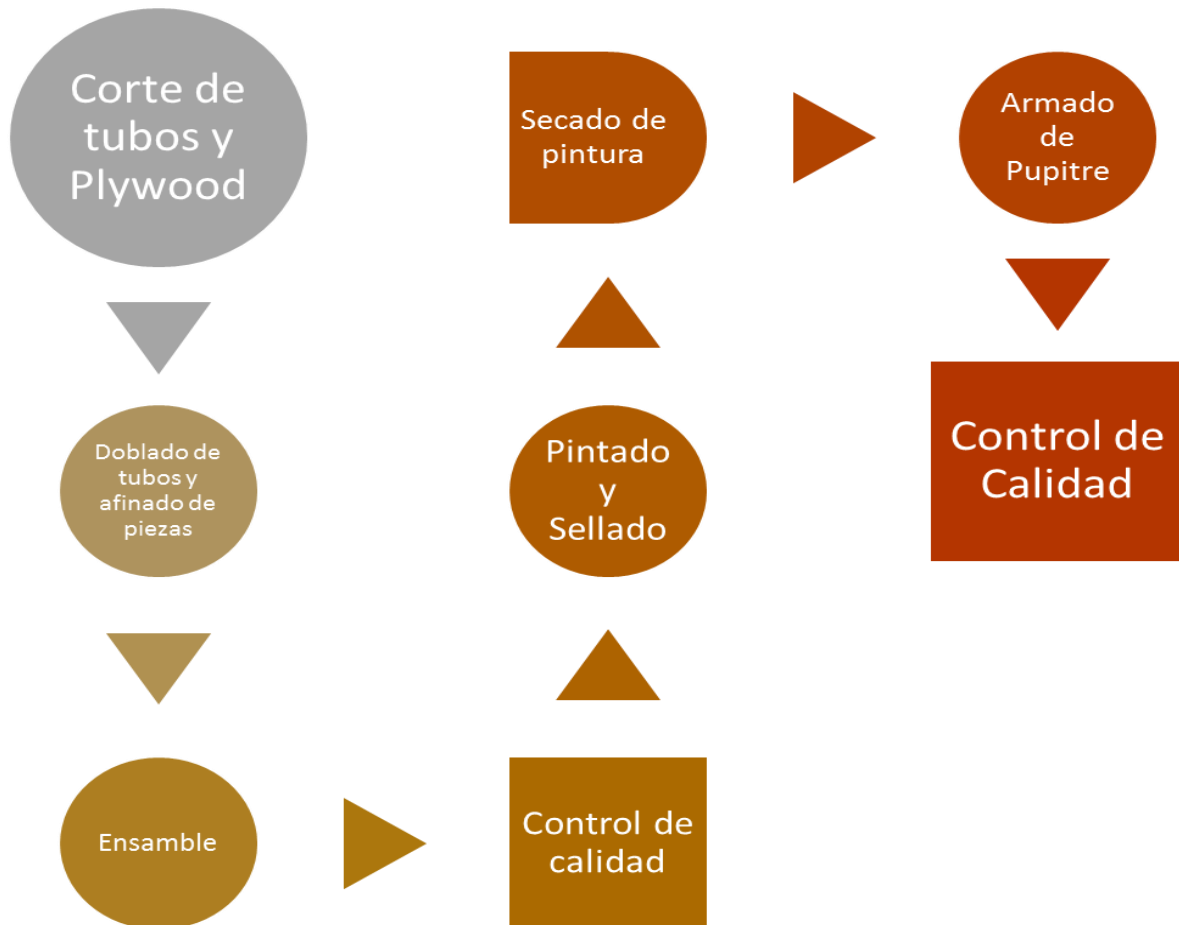
Año 2			Año 3		
Unidades	Precio unitario	Total	Unidades	Precio unitario	Total
2020	\$ 40.80	\$ 82,416.00	2040	\$ 41.62	\$ 84,904.96
5050	\$ 38.76	\$ 195,738.00	5101	\$ 39.54	\$ 201,649.29
0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
7,070.00		278,154.00	7,140.70		286,554.25
Crec. Unid.:	1.00%		Crec. Unid.:	1.00%	
Crec. Precio:	2.00%		Crec. Precio:	2.00%	

Año 4			Año 5		
Unidades	Precio unitario	Total	Unidades	Precio unitario	Total
2061	\$ 42.45	\$ 87,469.09	2081	\$ 43.30	\$ 90,110.66
5152	\$ 40.33	\$ 207,739.10	5203	\$ 41.13	\$ 214,012.82
0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
7,212.11		295,208.19	7,284.23		304,123.48
Crec. Unid.:	1.00%		Crec. Unid.:	1.00%	
Crec. Precio:	2.00%		Crec. Precio:	2.00%	









Tabla#:3 Proyecciones de Venta

5 Plan de producción

5.1 Flujo grama de FlexiChair



Proceso del flujograma detallado

	<p>En la primera fase se procede a cortar los tubos para el esqueleto del pupitre, simultáneamente otro trabajador se encargara del corte de la madera utilizando un molde para las piezas de la paleta, respaldar y asiento. (En este proceso se necesitaran dos trabajadores con un tiempo de 9 minutos).</p>
	<p>Se procede a darle forma a los tubos para cada parte del pupitre y realizarle perforaciones a las partes que en el ensamble se necesitaran. Otro trabajador se encargara de afinar las orillas de las piezas de madera. (En este proceso se necesitaran dos trabajadores con un tiempo de 9 minutos).</p>
	<p>En la tercera fase se procede a ensamblar las piezas cortadas y afinadas a través de soldadura. (En este proceso se necesitara un trabajador con un tiempo de 9 minutos).</p>
	<p>En el control de calidad se procede a inspeccionar el correcto ensamble del producto. (Se necesita una persona, tiempo 9 minutos).</p>
	<p>Ya completado correctamente el ensamble se procede a pintar toda la estructura metálica y al mismo tiempo sellar las piezas de madera. (Se necesita una persona, tiempo 9 minutos).</p>
	<p>Tiempo de secado de la estructura metálica y piezas de madera</p>
	<p>Se ensamblaran las piezas de madera paleta, respaldar y asiento a la estructura metálica. (Se necesita una persona, tiempo 9 minutos)</p>
	<p>Se procede a inspeccionar el producto terminado.</p>

5.2 Activos Fijos

NOMBRE DEL ACTIVO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA			
COMPUTADORAS	4	400.00	1,600.00
TELEFONOS	4	50.00	200.00
ESTANTES METALICOS	4	80.85	323.40
SILLAS DE ESPERA	7	29.11	203.77
SILLAS PARA ESCRITORIO	3	62.90	188.70
MICROONDAS	1	100.00	100.00
OASIS	1	147.00	147.00
CAFETERA	1	58.36	58.36
IMPRESORAS	1	350	350.00
SILLAS DE OFICINA	4	80	320.00
ESCRITORIOS	7	81.91	573.37
AIRE ACONDICIONADOS	2	600	1,200.00
ARCHIVOS	4	122.89	491.56
HERRAMIENTAS			
SIERRA CALADORA	2	78.47	156.94
ESMERILADORA ANGULAR	2	164.22	328.44
COMPRESOR DE AIRE	1	467.86	467.86
EXTENCION ELECTRICA	2	17.46	34.92
CINTA METRICA	3	4.9	14.70
MASCARA PARA SOLDAR	1	7.76	7.76
ESTUCHE DE DESARMADORES	3	6.9	20.70
TALADRO PERCUTOR	2	70.25	140.50
CEPILLO ELECTRICO	2	137.35	274.70
ESCUADRA PROFESIONAL	3	5.59	16.77
SERRUCHO PROFESIONAL	3	5.38	16.14
MARTILLO	3	4.09	12.27
SIERRA CIRCULAR	2	140.25	280.50
LLAVE AJUSTABLE	2	27.43	54.86
JUEGO DE LLAVES CONVINADAS	3	54.21	162.63
PISTOLA PARA PINTAR	1	16.51	16.51
EQUIPO RODANTE			
CAMION 6 TON	1	10,000.00	10,000.00
TOTAL GENERAL			

Tabla#:4 Activos Fijos

.3 Vida útil de los activos

Tabla#: 5 Depreciación

NOMBRE DEL ACTIVO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	VALOR DE ADQUISICION	MESES	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR ACTUAL AÑO 1	VALOR ACTUAL AÑO 2	VALOR ACTUAL AÑO 3	VALOR ACTUAL AÑO 4	VALOR ACTUAL AÑO 5
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA												
COMPUTADORAS	4	400.00	1,600.00	1,600.00	24.00	66.67	800.00	800.00	-	-	-	-
TELEFONOS	4	50.00	200.00	200.00	24.00	8.33	100.00	100.00	-	-	-	-
ESTANTES METALICOS	4	80.85	323.40	323.40	60.00	5.39	64.68	258.72	194.04	129.36	64.68	-
SILLAS DE ESPERA	7	29.11	203.77	203.77	60.00	3.40	40.75	163.02	122.26	81.51	40.75	-
SILLAS PARA ESCRITORIO	3	62.90	188.70	188.70	60.00	3.15	37.74	150.96	113.22	-	-	-
MICROONDAS	1	100.00	100.00	100.00	24.00	4.17	50.00	50.00	-	-	-	-
OASIS	1	147.00	147.00	147.00	24.00	6.13	73.50	73.50	-	-	-	-
CAFETERA	1	58.36	58.36	58.36	24.00	2.43	29.18	29.18	-	-	-	-
IMPRESORAS	1	350	350.00	350.00	60.00	5.83	70.00	280.00	210.00	-	-	-
SILLAS DE OFICINA	4	80	320.00	320.00	60.00	5.33	64.00	256.00	192.00	128.00	64.00	-
ESCRITORIOS	7	81.91	573.37	573.37	60.00	9.56	114.67	458.70	344.02	229.35	114.67	-
AIRE ACONDICIONADOS	2	600	1,200.00	1,200.00	60.00	20.00	240.00	960.00	720.00	480.00	240.00	-
ARCHIVOS	4	122.89	491.56	491.56	60.00	8.19	98.31	393.25	294.94	196.62	98.31	-
HERRAMIENTAS												
SIERRA CALADORA	2	78.47	156.94	156.94	60.00	2.62	31.39	125.55	94.16	-	-	-
ESMERILADORA ANGULAR	2	164.22	328.44	328.44	60.00	5.47	65.69	262.75	197.06	-	-	-
COMPRESOR DE AIRE	1	467.86	467.86	467.86	60.00	7.80	93.57	374.29	280.72	187.14	93.57	-
EXTENCION ELECTRICA	2	17.46	34.92	34.92	60.00	0.58	6.98	27.94	20.95	13.97	6.98	-
CINTA METRICA	3	4.9	14.70	14.70	60.00	0.25	2.94	11.76	8.82	5.88	2.94	-
MASCARA PARA SOLDAR	1	7.76	7.76	7.76	60.00	0.13	1.55	6.21	4.66	3.10	1.55	-
ESTUCHE DE DESARMADORES	3	6.9	20.70	20.70	60.00	0.35	4.14	16.56	12.42	8.28	4.14	-
TALADRO PERCUTOR	2	70.25	140.50	140.50	60.00	2.34	28.10	112.40	84.30	-	-	-
CEPILLO ELECTRICO	2	137.35	274.70	274.70	60.00	4.58	54.94	219.76	164.82	-	-	-
ESCUADRA PROFESIONAL	3	5.59	16.77	16.77	60.00	0.28	3.35	13.42	10.06	-	-	-
SERRUCHO PROFESIONAL	3	5.38	16.14	16.14	60.00	0.27	3.23	12.91	9.68	-	-	-
MARTILLO	3	4.09	12.27	12.27	60.00	0.20	2.45	9.82	7.36	-	-	-
SIERRA CIRCULAR	2	140.25	280.50	280.50	60.00	4.68	56.10	224.40	168.30	-	-	-
LLAVE AJUSTABLE	2	27.43	54.86	54.86	60.00	0.91	10.97	43.89	32.92	21.94	10.97	-
JUEGO DE LLAVES CONVINADAS	3	54.21	162.63	162.63	60.00	2.71	32.53	130.10	97.58	65.05	32.53	-
PISTOLA PARA PINTAR	1	16.51	16.51	16.51	60.00	0.28	3.30	13.21	9.91	6.60	3.30	-
EQUIPO RODANTE												
CAMION 6 TON	1	10,000.00	10,000.00	10,000.00	60.00	166.67	2,000.00	8,000.00	6,000.00	4,000.00	2,000.00	-
TOTAL GENERAL				\$ 17,762.36		\$ 348.67	\$ 4,184.08	\$ 13,578.28	\$ 9,394.20	\$ 5,556.82	\$ 2,778.41	\$ -
							24	2,337.57				
							60	2,787.44				
							TOTAL	5,125.01				

5.4 Capacidad Planificada y Futura

El uso de la capacidad instalada depende de las cantidades producidas, es decir de la ocupación de la infraestructura para generar los bienes y servicios para los cuales fue diseñada.

Fábrica de Pupitres FlexiChair cuenta con un área neta de 228.87 MT², tomando en cuenta el espacio destinado para la producción tenemos dos bodegas, las cuales son de materia prima de 30mt² y producto terminado de 40mt².

El área disponible de la fábrica comprende cuatro grandes zonas a conocer, estas se encuentran divididas según la disposición del trabajo a realizar; la primer área llamada exteriores abarca la zona de parqueo particular y de carga, así como los accesos directos e indirectos, la segunda área corresponde a la interacción con el cliente y/o usuarios por los encargados de venta por lo tanto le llamaremos a esta área atención al cliente, la tercer área corresponde a los procesos administrativos y gerencia, y por último el área de producción que engloba los procesos técnicos para la fabricación de nuestra silla.

