



CANESUU

UNIFORMES EMPRESARIALES

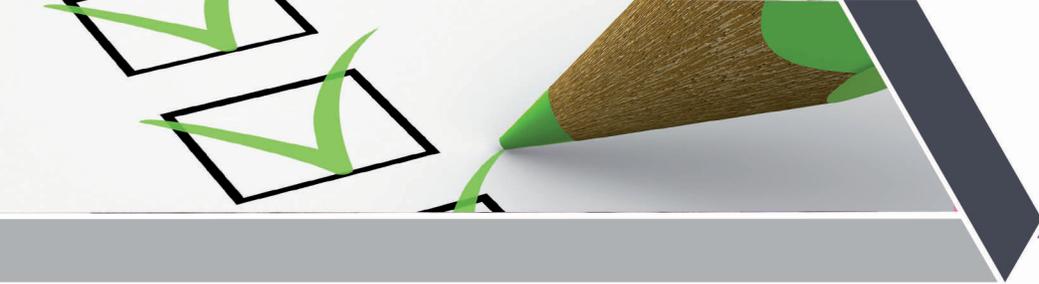
Plan de Negocios
CANESUU
Uniformes empresariales

Michelle Ferrufino
Katherine Toval

04-2017



Escuela de
Diseño



AGRADECIMIENTO

A Dios por habernos acompañado a lo largo de nuestra carrera, darnos fortalezas en las dificultades y habernos permitido adquirir todo el conocimiento aportado por la universidad y tutores externos para realizar este plan.