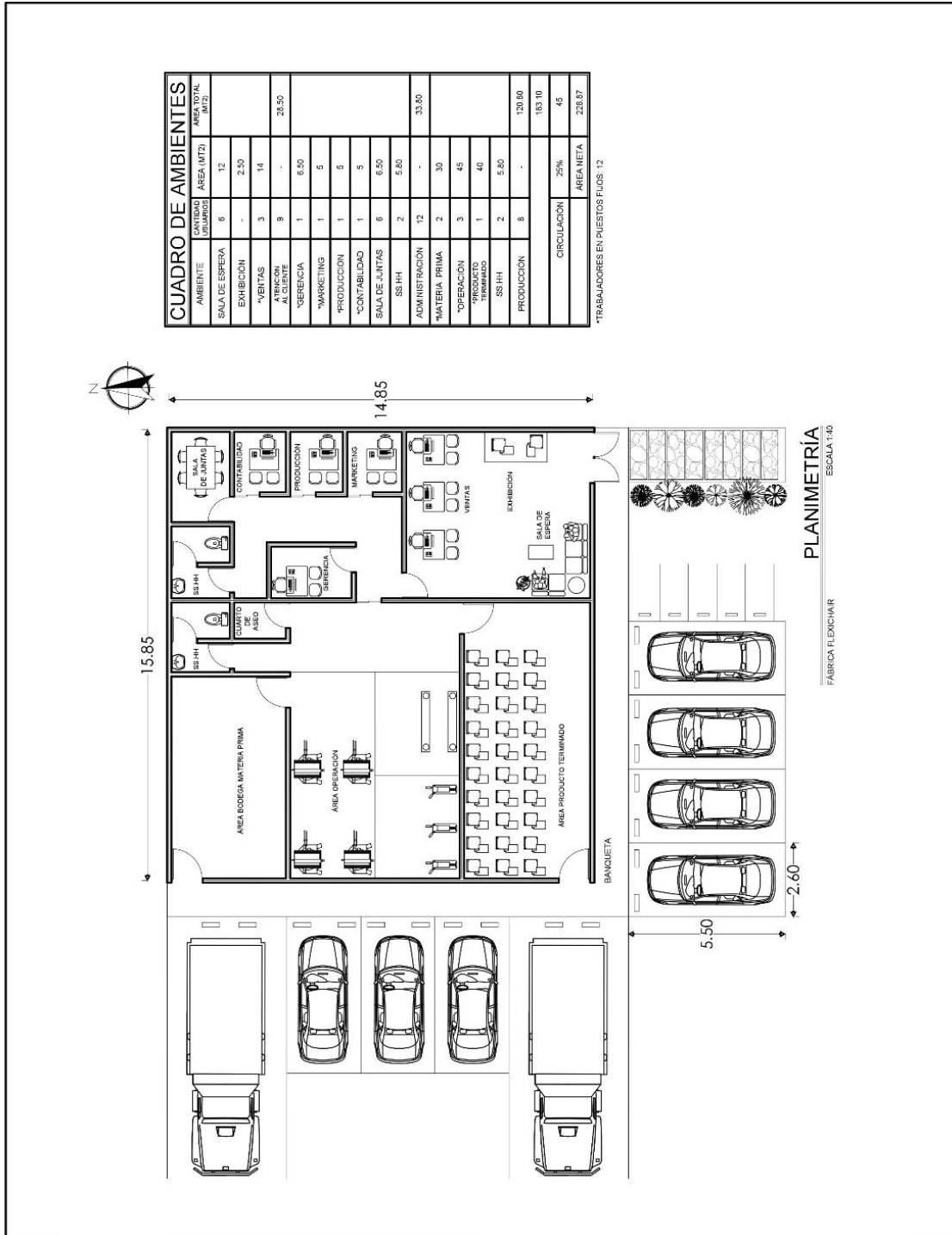


Figura #: 4 Planimetría Fábrica de Pupitres

Elaboración Propia

5.5 Materia prima

DESCRIPCION	UND MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
TUBO NEGRO 3/4*6	UND	50	6.69	334.50
TAPONES PARA TUBO 3/4	UND	200	0.16	32.79
MELAMINA 16MM*4*8	UND	12	23.35	280.20
LAMINA DE HIERRO .60MM*1219MM*3048MM	UND	12	15.12	181.44
BROCA PARA METAL	UND	6	7.89	47.34
LIJA DE MADERA 9*11 GRANO 60	UND	12	0.47	5.64
LIJA DE MADERA 9*11 GRANO 36	UND	12	0.86	10.32
SOLDADURA 3/32*14 6011	LIBRA	5	2.78	13.90
PEGA AMARILLA PARA MADERA	GL	2	19.31	38.62
PINTURA ANTICORROSIVA NEGRA	CUBETA	1	67.94	67.94
BARNIZ MARINO	GL	2	24.68	49.36
PERNO CON TUERCA 5/16*2 1/2	UND	350	0.06	21.00
PERNO CON TUERCA 2/8*2 1/2	UND	100	0.09	9.00
DILUYENTE DE PINTURA	GL	5	6.00	30.00
			TOTAL	\$ 1,122.05

5.6 Mano de Obra

Detalle del costo del personal con las prestaciones sociales M.O.D.					
Costo personal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	5	5	5	5	5
Salarios	\$ 13,200.00	\$ 13,464.00	\$ 13,733.28	\$ 14,007.95	\$ 14,288.10
Prestaciones + seguridad social	\$ 6,072.00	\$ 6,058.80	\$ 6,179.98	\$ 6,303.58	\$ 6,429.65
Total costo personal	\$ 19,272.00	\$ 19,522.80	\$ 19,913.26	\$ 20,311.52	\$ 20,717.75

Prestaciones y Regimen Social están calculadas como un 46% sobre el salario de empleados (19 inss, 8.33 por tres (aguinaldo, vacaciones, indemnización), 2 inatec)

Detalle del costo del personal con las prestaciones sociales M.O.I.					
Costo personal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	5	5	5	5	5
Salarios	\$ 17,760.00	\$ 18,115.20	\$ 18,477.50	\$ 18,847.05	\$ 19,224.00
Prestaciones + seguridad social	\$ 8,169.60	\$ 8,332.99	\$ 8,499.65	\$ 8,669.64	\$ 8,843.04
Staff (Asesor Legal)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total costo personal	\$ 25,929.60	\$ 26,448.19	\$ 26,977.16	\$ 27,516.70	\$ 28,067.03

Prestaciones y Regimen Social están calculadas como un 46% sobre el salario de empleados (19 inss, 8.33 por tres (aguinaldo, vacaciones, indemnización), 2 inatec)

Tabla#: 6 Mano de Obra

5.7 Gastos Generales

Gastos Generales					
Detalles	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Presupuesto de Mercadeo	\$ 5,159.26	\$ 5,210.85	\$ 5,262.96	\$ 5,315.59	\$ 5,368.74
Depreciación	\$ 3,434.08	\$ 3,434.08	\$ 2,381.40	\$ 2,381.40	\$ 2,381.40
Servicios básicos (agua, luz telef, internet)	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00
Alquiler	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00
Materiales de reposición	\$ 15,249.44	\$ 15,249.44	\$ 15,249.44	\$ 15,249.44	\$ 15,249.44
Mantenimiento	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00
Artículos de oficina	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00
1% sobre ventas	\$ 2,700.00	\$ 2,781.54	\$ 2,865.54	\$ 2,952.08	\$ 3,041.23
Matricula alcaldia (2%)	\$ -	\$ 5,400.00	\$ 5,563.08	\$ 5,731.09	\$ 5,904.16
Gastos Generales	\$ 43,542.78	\$ 49,075.91	\$ 48,322.42	\$ 48,629.60	\$ 48,944.99
Gastos Generales sin depreciación	\$ 40,108.70	\$ 45,641.83	\$ 45,941.02	\$ 46,248.20	\$ 46,563.59

Tabla#:7 Gastos Generales

6 Plan de Organización

6.1 Forma de la empresa

Plan para la legalización de la empresa:

La empresa está constituida como jurídica ya que al establecerla de esta manera adquiere y asume las obligaciones a nombre de esta.

De esta manera las obligaciones se limitan y están garantizadas solo con los bienes que la empresa pueda tener a su nombre (tanto capital como patrimonio).

Según lo establecido en la Ley 645, Ley MIPYME, podrán inscribirse en el RUM “Todas aquellas Micros, Pequeñas y Medianas, Empresas formalizadas, que operan como personal natural o jurídica en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales, agroindustriales, agrícola, pecuarias, comerciales, de exportación, turística, artesanales y de servicios, entre otras”.

Adicionalmente a lo anterior, deberán cumplir con los siguientes parámetros:

VARIABLES	MICROEMPRESAS	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA
Número total de Trabajadores	1-5	6-30	31-100
Activos totales (Córdobas)	Hasta 200.0 miles	Hasta 1.5 millones	Hasta 6.0 millones
Ventas Totales Anuales (Córdobas)	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones	Hasta 40 millones

Considerando los aspectos de la ley anteriormente señalada la empresa cuenta con más de 6 trabajadores lo que indica según el cuadro superior que esta entra al mercado como una pequeña empresa.

MATRIZ LEGAL				
No.	LEYES	ASPECTOS LEGALES	Requisitos	Fecha de cumplimiento
1	Inscripción de la Sociedad	Código Mercantil	Cédula Original y Copias de las cedulas de los Socios. Aportes de Capital, Acciones	Del 2 al 07 de Enero del 2018
2	Constitución de la Sociedad	Ley 40: Ley de municipios y Plan de Arbitrio	1. Copia y original de cedula de identidad 2. Solvencia municipal 3. Formulario de apertura de matrícula de cuota fija. 4 Pago de Arancel	Del 1 al 15 de Febrero 2018
3	Inscripción en la DGI (Solicitud de No. RUC)	Ley 437 Ley Creadora del Registro único del contribuyente (Gaceta, Diario oficial No. 246)	1. Escritura de Constitución 2. Solicitud por Escrito 3. Pago de Aranceles 4. Llenar Formularios 5. Cedula Ruc Original y copia de la cédula de identidad del Representante.	Del 16 al 28 de Febrero del 2018
4	Registro de la Sociedad en la Alcaldía de Managua	Ley 40: Ley de municipios y Plan de Arbitrio	1. Acta de Constitución Certificada. 2. Numero Ruc. 3. Cedula de Identidad del Representante 4. Formato de la Alcaldía de Managua y comprobante del Pago de Arancel. 5. Poder General de Administración. 6. Formulario de Apertura de Matricula	Del 16 al 28 de Febrero del 2018

5	Permiso de Rotulación	Ley 40: Ley de municipios y Plan de Arbitrio	1. Carta de solicitud del Servicio que describa el rotulo. Datos generales del solicitante y leyenda 2. Solvencia de la Alcaldía de Managua	Del 1 al 15 de Marzo del 2018
6	Inscripción del Personal al Instituto de Seguridad Social (INSS)	Reglamento General de la Ley de Seguridad Social Decreto No. 975	1. Solicitud por escrito 2. Acta de Constitución 3. Llenar Formulario de Inscripción 4. Pago de Arancel 5. Fotocopia de Cedula del Representante Legal de la empresa.	Del 1 al 15 de Marzo del 2018
7	Inscripción INATEC	Ley Orgánica de INATEC , Decreto 40-94	1. Solicitud por escrito 2. Acta de Constitución 3. Llenar Formulario de Inscripción 4. Pago de Arancel 5. Fotocopia de Cedula del Representante Legal de la empresa.	Del 1 al 15 de Marzo del 2018
8	Licitaciones	Ley No. 737: Ley de Contrataciones Administrativas del Sector Público	Según ámbito de aplicación en la ley 737 establece "Las Instituciones o Empresas que reciben fondos provenientes del sector público o en las que el Estado tenga participación accionaria	Del 1 al 15 de Marzo del 2018
9	Contratación del Personal	Ley no. 185 Código Laboral	Contrato Labora y Contrato de Servicio Profesionales	Del 16 de Marzo al 15 de Abril del 2018

Puesto de trabajo	Funciones
Administrador	<ul style="list-style-type: none"> • Representante legal de la empresa • se encarga de las trasferencias de dinero desde las cuentas de la empresa • Responsable de contratación de personal • Supervisor de todas las áreas • Supervisor de las operaciones comerciales de compraventa de inmuebles. • Realizar evaluaciones periódicas del cumplimiento de

	las funciones de los diferentes departamentos.
Gerente de producción	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar el buen funcionamiento de la línea de producción • Supervisar el trabajo de los obreros y el buen funcionamiento de la maquinaria utilizada en el área • Llevar control de la materia prima en stock y que el espacio disponible para productos terminados sea suficiente. • Responsable de la aplicación de salud y seguridad en su área de trabajo. • Ser un enlace entre la producción y gerencia llevando reportes de producción.
soldador	<ul style="list-style-type: none"> • Su función principal cortar y unir piezas de metal • Identificar materiales, formas, dimensiones y características de la soldadura a realizar. • Llevar control de la materia prima utilizada por él. • Limpiar los objetos y superficies a tratar.
Auxiliares	<ul style="list-style-type: none"> • Encargados de cortar piezas de hierro a la medida indicada. • Manejo de maquina dobladora. • Corte y pulido de madera. • Pintado de superficie de madera y hierro. • Ensamble de piezas de metal con madera.
Limpieza	<ul style="list-style-type: none"> • Velar por la imagen e higiene de la empresa.

Tabla #: 8 Puestos de Trabajo

Elaboración Propia

6.2 Estructura Organizacional

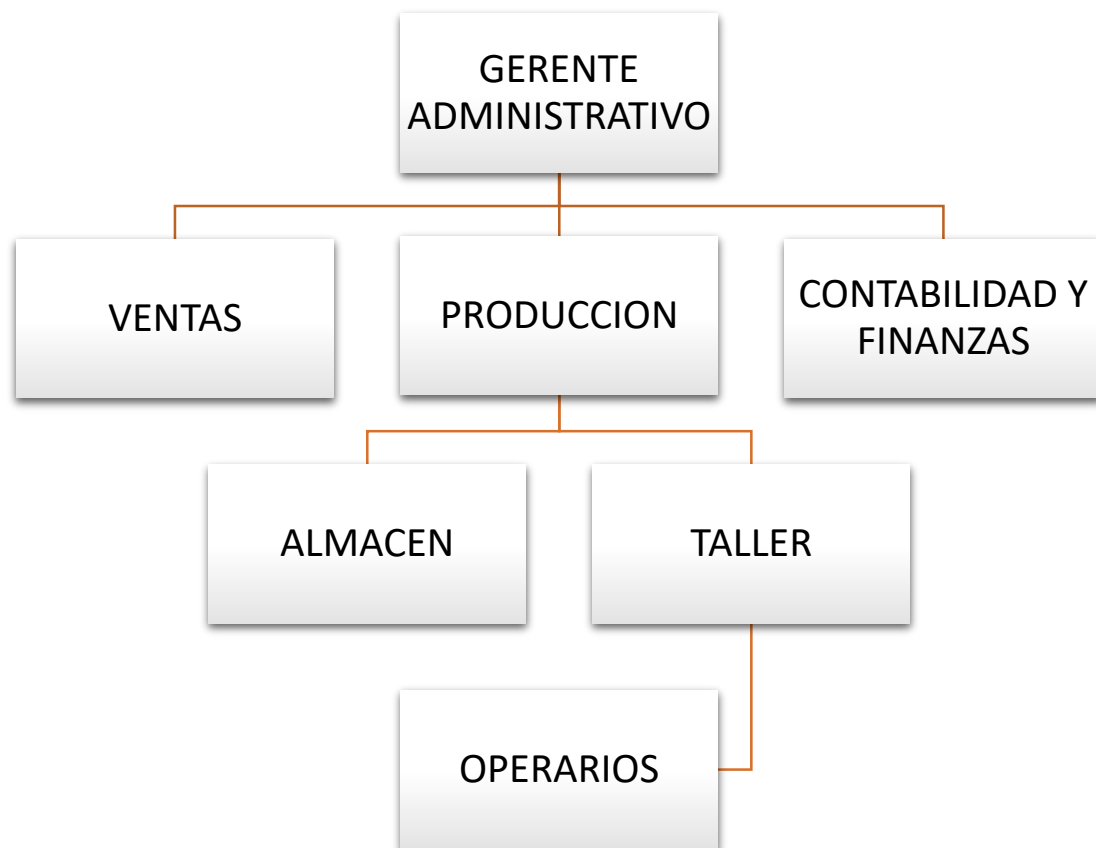


Figura #:5 Organigrama

Elaboración Propia.

Los organigramas generales son aquellos que ofrecen una visión simplificada de la organización, ya que sólo exhiben la información más importante.

El Organigrama utilizado en la empresa es el vertical ya que está instituida de manera jerárquica representada en forma de pirámide, es decir, arriba estará la autoridad más importante y abajo el trabajador con menos poder de decisión; son los más utilizados y fácilmente comprendidos.

6.2.1 Actividades y gastos pre operativos

ACTIVIDAD	DURACION (MESES)													
	1			2			3			4				
Constitución legal de la empresa	█	█												
Realización de requisitos legales			█	█										
Contratación de servicios básicos				█										
Remodelación del local				█	█	█	█	█	█	█				
Contratación de servicios de internet y telefonía										█				
Adquisición de mobiliario y equipo										█	█	█		
Contratación de personal												█	█	█
Publicidad													█	█
Totales de gastos Pre-Operativos													█	█

Tabla#:9 Diagrama de Gantt

Elaboración Propia

7 PLAN DE FINANZAS

7.1 Presupuesto de Inversiones

En el siguiente presupuesto se detalla la inversión inicial con \$40,476.86 dólares americanos, la cual corresponde al 100% de financiamiento propio de los socios de FlexiChair dirigidos a capital de trabajo y gas pre-operativos.

Concepto	Inversión total	Financiamiento	
	Monto	Fondos Propios	Préstamos
Activo fijo	\$ 17,777.12	\$ 17,777.12	\$ -
Equipo de Oficina	\$ 5,756.16	\$ 5,756.16	
Herramientas	\$ 2,020.96	\$ 2,020.96	
Equipo rodante	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	
			\$ -
Capital de Trabajo:	\$ 20,199.74	\$ 20,199.74	
Capital Trabajo	\$ 20,199.74	\$ 20,199.74	
Gastos pre operativos	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	
Gastos pre operativos	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	
Totales:	\$ 40,476.86	\$ 40,476.86	\$ -
	Total	Aporte	Financiamiento
	100%	100%	0%

**Tabla#: 10 Inversión
Elaboración Propia**

7.2 Estructura de costo

El costo de venta es de \$35 el cual está conformado por nuestra planilla y gastos generales la suma de estas nos da nuestro costo de venta.

PLANILLA ANUAL		\$	45,201.60
MESES	12	\$	3,766.80
DIAS	336	\$	134.53
UNIDADES(SILLAS) DIARIAS	20	\$	6.73
GASTOS GENERALES ANUAL		\$	40,108.70
MESES	12	\$	3,342.39
DIAS	336	\$	119.37
UNIDADES(SILLAS) DIARIAS	20	\$	5.97

PLANILLA	\$	6.73
MATERIA PRIMA	\$	22.44
GASTOS GENMERALES	\$	5.97
TOTAL COSTOS	\$	35

**Tabla#: 11 Costo de Línea de Producto
Elaboración Propia**

La mano de Obra indirecta utilizada por Fabrica de pupitres FlexiChair es de 5 trabajadores y la mano de otra Directa es de 5 empleados lo que hace un total de 10 trabajadores en la fábrica a los cuales se les pagara su salario más prestaciones y seguridad social con un incremento del 2% al año.

Crecimiento Anual: 2.00%

Mano de OBRA DIRECTA	Año 1 / Mes		Año 2 / Mes		Año 3 / Mes		Año 4 / Mes		Año 5 / Mes	
	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario
Soldador	1	\$ 250.00	1	\$ 255.00	1	\$ 260.10	1	\$ 265.30	1	\$ 270.61
			0		0		0		0	
Pintor	1	\$ 250.00	1	\$ 255.00	1	\$ 260.10	1	\$ 265.30	1	\$ 270.61
Auxiliares	3	\$ 200.00	3	\$ 204.00	3	\$ 208.08	3	\$ 212.24	3	\$ 216.49
			0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
			0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
			0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Total	5	\$ 1,100.00	5	\$ 1,122.00	5	\$ 1,144.44	5	\$ 1,167.33	5	\$ 1,190.68
Total por año	\$	13,200.00	\$	13,464.00	\$	13,733.28	\$	14,007.95	\$	14,288.10

Fuente: Elaboracion propia

Mano de OBRA INDIRECTA	Año 1 / Mes		Año 2 / Mes		Año 3 / Mes		Año 4 / Mes		Año 5 / Mes	
	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario
Gastos de Administracion										757.70
Administrador	1	\$ 350.00	1	\$ 357.00	1	\$ 364.14	1	\$ 371.42	1	\$ 378.85
Encargado de Producción	1	\$ 350.00	1	\$ 357.00	1	\$ 364.14	1	\$ 371.42	1	\$ 378.85
Gastos de Venta										\$ 844.30
Gerente de Marketing	1	\$ 350.00	1	\$ 357.00	1	\$ 364.14	1	\$ 371.42	1	\$ 378.85
Vendedores	1	\$ 250.00	1	\$ 255.00	1	\$ 260.10	1	\$ 265.30	1	\$ 270.61
limpieza	1	\$ 180.00	1	\$ 183.60	1	\$ 187.27	1	\$ 191.02	1	\$ 194.84
				\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
				\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
				\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
				\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Total	5	\$ 1,480.00	5	\$ 1,509.60	5	\$ 1,539.79	5	\$ 1,570.59	5	\$ 1,602.00
Total anual		\$ 17,760.00		\$ 18,115.20		\$ 18,477.50		\$ 18,847.05		\$ 19,224.00

Detalle del costo del personal con las prestaciones sociales M.O.D.					
Costo personal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	5	5	5	5	5
Salarios	\$ 13,200.00	\$ 13,464.00	\$ 13,733.28	\$ 14,007.95	\$ 14,288.10
Prestaciones + seguridad social	\$ 6,072.00	\$ 6,058.80	\$ 6,179.98	\$ 6,303.58	\$ 6,429.65
Total costo personal	\$ 19,272.00	\$ 19,522.80	\$ 19,913.26	\$ 20,311.52	\$ 20,717.75

Prestaciones y Regimen Social están calculadas como un 46% sobre el salario de empleados (19 inss, 8.33 por tres (aguinaldo,vacaciones, indemnizacion), 2 inatec)

Detalle del costo del personal con las prestaciones sociales M.O.I.					
Costo personal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	5	5	5	5	5
Salarios	\$ 17,760.00	\$ 18,115.20	\$ 18,477.50	\$ 18,847.05	\$ 19,224.00
Prestaciones + seguridad social	\$ 8,169.60	\$ 8,332.99	\$ 8,499.65	\$ 8,669.64	\$ 8,843.04
Staff (Asesor Legal)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total costo personal	\$ 25,929.60	\$ 26,448.19	\$ 26,977.16	\$ 27,516.70	\$ 28,067.03

Prestaciones y Regimen Social están calculadas como un 46% sobre el salario de empleados (19 inss, 8.33 por tres (aguinaldo,vacaciones, indemnizacion), 2 inatec)

**Tabla #: 12 Mano de Obra
Elaboración Propia**

En este presupuesto es donde se incluyen los gastos relacionados a la administración del negocio en el cual se toman dos resultados, el primero los gastos generales con la depreciación y el segundo sin tomar la depreciación en cuenta.

Gastos Generales					
Detalles	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Presupuesto de Mercadeo	\$ 5,159.26	\$ 5,210.85	\$ 5,262.96	\$ 5,315.59	\$ 5,368.74
Depreciación	\$ 3,434.08	\$ 3,434.08	\$ 2,381.40	\$ 2,381.40	\$ 2,381.40
Servicios básicos (agua, luz telef, internet)	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00
Alquiler	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00
Materiales de reposición	\$ 15,249.44	\$ 15,249.44	\$ 15,249.44	\$ 15,249.44	\$ 15,249.44
Mantenimiento	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00
Artículos de oficina	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00
1% sobre ventas	\$ 2,700.00	\$ 2,781.54	\$ 2,865.54	\$ 2,952.08	\$ 3,041.23
Matricula alcaldia (2%)	\$ -	\$ 5,400.00	\$ 5,563.08	\$ 5,731.09	\$ 5,904.16
Gastos Generales	\$ 43,542.78	\$ 49,075.91	\$ 48,322.42	\$ 48,629.60	\$ 48,944.99
Gastos Generales sin depreciación	\$ 40,108.70	\$ 45,641.83	\$ 45,941.02	\$ 46,248.20	\$ 46,563.59

**Tabla #:13 Gastos generales
Elaboración Propia**

7.3 Presupuesto de ventas o ingresos

En el primer año de funcionamiento se atenderá una producción de 7000 sumando nuestras dos demandas padres de familia y colegios. El aumento de las ventas está directamente relacionado con el aumento de la tasa de crecimiento del 6% llegando a tener en el último año una demanda de 7,284 unidades.

Línea de servicios	Año 1		
	Unidades	Precio unit	Total
Venta a Padres de Familia	2,000.00	\$ 40.00	\$ 80,000.00
Venta a Colegios	5,000.00	\$ 38.00	\$ 190,000.00
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
Total	7,000.00		270,000.00

583.33

19.44

Año 2			Año 3		
Unidades	Precio unitario	Total	Unidades	Precio unitario	Total
2020	\$ 40.80	\$ 82,416.00	2040	\$ 41.62	\$ 84,904.96
5050	\$ 38.76	\$ 195,738.00	5101	\$ 39.54	\$ 201,649.29
0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
7,070.00		278,154.00	7,140.70		286,554.25
Crec. Unid.:	1.00%		Crec. Unid.:	1.00%	
Crec. Precio:	2.00%		Crec. Precio:	2.00%	

Año 4			Año 5		
Unidades	Precio unitario	Total	Unidades	Precio unitario	Total
2061	\$ 42.45	\$ 87,469.09	2081	\$ 43.30	\$ 90,110.66
5152	\$ 40.33	\$ 207,739.10	5203	\$ 41.13	\$ 214,012.82
0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
7,212.11		295,208.19	7,284.23		304,123.48
Crec. Unid.:	1.00%		Crec. Unid.:	1.00%	
Crec. Precio:	2.00%		Crec. Precio:	2.00%	

**Tabla #: 14 Presupuesto de Ventas
Elaboración Propia**

7.4 Estado de resultado proyectado

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

Calculo de Rentabilidad Proyectada						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ventas	\$ 270,000.00	\$ 278,154.00	\$ 286,554.25	\$ 295,208.19	\$ 304,123.48	
Costo de los bienes vendidos	\$ 176,358.56	\$ 181,353.38	\$ 186,631.12	\$ 192,064.26	\$ 197,657.43	
Utilidad Bruta	\$ 93,641.44	\$ 96,800.62	\$ 99,923.13	\$ 103,143.93	\$ 106,466.05	
Gastos Generales (sin depreciación)	\$ 40,108.70	\$ 45,641.83	\$ 45,941.02	\$ 46,248.20	\$ 46,563.59	
Gastos Administración	\$ 25,929.60	\$ 26,448.19	\$ 26,977.16	\$ 27,516.70	\$ 28,067.03	
Depreciación	\$ 3,434.08	\$ 3,434.08	\$ 2,381.40	\$ 2,381.40	\$ 2,381.40	
Amortización Gastos Preoperativos		\$ -		\$ -	\$ -	
Total Gastos de Operación	\$ 69,472.38	\$ 75,524.11	\$ 75,299.58	\$ 76,146.30	\$ 77,012.02	
Utilidad de Operación	\$ 24,169.05	\$ 21,276.52	\$ 24,623.55	\$ 26,997.63	\$ 29,454.03	
Intereses pagados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Utilidad antes de impuestos	\$ 24,169.05	\$ 21,276.52	\$ 24,623.55	\$ 26,997.63	\$ 29,454.03	
Impuestos 30% IR	\$ 7,250.72	\$ 6,382.95	\$ 7,387.07	\$ 8,099.29	\$ 8,836.21	
Utilidad neta	\$ 16,918.34	\$ 14,893.56	\$ 17,236.49	\$ 18,898.34	\$ 20,617.82	

**Tabla #: 15 Estado de resultado
Elaboración Propia**

Al culminar el primer año de operación FlexiChair generara una utilidad de \$16,918.34 dólares, valor total que se obtiene después de haber cumplido con todas las obligaciones del negocio.

7.5 Flujo de efectivo proyectado

Representa los detalles de ingresos y egresos; no obtenemos amortización debido a que trabajaremos sin financiamiento de bancos.

Flujo de caja						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial		\$ 20,199.74	\$ 40,552.16	\$ 58,879.80	\$ 78,497.69	\$ 99,777.43
Ingresos (Utilidad contable)	\$ 40,476.86	\$ 16,918.34	\$ 14,893.56	\$ 17,236.49	\$ 18,898.34	\$ 20,617.82
Egresos	\$ 20,277.12					
Amortización		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación		\$ 3,434.08	\$ 3,434.08	\$ 2,381.40	\$ 2,381.40	\$ 2,381.40
Saldo final	\$ 20,199.74	\$ 40,552.16	\$ 58,879.80	\$ 78,497.69	\$ 99,777.43	\$ 122,776.65

**Tabla #: 16 Flujo de efectivo
Elaboración propia**

7.6 Balance general proyectado

En el balance general se proyectan los activos, pasivos y capital de FlexiChair donde la suma obtenida en caja (año 0) es el resultado del saldo del flujo de caja y en la cuenta de pasivo no cuenta con ningún préstamo.

Balance general						
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos circulantes	\$ 20,199.74	\$ 40,552.16	\$ 58,879.80	\$ 78,497.69	\$ 99,777.43	\$ 122,776.65
Caja y bancos	\$ 20,199.74	\$ 40,552.16	\$ 58,879.80	\$ 78,497.69	\$ 99,777.43	\$ 122,776.65
Activo fijo	\$ 17,777.12	\$ 14,343.04	\$ 10,908.96	\$ 8,527.56	\$ 6,146.16	\$ 3,764.76
Equipo de Oficina	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Terreno y Edificio	\$ 17,777.12	\$ 17,777.12	\$ 17,777.12	\$ 17,777.12	\$ 17,777.12	\$ 17,777.12
Otros Equipos y Utensilios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación acumulada		\$ (3,434.08)	\$ (6,868.16)	\$ (9,249.56)	\$ (11,630.96)	\$ (14,012.36)
Activo Diferido	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Pre-Operativos (Constitución)	\$ 2,500.00	\$ -	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Amortización Diferidos		\$ 500.00	\$ 1,000.00	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00
Total de activos diferidos	\$ -	\$ 2,000.00	\$ 1,500.00	\$ 1,000.00	\$ 500.00	\$ -
Total de activos	\$ 40,476.86	\$ 57,395.20	\$ 72,288.76	\$ 89,525.25	\$ 108,423.59	\$ 129,041.41
PASIVOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pasivo largo plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Préstamo largo plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CAPITAL	\$ 40,476.86	\$ 57,395.20	\$ 72,288.76	\$ 89,525.25	\$ 108,423.59	\$ 129,041.41
Capital social	\$ 40,476.86	\$ 40,476.86	\$ 40,476.86	\$ 40,476.86	\$ 40,476.86	\$ 40,476.86
Utilidad acumulada			\$ 16,918.34	\$ 31,811.90	\$ 49,048.39	\$ 67,946.73
Utilidad del periodo		\$ 16,918.34	\$ 14,893.56	\$ 17,236.49	\$ 18,898.34	\$ 20,617.82
Total pasivo mas capital	\$ 40,476.86	\$ 57,395.20	\$ 72,288.76	\$ 89,525.25	\$ 108,423.59	\$ 129,041.41

Tabla #: 17 Balance general
Elaboración propia

7.7 Indicadores Financieros

Las razones financieras detallan la rentabilidad sobre la venta, es decir la utilidad neta entre las ventas. En el primer año es de 6% en el segundo año disminuye a 5% luego aumenta nuevamente para los años 3 y 4 con un 6% como en el año inicial y para el ultimo año presenta un crecimiento del 7%. Los incrementos en la rentabilidad sobre inversión se deben a que a medida que se recupera la inversión inicial aumentaran las utilidades en cada año proyectado.

Razones Financieras					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilidad sobre ventas	6%	5%	6%	6%	7%
Rentabilidad sobre inversion	42%	37%	43%	47%	51%

En el punto de equilibrio se toma en cuenta el porcentaje sobre las ventas que es del 85% lo cual es lo que se debe vender en el primer año para obtener un punto de equilibrio de las ventas proyectadas. En el siguientes año el porcentaje aumenta para obtener el punto de equilibrio, es decir que será más fácil obtener el punto de equilibrio y que no representa pérdidas ni ganancias.

Punto de equilibrio (U\$)						
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Porcentaje sobre ventas %	85%	87%	86%	85%	84%	
Punto de Equilibrio	\$ 229,544.66	\$ 242,540.33	\$ 245,338.15	\$ 250,018.24	\$ 254,821.89	
Ventas	\$ 270,000.00	\$ 278,154.00	\$ 286,554.25	\$ 295,208.19	\$ 304,123.48	
Porcentaje sobre ventas %	36%	36%	36%	35%	35%	
Costos Fijos	\$ 95,995.10	\$ 101,429.86	\$ 102,599.90	\$ 104,557.11	\$ 106,565.98	
Mano de Obra Directa	\$ 19,272.00	\$ 19,522.80	\$ 19,913.26	\$ 20,311.52	\$ 20,717.75	
Gastos Generales (sin depreciación)	\$ 40,108.70	\$ 45,641.83	\$ 45,941.02	\$ 46,248.20	\$ 46,563.59	
Gastos Administración	\$ 25,929.60	\$ 26,448.19	\$ 26,977.16	\$ 27,516.70	\$ 28,067.03	
Depreciación	\$ 3,434.08	\$ 3,434.08	\$ 2,381.40	\$ 2,381.40	\$ 2,381.40	
Intereses pagados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Impuestos	\$ 7,250.72	\$ 6,382.95	\$ 7,387.07	\$ 8,099.29	\$ 8,836.21	
Porcentaje sobre ventas %	58%	58%	58%	58%	58%	
Costos Variables	\$ 157,086.56	\$ 161,830.58	\$ 166,717.86	\$ 171,752.74	\$ 176,939.67	
Costo de Venta (sin M.O.D.)	\$ 157,086.56	\$ 161,830.58	\$ 166,717.86	\$ 171,752.74	\$ 176,939.67	

Punto de equilibrio en unidades

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje sobre ventas %	85%	87%	86%	85%	84%
Ventas a Padres de Familia	68,013.23	71,863.80	72,692.79	74,079.48	75,502.78
Ventas a Colegios	129,225.14	136,541.22	138,116.29	140,751.01	143,455.28
Punto de Equilibrio	\$ 197,238.38	\$ 208,405.03	\$ 210,809.08	\$ 214,830.49	\$ 218,958.06
Ventas	\$ 270,000.00	\$ 278,154.00	\$ 286,554.25	\$ 295,208.19	\$ 304,123.48
Punto de E.en unidades Padres de Familia	1,700.33	1,761.37	1,746.75	1,745.17	1,743.82
Punto de E.En unidades Colegios	3,400.66	3,522.74	3,493.50	3,490.34	3,487.64

Tabla #: 17 Indicadores financieras y punto de equilibrio
Elaboración Propia

1.1 Análisis de sensibilidad

Flujo de fondos						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad contable		\$ 16,918.34	\$ 14,893.56	\$ 17,236.49	\$ 18,898.34	\$ 20,617.82
Depreciación		\$ 3,434.08	\$ 3,434.08	\$ 2,381.40	\$ 2,381.40	\$ 2,381.40
Amortización		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Flujo de fondos	\$ (40,476.86)	\$ 20,352.42	\$ 18,327.64	\$ 19,617.89	\$ 21,279.74	\$ 22,999.22
VAN al 12.98%	19,393.09					
TIR	41%					
Tasa de descuento	12.98%					

Los datos representados en el presupuesto de flujos de fondos reflejan los ingresos y egresos que FlexiChair tendrá durante los 5 años proyectados.

En el estado de flujo de fondos se muestra el ingreso que tiene el negocio en el año primero con \$20,352.42 hasta el año quinto con \$22,999.22 donde se puede observar el crecimiento económico de la fábrica.

- Se utilizó una tasa de descuento del 12.98%
- Se obtiene 41% en la TIR siendo esta distante a la tasa de descuento aplicada equivalente a 12.98%.
- Y el valor actual neto de \$19,393.09 que es el beneficio de la suma invertida recuperada en 5 años.

		FACTOR DE DESCUENTO				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		1.13	1.28	1.44	1.63	1.84
		FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS POR AÑO				
		1	2	3	4	5
RELACION BENEFICIO COSTO	1.77	18,014.18	14,358.31	13,603.40	13,060.51	12,494.11
Periodo de Recuperacion	2 años y 7 meses	(22,462.68)	(8,104.37)	5,499.03	18,559.54	31,053.65

Tabla #: 18 Análisis de la sensibilidad
Elaboración Propia

Durante la fase de la formulación de proyecto de la Fábrica de pupitres FlexiChair; tiene proyectada la inversión con el fin de dibujar el camino que debe seguir para alcanzar esa situación deseada en la que las necesidades del mercado meta han sido insatisfechas con el menor sobre salto o riesgo posible, sin embargo más allá del papel se enfrenta a situaciones cambiantes que pueden impactar el proyecto tanto positiva como negativa y de las cuales debemos tener conocimiento o al menos una estimación.

El análisis de la sensibilidad ayuda a conocer los diferentes escenarios que asemejen la realidad y de cómo es el comportamiento de las variables y que podrían afectar el desempeño.

La TIR económica ha sido de 41% la cual está por encima de las expectativas que se tenía y si va aumentando tendríamos más rentabilidad de acuerdo al periodo establecido (5 años) lo que es aconsejable invertir. Para el análisis se toma el valor actual neto del proyecto equivalente a \$19,393.09 siendo este mayor que 1, esto se interpreta que la Van de un valor positivo.

De esa manera se realizó el análisis general del proyecto de sensibilidad, cabe destacar que este proyecto debe ejecutarse de acuerdo a todos los planteamientos demostrados en este plan de negocio y a la factibilidad económica de este.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

➤ Bibliografía

Fundamentos de Marketing-William J. Stanton

Dirección de Marketing-Kotler Keller

Administración Estratégica 18th edición

➤ Web grafía

<http://www.inide.gob.ni/CensoEconomico/NacionalCEU/RNacional/assets/basic-html/page22.html>

<http://www.bancomundial.org/es/country/nicaragua/overview>

<http://pronicaragua.gob.ni/es/descubre-nicaragua/151-economia/>

http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/mensual/inflacion/IPC_julio.pdf

http://www.bcn.gob.ni/divulgacion_prensa/curso/2014/pdf/Empleo_y_salario.pdf

<http://www.bancomundial.org/es/country/nicaragua/overview>

http://www.bcn.gob.ni/estadisticas/monetario_financiero/financiero/tasas_interes/pasivas/2017.pdf

http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/eventual/encuesta_microempresas/encuesta_microempresas_2010.pdf

<http://www.bcn.gob.ni/estadisticas/precios/IPC/index.php>

file:///C:/Users/Ana%20Silva/Dropbox/nicaragua_cifras.pdf

ANEXOS



ENCUESTA

Buenos/as Días/ Tardes/ Noches. Estimado/a Joven somos egresados de la Universidad Politécnica de Nicaragua UPOLI; el objetivo de la presente encuesta es para obtener información acerca de la aceptación de un pupitre multifuncional en los colegios de Managua, con el propósito de culminar nuestro Plan de Negocio.

Nombre de la empresa: **FlexiChair**

Folio: _____

Sexo: _____

Edad: _____

Fecha: ____/____/____

MASIVO

1- ¿Cuál es su mano dominante?

Diestro____

Zurdo____

2- ¿Qué opina de los pupitres actuales?

Muy cómodos____

Cómodos____

Aceptables____

Incomodos____

Muy

incomodos____

3- ¿Considera necesario un cambio en el diseño de los pupitres actuales?

¿porque?

Sí ____

No____

4- ¿Qué condiciones o requerimientos considera más importante en el nuevo pupitre?

Comodidad: ____

Diseño: ____

Practicidad: ____

Precio:____

Otros_____

- 5- ¿Qué opina de un pupitre multifuncional y con paleta ajustable?
Este pupitre consta de una paleta ajustable para personas obesas y al mismo tiempo movable para ser usada para diestros o zurdos





- 6- ¿Está dispuesto a adquirir el producto?

Sí ___ No___

- 7- ¿Conoce o sabe de alguien que puede interesarle este producto?

ENCUESTA



Buenos/as Días/ Tardes/ Noches. Estimado/a Joven somos egresados de la Universidad Politécnica de Nicaragua UPOLI; el objetivo de la presente encuesta es para obtener información acerca de la aceptación de un pupitre multifuncional en los colegios de Managua, con el propósito de culminar nuestro Plan de Negocio.

Nombre de la empresa: **FlexiChair**

Folio: _____

ESPECIFICO

1- ¿Es padre de familia? ****si la respuesta es no, fin de la encuesta****

SI___ NO___

2- ¿Tiene hijos o niños a su cuidado? ¿Cuántos y que edad poseen?

SI ___ NO___ Cuantos: _____ Edades: _____

3- ¿Su hijo le ha manifestado alguna incomodidad con el mobiliario actual en su colegio?

Si ___ ¿Qué le ha indicado? _____

NO___

4- ¿Qué tan importante es para usted que el estudiante disponga de mobiliario adecuado para su aprendizaje?

Muy importante___ Importante___ Indiferente___ Poco importante___ Nada importante___

5- ¿Ha comprado alguna vez un pupitre? ****si la respuesta es negativa saltar a la pregunta 8****

SI___

NO___

6- ¿Qué tomo en cuenta para esta compra?

Precio___ Diseño___ Comodidad___ Durabilidad___ Por
aprendizaje___ Otros___

7- ¿Dónde ha comprado con anterioridad?

8- ¿Qué opina de un pupitre multifuncional y con paleta ajustable?

Este pupitre consta de una paleta ajustable para personas obesas y al mismo tiempo movable para ser usada para diestros o zurdos



9- ¿Está dispuesto a pagar por este pupitre?

SI___ ¿Cuánto?_____

NO___ ¿porque?_____

10-¿Dónde le gustaría encontrar este pupitre?

A domicilio___ Librerías___ Ferias___ Centro educativo___
directamente al taller___

11-¿Le gustaría que este pupitre estuviera disponible en el centro educativo donde asiste su(s) hijo(s)? ¿porque?

ENTREVISTA



Buenos/as Días/ Tardes. Estimado/a Director/ra somos egresados de la Universidad Politécnica de Nicaragua UPOLI; el objetivo de la presente entrevista es para obtener información acerca de la aceptación de un pupitre multifuncional en los colegios de Managua, con el propósito de culminar nuestro Plan de Negocio.

Centro Escolar: _____

Director/ra: _____

- 1- Aproximadamente entre un 8 y un 13 % de la población mundial es zurda. Abarcando principalmente a los varones más que a las mujeres (13 % a un 9 % respectivamente). **¿En promedio cuanta influencia ejerce esta población en esta institución?**

- 2- Como institución académica uno de los principales deberes es ofrecer las condiciones necesarias al estudiantado. **¿Dispone de pupitres especiales para estudiantes con requerimientos diferentes? ¿Cómo solventa esta peculiar necesidad?**

- 3- **¿Cuál es su principal proveedor y que beneficios obtiene del él?**

- 4- De manera objetiva **¿Qué opina de su proveedor, cumple y satisface sus necesidades al momento de comprar?**

5- ¿Con que frecuencia compra o renueva los pupitres en su centro educativo? ¿Cuánto destina para la adquisición de dichos pupitres?

6- ¿Al comprar o renovar estos equipos que es lo más importante para usted?

Precio___ Diseño___ Comodidad___ Calidad___ Otros___

7- FlexiChair es un modelo empresarial que pone al alcance un producto indispensable para el óptimo desempeño de los estudiantes ¿Qué opina de la idea de un pupitre multifuncional y con paleta ajustable?

Este pupitre consta de una paleta ajustable para personas obesas y al mismo tiempo movable para ser usada para diestros o zurdos

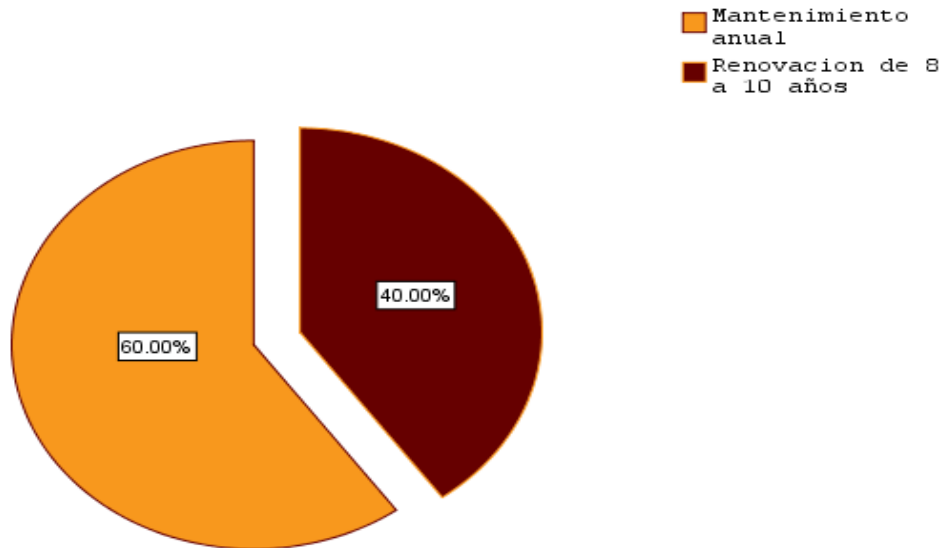


8- ¿Estaría dispuesto a invertir en este mobiliario?

Resultados

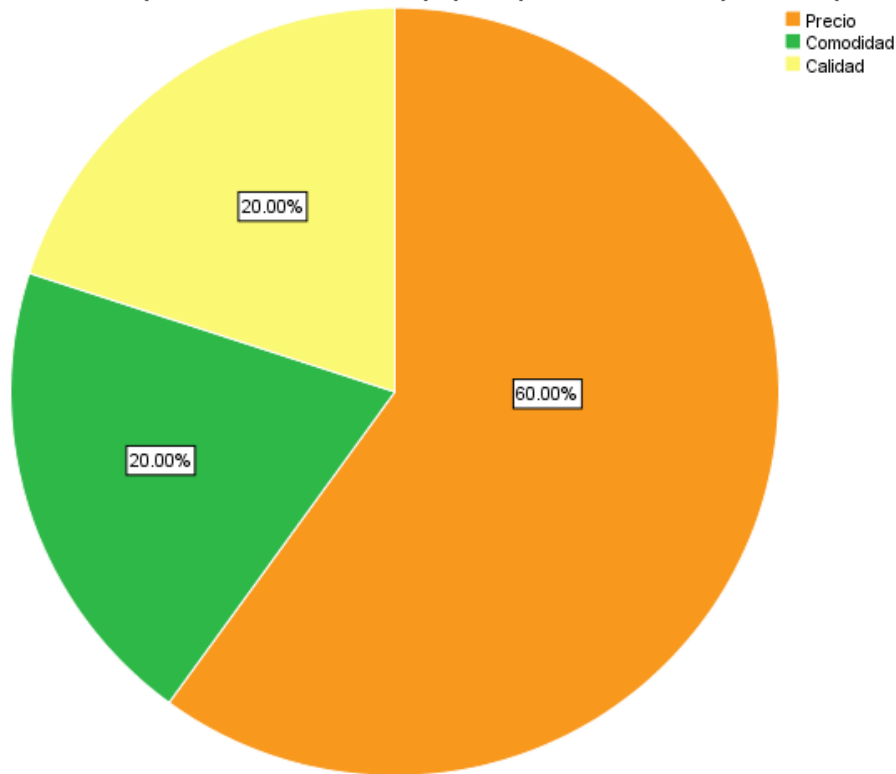
Análisis de la entrevista a los colegios privados de Managua.

Con que frecuencia compra o renueva los pupitres en su centro educativo?



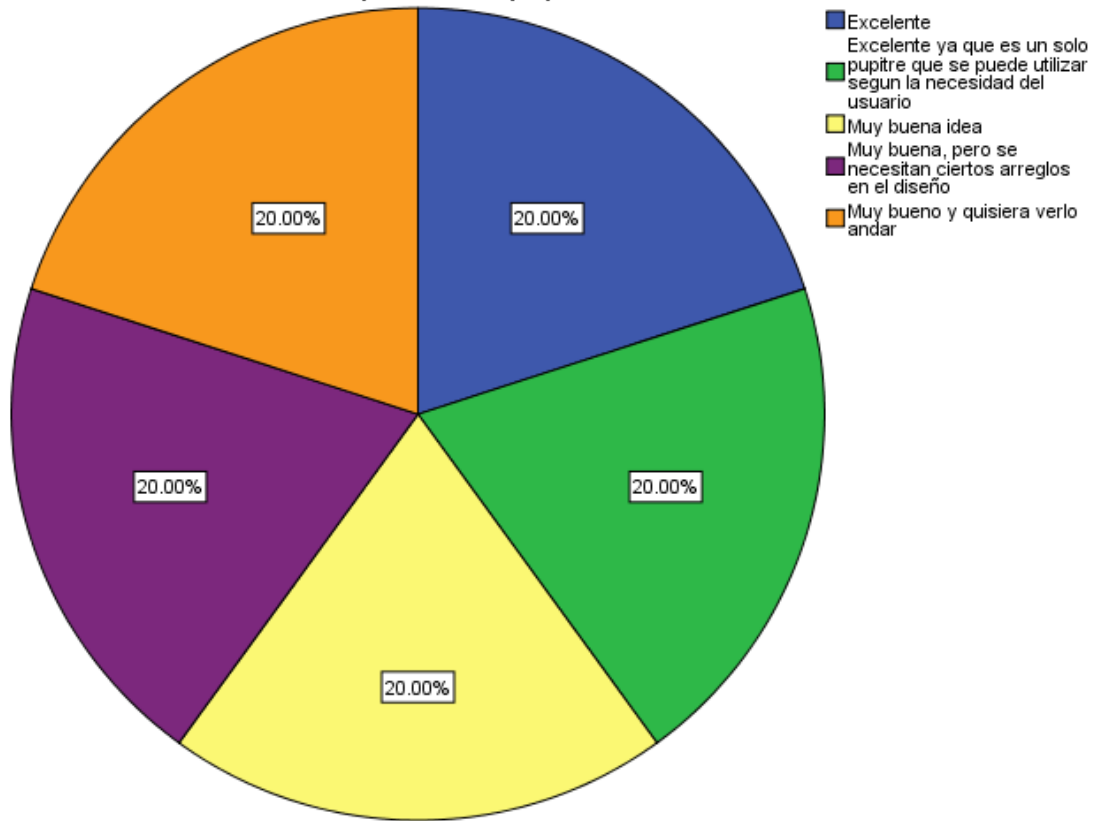
De los 10 colegios entrevistados nos hemos enfocado en que el 40% de ellos realizan su renovación de 8 a 10 años; siendo este dato muy importante para la empresa en cuanto a los posibles clientes potenciales, según su renovación más próxima estaremos en contacto con ellos para posibles pedidos con FLEXICHAIR y el 60% realiza un mantenimiento de los pupitres anual.

Al compra o renovar estos equipos que es lo mas importante para usted?



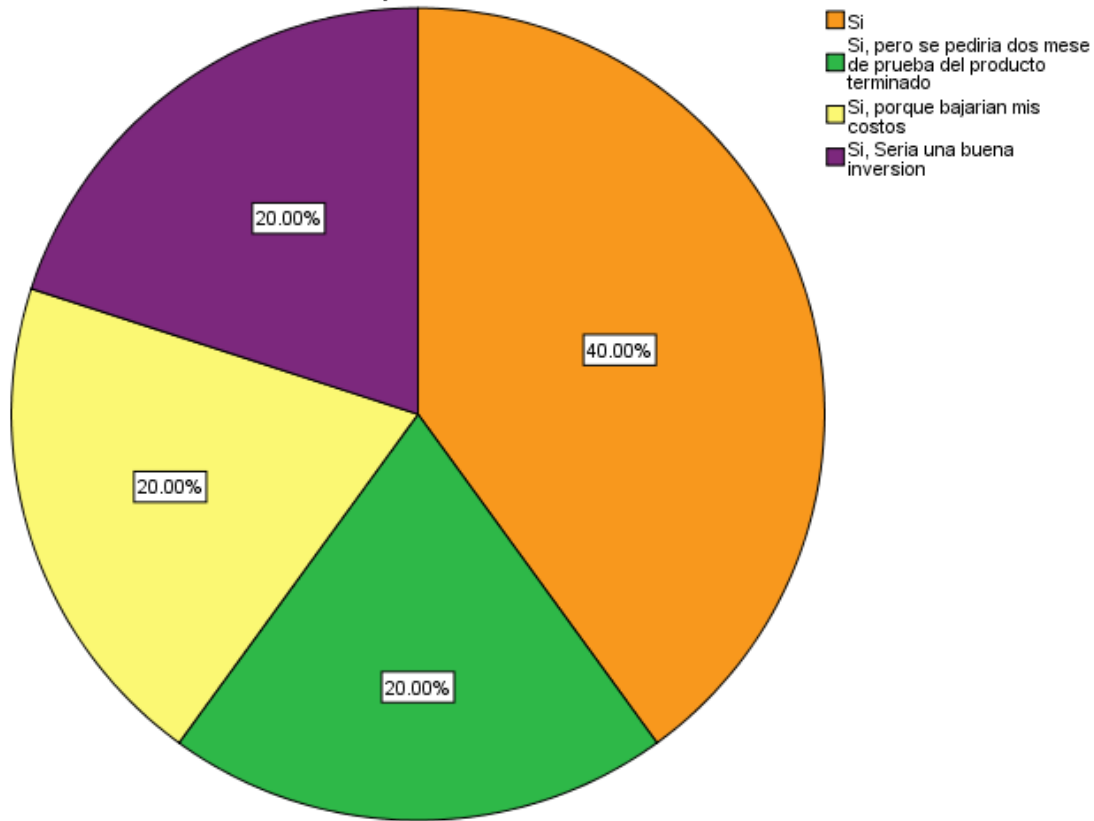
Los encargados de los colegios nos expresaron en un 60% que al momento de comprar o de realizar una renovación de pupitres lo más importante es el precio tomando como segunda instancia la comodidad y la calidad en igual significación con un 20% de valor.

Que opina de un pupitre multifuncional?



Los entrevistados consideran que el pupitre multifuncional FLEXICHAIR es una excelente idea que debería ser llevada a cabo en su totalidad con un 20% de aceptación mejor aún en un 100% se podría decir que están dándole entrada al producto.

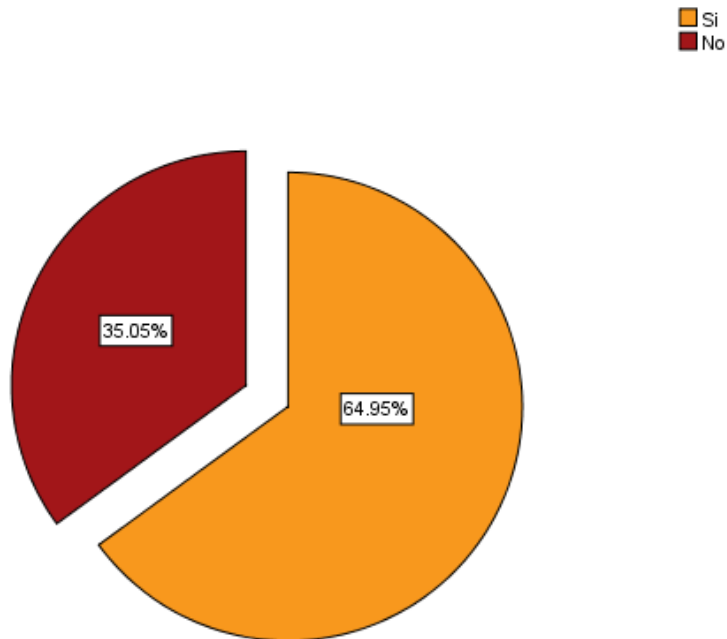
Estaria dispuesto a invertir en este mobiliario?



Del 100% de los entrevistados el 40% está dispuesto a invertir en el producto representando nuestro mercado meta.

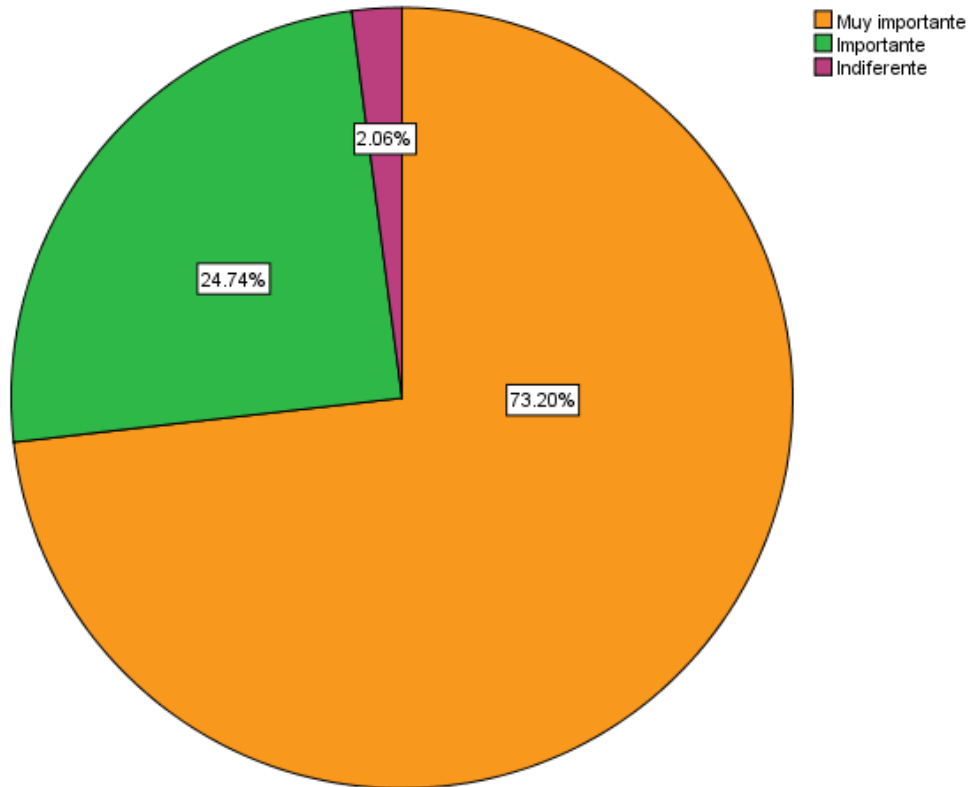
Análisis de la encuesta realizada a padres de familia de Managua

¿Su hijo le ha manifestado alguna incomodidad con el mobiliario actual en su colegio?



La encuesta fue realizada a 100 padres de familia en donde el 64.95% manifestó la incomodidad que demuestran sus hijos por el estado actual de los pupitres que hay en los colegios.

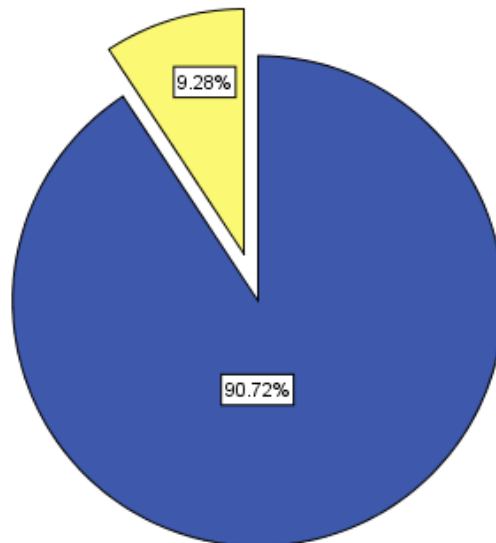
¿Que tan importante es para usted que el estudiante disponga de mobiliario adecuado para su aprendizaje?



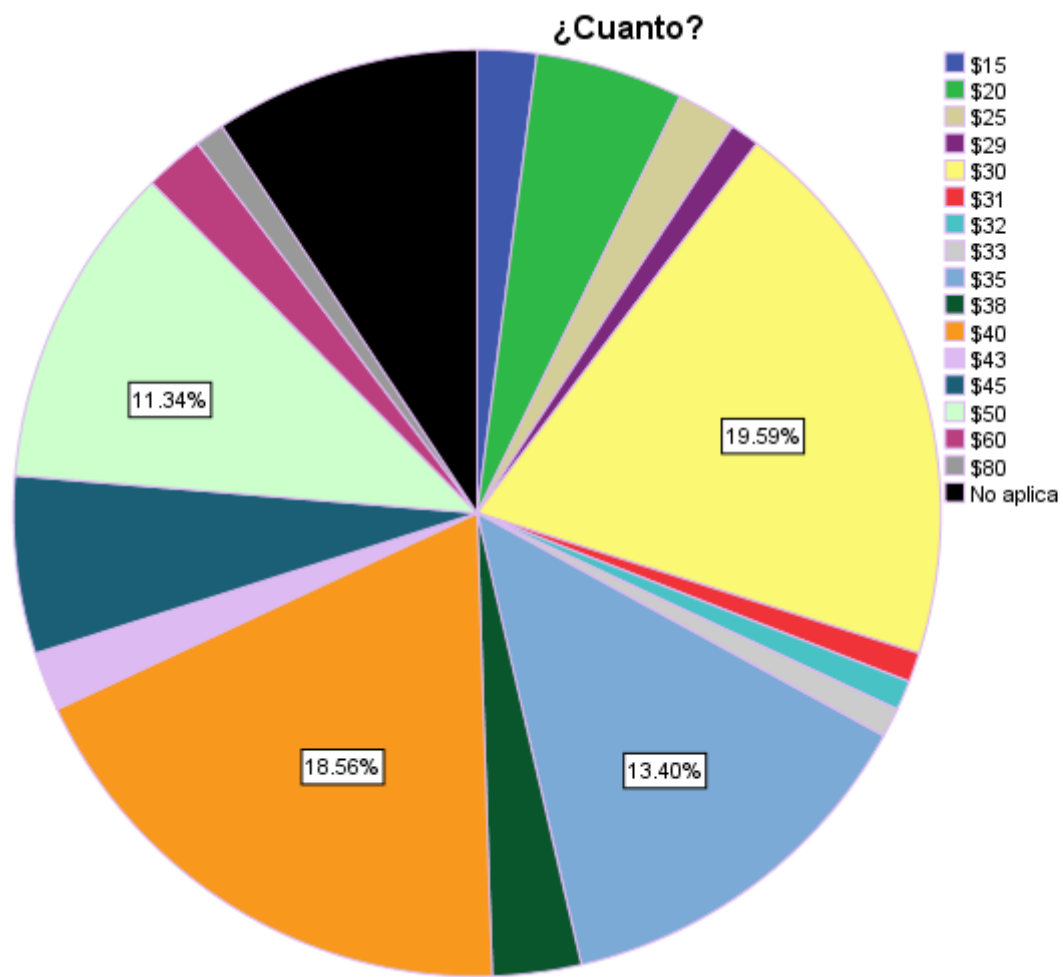
De los 100 padres encuestados el 73.20% considera que es importante que el estudiante disponga de mobiliario adecuado para su aprendizaje; mientras que el 24.74% no lo considera significativo para que los estudiantes tengan una mejor educación.

¿Esta dispuesto a pagar por este producto?

■ Si
■ No

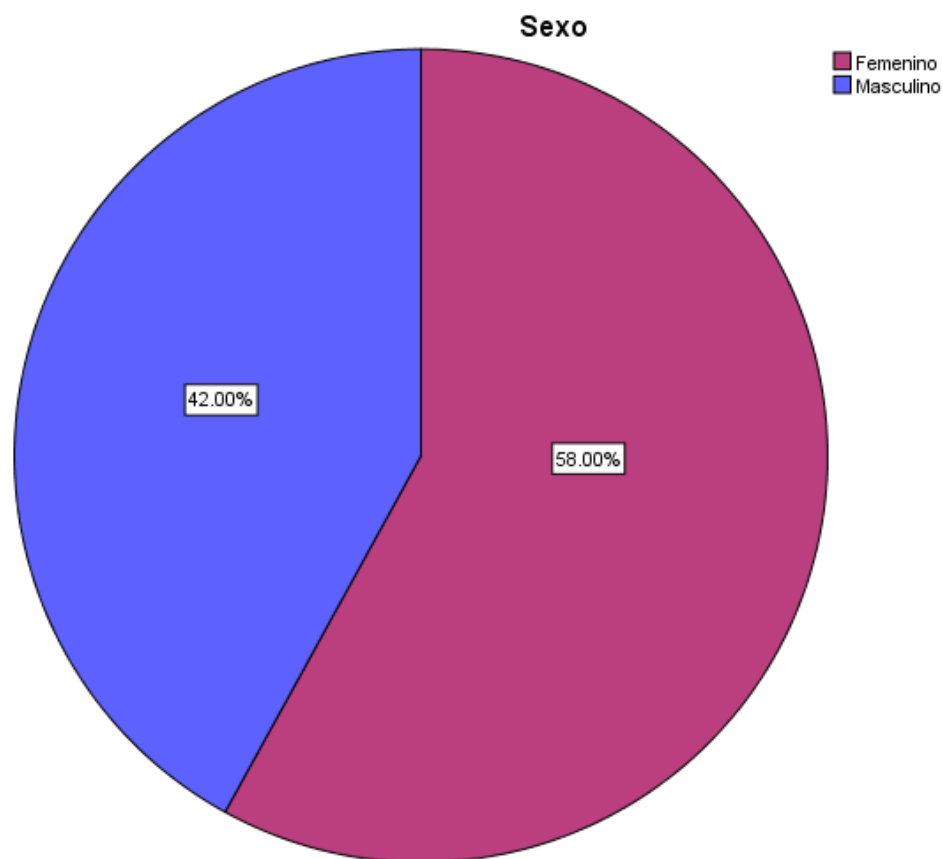


El 90.72% está dispuesto a adquirir el producto ya que ellos en su mayoría tienen hijos con diferencias de edades, considerando esto para la utilización de todos, sabiendo que es una buena inversión por la durabilidad que el producto posee y mejor aún por brindarle a sus hijos la comodidad al momento de realizar sus tareas.

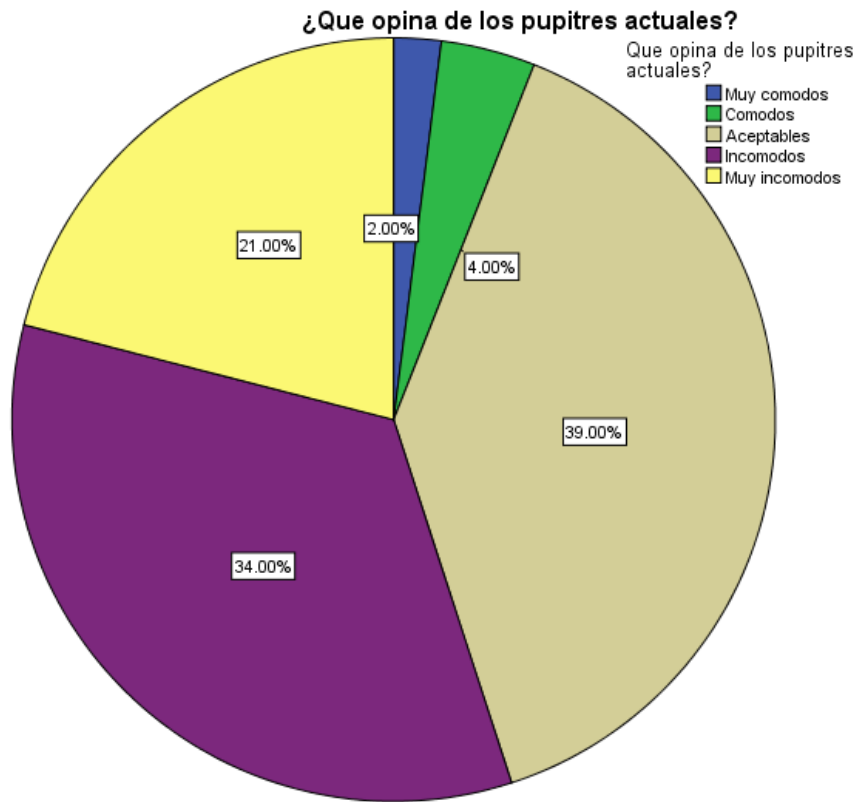


De los 100 padres encuestados 19.59% está dispuesto a comprar el pupitre si este tiene un valor de 30\$, seguido del 18.56% a un precio de 40\$ dentro de estos estándares se considerara el precio final del pupitre para ser más atractivo y competitivo frente al mercado.

Análisis de las encuestas realizadas a población masiva de Managua.



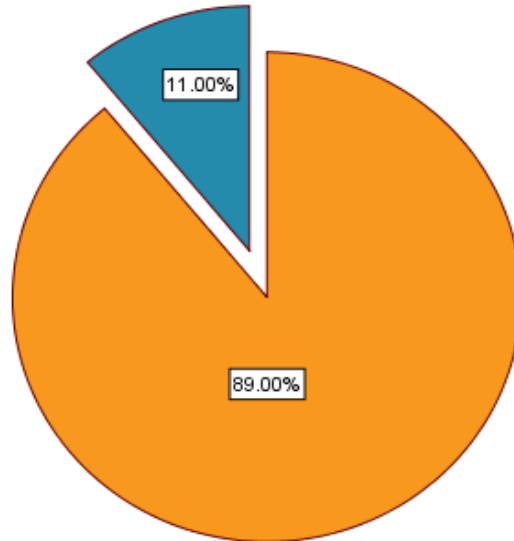
En la encuesta masiva de 100 personas naturales el 58% es de sexo femenino y el 42% masculino.



El 39% de los encuestados consideran que los pupitres actuales son aceptables mientras que el 34% opino que los pupitres son incomodos, el 21% muy incomodos; solo el 2% considera como muy cómodos el mobiliario y como cómodos el 4%.

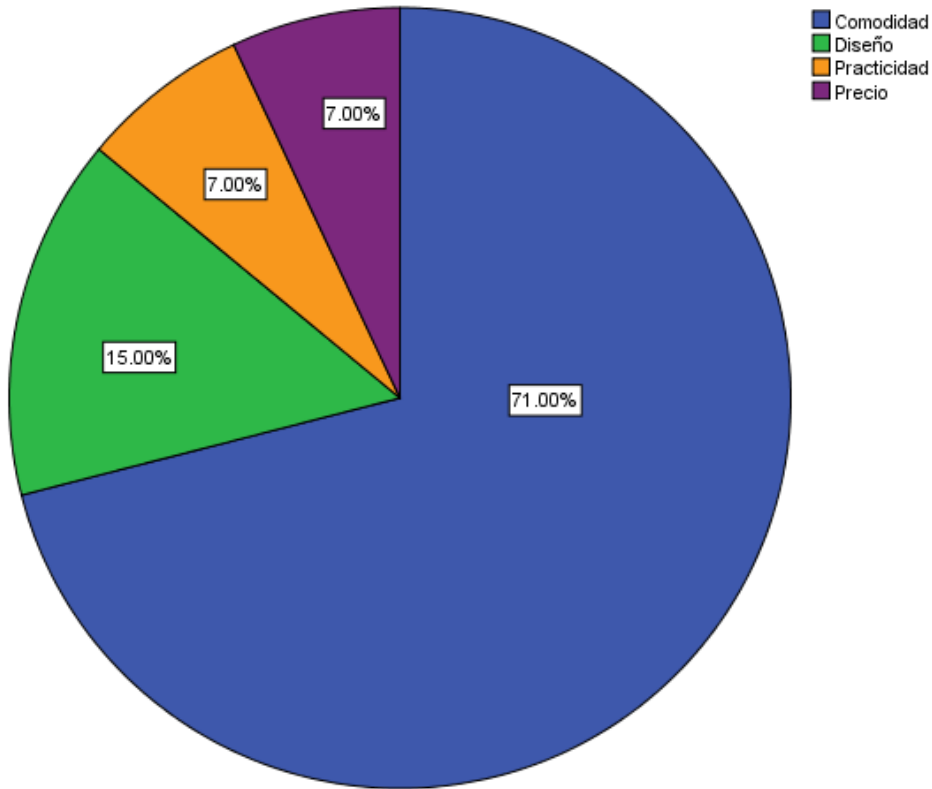
¿Considera necesario un cambio en el diseño de los pupitres actuales?

Si
No



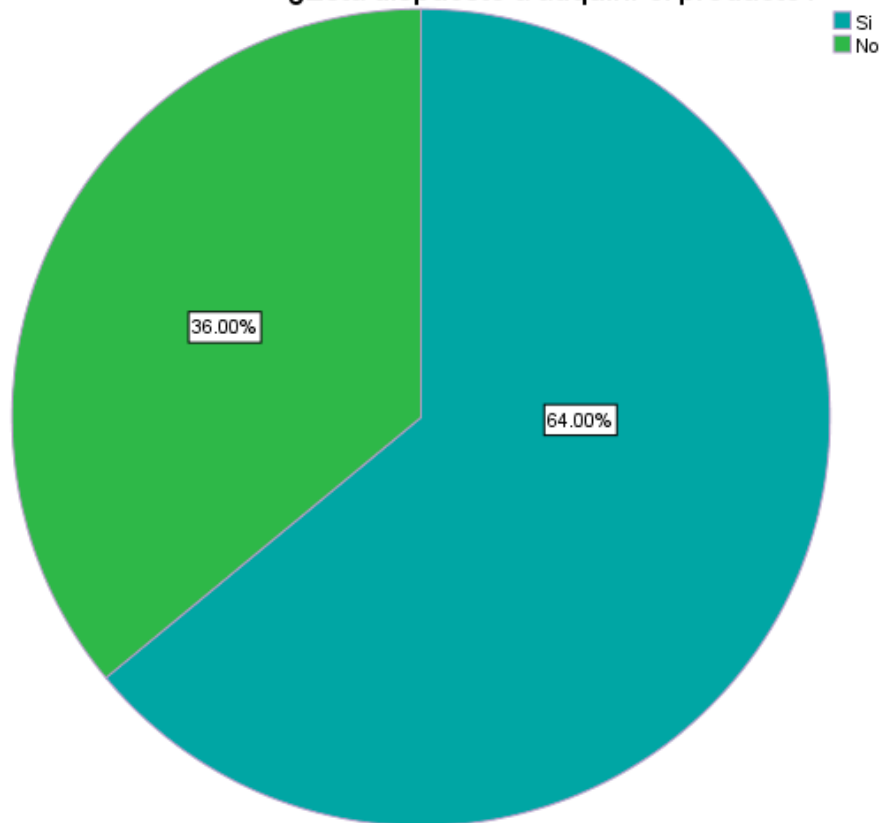
El 89% de los encuestados considera necesario un cambio en el diseño de los pupitres actuales en menor significancia con un 11% opina innecesario el cambio en el mobiliario.

¿Que condiciones o requerimientos considera mas importante en el nuevo pupitre?



El 71% de los encuestados requiere que los nuevos pupitres posean comodidad también consideran con un 15% la importancia en la ergonomía del producto dejando como menor prioridad el precio y la practicidad del producto en un 7%.

¿Esta dispuesto a adquirir el producto?



El 64% de la población encuestada está dispuesta a adquirir el producto, logrando una vez más entrar en este mercado por la alta aceptación; mientras que el 36% no está considerando la compra.

TRAMITES PARA LEGALIZACION DE EMPRESAS JURIDICAS

REGISTRO MERCANTIL

- Escritura de Constitución de Sociedad, en original y 1 copia certificada
- Solicitud de Inscripción como Comerciante ante el Registro Mercantil (original en papel sellado) y copia cédula de identidad o pasaporte del firmante
- Libros contables de la empresa (Diario, Mayor, Actas y Acciones) – Cía.Ltda. /S.A.
- Poder General de Administración, en Original y 1 copia certificada



DIRECCION GENERAL DE INGRESOS (DGI) **Registro Único del Contribuyente (RUC)**

- Copia certificada de Constitución de Sociedad, inscrita en el Registro Mercantil
- Copia certificada de Poder General de Administración, inscrito en el Registro Mercantil
- Libros Contables Diario y Mayor, sellados por el Registro Mercantil Copia de cédula de identidad Nicaragüense del Representante Legal, residencia nicaragüense o constancia de tramite y pasaporte (en caso de que sea extranjero)
- Copia 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)
- Copia de constancia de disponibilidad de servicio público (agua, luz, teléfono o contrato de arriendo), para comprobación del domicilio de la empresa y del Presidente de la misma
- Copia de Poder Especial para realizar trámite y cédula de identidad, si el trámite es realizado por un gestor, más C\$ 15.00 de timbres fiscales



ALCALDIA.

Matricula Municipal.

- Copia y original del Número RUC Formulario de Solicitud de matrícula
- Copia y original de la cédula de identidad
- Carta poder (si actúa en representación del contribuyente y cédula).
- Permiso de la Policía Nacional, Urbanismo, Medio Ambiente y MINSA
- Copia de Escritura de Constitución de la Sociedad ya inscrita en el Registro Mercantil.



ALCALDIA DE MANAGUA
CONSTANCIA DE MATRICULA
COLOCAR EN LUGAR VISIBLE

MODALIDAD DE PAGO: ... AÑO: ...
LA DIRECCION DE REGADACION, HACE CONSTAR QUE EL CONTRIBUYENTE:
ESTA MATRICULADO CON No. RUC: ...
DIRECCION: ... ACTIVIDAD ECONOMICA: ... DISTRITO: ...
No. RECIBO DE CAJA: ... FECHA DE EMISOR: ...
No. 177923
Serie "A"

ESTAMPADO DE LA ALCALDIA DE MANAGUA
FABRICA DE PUPITRES FLEXICHAIR

DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES

Nombre del cargo: Administrador operativo.

Requisitos

- Licenciado en administración de empresa o carreras afines.
- Experiencia mínima de 5 años.
- Sexo: Masculino
- Edad: 27-35 años
- Disponibilidad inmediata

Habilidades

- Trabajo en equipo.
- Proactivo
- Manejo del personal
- Trabajo bajo presión
- Organizado
- Habilidades administrativas
- Toma de decisiones

Funciones

- Representante legal de la empresa
- se encarga de las trasferencias de dinero desde las cuentas de la empresa
- Responsable de contratación de personal
- Supervisor de todas las áreas
- Supervisor de las operaciones comerciales de compraventa de inmuebles.
- Realizar evaluaciones periódicas del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.

Nombre del cargo: Gerente de producción

Requisitos

- Ingeniero industrial o carreras a fines
- Experiencia mínima de 3 años.
- Sexo: Masculino
- Edad: 27-35 años
- Disponibilidad inmediata

Habilidades

- Trabajo bajo presión
- Manejo del personal
- Conocimiento sobre proceso de producción

- Proactivo, responsable, disciplinado, alto liderazgo, orientado a resultados, trabajo en equipo.
- Capacidad de análisis numérica y redacción de información, interpretación y resolución inmediata.

Funciones

- Garantizar el buen funcionamiento de la línea de producción
- Supervisar el trabajo de los obreros y el buen funcionamiento de la maquinaria utilizada en el área
- Llevar control de la materia prima en stock y que el espacio disponible para productos terminados sea suficiente.
 - Responsable de la aplicación de salud y seguridad en su área de trabajo.
 - Ser un enlace entre la producción y gerencia llevando reportes de producción.

Nombre del cargo: Gerente de marketing

Requisitos

- Licenciado en mercadotecnia o carreras a fines
- Experiencia mínima de 3 años.
- Sexo: Femenino
- Edad: 27-35 años
- Disponibilidad inmediata

Habilidades

- Mente ágil
- Poseer habilidades superiores de recopilación y análisis de datos
- Poseer excelentes habilidades de comunicación oral y escrita, incluyendo análisis de datos visual y narrativa.
- Habilidades de aprendizaje constante.
- Trabajo bajo presión.

Funciones

- Desarrollar e implementar estrategias de marketing a corto y largo plazo.
- Desarrollo de la marca corporativa.
- Realizar investigaciones de mercado.
- Analizar las actividades de publicidad y rendimiento de ventas de los competidores.
- Evaluar el estado de la economía y como este se relaciona con la industria de la firma.
- Crear informes con los resultados de sus investigaciones y presentarlos a la gerencia.
- Ser representante ante medios de comunicación

Nombre del cargo: contador

Requisitos

- Licenciada en Contaduría Pública.
- Sexo: femenino.
- Experiencia mínima 2 años
- Edad: 27-35 años
- Disponibilidad inmediata

Habilidades

- Analítica
- Responsable
- Ordenada
- Honesta
- Manejo de Word Y Excel avanzado

Funciones

- Elaborar estados financieros.
- Llevar la contabilidad general.
- Determinar el pago de todos los impuestos.

Nombre del cargo: vendedor

Requisitos

- Bachiller o estudiante universitario
- Sexo: Ambos
- Experiencia mínima: 2 años
- Edad: 22- 27 años
- Disponibilidad: Inmediata

Habilidades

- Cumplimiento de metas
- Responsable
- Puntual
- Honesto
- Actitud de servicio
- Atención al cliente.
- Manejo de medios sociales

Funciones

- Establecer entre el cliente y la empresa
- Contribuir con el gerente de marketing en la solución de problemas relacionados a esta área.
- Administrar su territorio o zona de venta.
- Realizar visitas periódicas a clientes actuales o potenciales.
- Integrarse en las actividades de mercadotecnia
- Asesorar a los clientes
- Manejar las redes sociales de la empresa.

Nombre del cargo: Soldador

Requisitos

- Bachiller
- Sexo: Masculino
- Experiencia mínima: 2 años
- Edad: 25 -35 años
- Disponibilidad: Inmediata

Habilidades

- Honesto
- Responsable
- Trabajo bajo presión
- Integro

Funciones

- Su función principal cortar y unir piezas de metal
- Identificar materiales, formas, dimensiones y características de la soldadura a realizar.
- Llevar control de la materia prima utilizada por él.
- Limpiar los objetos y superficies a tratar.

Nombre del cargo: Auxiliares de producción.

Requisitos

- Bachiller
- Sexo: Masculino
- Experiencia mínima: 2 años
- Edad: 25 -35 años
- Disponibilidad: Inmediata

Habilidades

- Honesto
- Responsable
- Trabajo bajo presión
- Integro

Funciones

- Encargados de cortar piezas de hierro a la medida indicada.
- Manejo de maquina dobladora.
- Corte y pulido de madera.
- Pintado de superficie de madera y hierro.
- Ensamble de piezas de metal con madera.

Nombre del cargo: Afanadora.

Requisitos

- Edad: de 24 a 40 años.
- Sexo: femenino.
- De preferencia que sea de Managua.
- Experiencia de 2 a 3 años.
- Disponibilidad inmediata

Habilidades

- Responsable
- Puntual
- Respetuosa
- Honesta
- Ordenada
- Disposición de trabajo

Funciones

- Velar por la imagen e higiene de la empresa.

Cotizaciones



Ferretería Técnica, S.A.
Km. 5 1/2 Carretera Norte, Semáforo Portezuelo 800 Mts al norte, Managua, Nicaragua.
PBX: 2264-9191

PROFORMA

RUC # J0310000 - 002975

Orden Comp:

Fecha: 06/10/2017

Proforma: 482142

Page 1 de 1

Cliente: OCTAVIO OROZCO GARCIA

Dirección: =

Teléfono:

Cuenta: 999999

CONDICIONES DE COMPRA

CODIGO	BOD.	CANTIDAD	DESCRIPCION DE LA MERCADERIA	SAC	UM	PRECIO/U.	TOTAL \$us	I.V.	% DESC
0790540	01	1.00	SIERRA CALADORA 3.9A 450W 4327 MK	846722000000	U	78.4708	78.47		
0790380	01	1.00	ESMERILADORA ANGULAR 9" 15A 2200W GA9060/GA9020	846729000000	U	164.2174	164.22		
0520666	5A	1.00	COMPRESOR 1 1/2HP 125PSI 110V E13VME150-108 EVAN		U	467.8558	467.86		
0180330	5B	1.00	EXTENSION ELECTRICA POLARIZADA 50FT (15,2M) TSJ 3	8544422100	U	17.4586	17.46		
0190020	01	1.00	BREAKER CH115 (A)	853620100000	U	7.8545	7.85		
0510570	5A	1.00	CINTA METRICA GLOBAL PLUS 3/4"X5M 30-615 SLY	901780000000	U	4.8984	4.90		
0751560	5A	1.00	CARETA PARA SOLDAR VIDRIO MOVIBLE TC0581 TC	900490900000	U	7.7632	7.76		
0511130	5A	1.00	DESARMADOR BASIC 6PZS 60-060S SLY	820540000000	GO	6.9044	6.90		
0321150	03	1.00	TUBO NEGRO MECANICO 3/4X6M (1.5MM)	730630100000	U	6.6899	6.69		
0460670	02	1.00	MELAMINA CHERRY 16MMX4X8 2C H7001	4410112000	U	23.3517	23.35		
0790194	01	1.00	TALADRO PERCUTOR 5/8" 850W + SET BROCAS HP1630X	846721000000	U	70.2481	70.25		
0040060	06	1.00	LAMINA DE HIERRO 0.45MMX1219MMX3048MM	7209280000	U	11.2469	11.25		
0040070	06	1.00	LAMINA DE HIERRO 0.60MMX1219MMX3048MM	720927000000	U	15.1185	15.12		
0796820	01	1.00	BROCA P/METAL-MADERA-CONCRETO 9PZS D-16449 MK	8207500000	U	7.8896	7.89		
0560850	01	1.00	LIJA DE MADERA 9"X11" GRANO 60 200201 3M	6805201000	LG	0.4722	0.47		
0560820	01	1.00	LIJA DE MADERA 9"X11" GRANO 36 200201 3M	6805201000	LG	0.8615	0.86		
0790560	01	1.00	CEPILLO ELECTRICO 3 1/4" 4A 580W KP0800 MK	846592000000	U	137.3515	137.35		
0720021	01	1.00	SOLDADURA 3/32"X14" 6011 LINCOLN	8311300000	BR	2.7768	2.78		
0720045	01	1.00	SOLDADURA 1/8"X14" 6011 LINCOLN	8311300000	BR	1.9272	1.93		
0720030	01	1.00	SOLDADURA 3/32"X14" 6013 LINCOLN	8311300000	BR	2.6158	2.62		
0720031	01	1.00	SOLDADURA 1/8"X14" 6013 LINCOLN	8311300000	BR	2.5915	2.59		
0420160	01	1.00	PEGA AMARILLA P/MADERA 1GL GRIPBOND3 WA505-4 LA	3206919000	AL	19.3112	19.31		
0431972	5B	1.00	PINTURA ANTICORROSIVA INDUST BLANCO 5GL 9110 MO	3208909190	UB	71.6608	71.66		
0431971	5B	1.00	PINTURA ANTICORROSIVA INDUST NEGRO 5GL 9109 MO	3208909190	UB	67.9356	67.94		
0432270	5B	1.00	BARNIZ MARINO 1GL 900 MOD (A)	3209902000	AL	24.6783	24.68		
0753081	5A	1.00	ESCUADRA CANTERO PROFESIONAL 16"X24" TC0840 TC	901720000029	U	5.5887	5.59		

RECIBIDO CLIENTE

TOTALES

Subtotal \$us	1,227.74
Descuento \$us	0.00
Impuestos \$us	184.16
TOTAL \$us	1,411.90
Kilos	226.26
Libras	499.00
Quintales	4.99

OBSERVACIONES

NOTAS

Estamos exentos del 2% de IR y del 1% del IML.
CANCELAR EN EFECTIVO, CHEQUE CERTIFICADO O TARJETA DE CRÉDITO.
PROFORMA VÁLIDA POR 8 DÍAS. AL MOMENTO DE FACTURAR SE APLICARÁ EL TIPO DE CAMBIO OFICIAL DEL DÍA.

Este documento no tiene ningún valor. No es una factura de venta ni recibo de pago. Sólo sirve para detallar a usted los precios actuales de la mercadería que nos ha solicitado.
Los precios incluidos en esta PROFORMA podrán variar sin previo aviso. La entrega será según existencia al momento de efectuar la venta.
Número de autorización: ASCC-DGC-SCC-007-07-2008

Hecho por: BRADYN JIMENEZ

Firma: _____



Ferretería Técnica, S.A.
 Km. 5 1/2 Carretera Norte, Semáforo Portezuelo 800 Mts al
 norte. Managua, Nicaragua.
 PBX: 2264-9191

Orden Comp:
 Fecha: 06/10/2017
 Proforma: 482145
 Page 1 de 1

PROFORMA

RUC # J0310000 - 002975

Cliente **OCTAVIO OROZCO GARCIA**

Cuenta: **999999**

Dirección =

Teléfono:

CONDICIONES DE COMPRA

CODIGO	BOD.	CANTIDAD	DESCRIPCION DE LA MERCADERIA	SAC	UM	PRECIO/U.	TOTAL \$us	I.V.	% DESC
0753120	5A	1.00	SERRUCHO PROFESIONAL 20" 7 DIENTE TC0321 TC		U	5.3804	5.38		
0751430	5A	1.00	MARTILLO D/BOLA CABO MADERA 16OZ TC1603 TC	8205200000	U	4.0870	4.09		
0790512	01	1.00	SIERRA CIRCULAR 7 1/4" 1800W 5007N + DISCO MK	846722000000	U	140.2462	140.25		
0511650	5A	1.00	LLAVE AJUSTABLE CROMO 15" 87-435 SLY	820412000000	U	27.4350	27.43		
0511830	5A	1.00	LLAVE COMBINADA 14PZS 7-24MM 86-081 SLY	8204110000	GO	54.2141	54.21		
0434373	5B	1.00	BROCHA 2" SERIE 500 A00684 PERFECT (A)	960340000000	U	0.7307	0.73		
0434375	5B	1.00	BROCHA 3" SERIE 500 A00686 PERFECT (A)	960340000000	U	1.0461	1.05		
0434376	5B	1.00	BROCHA 4" SERIE 500 A00687 PERFECT (A)	960340000000	U	1.7331	1.73		
0752900	5A	1.00	PISTOLA PARA PINTAR ALTA PRESION TC1842 TC	8424200000	U	16.5089	16.51		
0131840	5B	1.00	PERNO COCHE CON TUERCA 5/16X2 1/2	7318150000	U	0.0579	0.06		
0131875	5B	1.00	PERNO COCHE CON TUERCA 3/8X2 1/2	7318150000	U	0.0918	0.09		

RECIBIDO CLIENTE

TOTALES

Subtotal \$us	251.53
Descuento \$us	0.00
Impuestos \$us	37.73
TOTAL \$us	289.26
Kilos	12.24
Libras	27.00
Quintales	0.27

OBSERVACIONES

NOTAS

Estamos exentos del 2% de IR y del 1% del IMI.
 CANCELAR EN EFECTIVO, CHEQUE CERTIFICADO O TARJETA DE CRÉDITO.
 PROFORMA VÁLIDA POR 8 DÍAS. AL MOMENTO DE FACTURAR SE APLICARÁ EL TIPO DE CAMBIO OFICIAL DEL DÍA.

Este documento no tiene ningún valor. No es una factura de venta ni recibo de pago. Sólo sirve para detallar a usted los precios actuales de la mercadería que nos ha solicitado.
 Los precios incluidos en esta PROFORMA podrán variar sin previo aviso. La entrega será según existencia al momento de efectuar la venta.
 Número de autorización: ASCC-DGC-SCC-007-07-2008

Hecho por: BRADYN JIMENEZ

Firma: _____



Ferretería Técnica, S.A.
 Km. 5 1/2 Carretera Norte, Semáforo Portezuelo 800 Mts al
 norte. Managua, Nicaragua.
 PBX: 2264-9191

PROFORMA

RUC # J0310000 - 002975

Orden Comp: 06/10/2017
 Fecha: 06/10/2017
 Proforma: 482146
 Page 1 de 1

Cliente: OCTAVIO OROZCO GARCIA
 Dirección: _____
 Teléfono: _____

Cuenta: 999999

CONDICIONES DE COMPRA

CODIGO	BOD	CANTIDAD	DESCRIPCION DE LA MERCADERIA	SAC	UM	PRECIO/U.	TOTAL \$us	I.V.	% DESC
0100280	04	1.00	CLAVOS CORRIENTES C/C 2' X 12 INCASA	7317000010	.BR	0.4765	0.48	EX	
0100290	04	1.00	CLAVOS CORRIENTES C/C 2 1/2' X 10 INCASA	7317000010	.BR	0.5330	0.53	EX	

RECIBIDO CLIENTE

TOTALES

Subtotal \$us	1.01
Descuento \$us	0.00
Impuestos \$us	0.00
TOTAL \$us	1.01
Kilos	0.91
Libras	2.00
Quintales	0.02

OBSERVACIONES

NOTAS

Estamos exentos del 2% de IR y del 1% del IMI.
CANCELAR EN EFECTIVO, CHEQUE CERTIFICADO O TARJETA DE CRÉDITO.
PROFORMA VÁLIDA POR 8 DÍAS. AL MOMENTO DE FACTURAR SE APLICARÁ EL TIPO DE CAMBIO OFICIAL DEL DÍA.

Este documento no tiene ningún valor. No es una factura de venta ni recibo de pago. Sólo sirve para detallar a usted los precios actuales de la mercadería que nos ha solicitado.
 Los precios incluidos en esta PROFORMA podrán variar sin previo aviso. La entrega será según existencia al momento de efectuar la venta.
 Número de autorización: ASCC-DGC-SCC-007-07-2008

Hecho por: BRADYN JIMENEZ

Firma: _____

GLOSARIO

Brochure: Es toda aquella folletería que sea propia de una compañía y que la represente. Abarca desde trípticos publicitarios de un nuevo producto o servicio que su compañía ofrezca hasta las carpetas de presentación de proyectos que circulan de manera interna o externa.

Canal de distribución: El conjunto de personas u organizaciones que están entre productor y usuario final son los intermediarios. En este sentido, un canal de distribución está constituido por una serie de empresas o personas que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a las manos del comprador o usuario y que se denominan genéricamente intermediarios.

Capital: son los bienes y derechos (elementos patrimoniales del activo) menos las deudas y obligaciones (pasivo), de todo lo cual es titular el capitalista.

Censo: Estadística descriptiva, al recuento de individuos que conforman una población estadística, definida como un conjunto de elementos de referencia sobre el que se realizan las observaciones. El censo de una población estadística consiste básicamente en obtener mediciones del número total de individuos mediante diversas técnicas de recuento; además este se realiza cada determinado período.

Constitución jurídica: es una organización con derechos y obligaciones que existe, pero no como individuo, sino como institución y que es creada por una o más personas físicas para cumplir un objetivo social que puede ser con o sin ánimo de lucro.

Dato muestral: Medida cuantitativa, derivada de un conjunto de datos de una muestra, con el objetivo de estimar o inferir características de una población o modelo estadístico.

Declive: Etapa o fase del ciclo de vida, en la que el producto se olvida o queda anticuado, bajando peligrosamente sus ventas, este declive puede, sin embargo, ser intencionado para liquidar stocks obsoletos y que ocasionan problemas.

Dinamismo: Cualidad de las cosas, empresas o actividades que tienen actividad, movimiento e innovación y que están en constante transformación o la hacen posible.

Estatus: Posición, escala social y económica a que pertenece una persona.

Factible: Que puede ser hecho o que es fácil de hacer.

Fijación de precio: Establecimiento de un precio al mismo nivel de la competencia. Este método se apoya en la idea de que los competidores ya han elaborado acabadamente su estrategia de fijación de precios.

Flujograma: Representación gráfica del algoritmo o proceso. Se utiliza en disciplinas como programación, economía, procesos industriales y psicología cognitiva.

FUNIDES: Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social.

Grado de aceptación: Hace referencia a la acción y efecto de aceptar. A su vez, está relacionado con aprobar, dar por bueno o recibir algo de forma voluntaria y sin oposición.

INIDE: Instituto Nacional de información de desarrollo.

Incentivo: Premio o gratificación económica que se le ofrece o entrega a una persona para que trabaje más o consiga un mejor resultado en determinada acción o actividad.

Macroeconómica(o): Teoría económica que se encarga de estudiar los indicadores globales de la economía mediante el análisis de las variables agregadas como el monto total de bienes y servicios producidos, el total de los ingresos, el nivel de empleo, de recursos productivos, la balanza de pagos, el tipo de cambio y el comportamiento general de los precios.

Marco metodológico: Es la explicación de los mecanismos utilizados para el análisis de la problemática de investigación.

Marco muestral: lista de elementos que componen el universo que queremos estudiar y de la cual se extrae la muestra.

Mipyme: acrónimo de "micro, pequeñas y medianas empresas".

Muestreo probabilístico: Técnica de elección de la muestra en la que los individuos son elegidos aleatoriamente y todos tienen probabilidad positiva de formar parte de ella.

Multifuncional: Que puede desempeñar varias funciones.

Obsolescencia: la caída en desuso de las máquinas, equipos y tecnologías motivada no por un mal funcionamiento del mismo, sino por un insuficiente desempeño de sus funciones en comparación con las nuevas máquinas, equipos y tecnologías introducidos en el mercado.

Patrimonio: Conjunto de bienes propios de una persona o de una institución, susceptibles de estimación económica.

Pauta: Término que permite hacer referencia a un modelo, ejemplo, normativa o regla.

Posicionar, Posicionamiento: Es la imagen que ocupa nuestra marca, producto, servicio o empresa en la mente del consumidor. Este posicionamiento se construye a partir de la percepción que tiene el consumidor de nuestra marca de forma individual y respecto a la competencia.

Prediseñada: Algo hecho o diseñado anteriormente, para su uso posterior como platilla o como una referencia.

Repuntar: Empezar a manifestarse o aparecer

SEM: Es una técnica estadística multivalente para probar y estimar relaciones causales a partir de datos estadísticos y suposiciones cualitativas sobre la causalidad.

Tosco: Hecho con poco cuidado o con materiales poco valiosos.

Utilidades: Es el interés, provecho o fruto que se obtiene de algo. El término también permite nombrar a la cualidad de útil (que puede servir o ser aprovechado en algún sentido).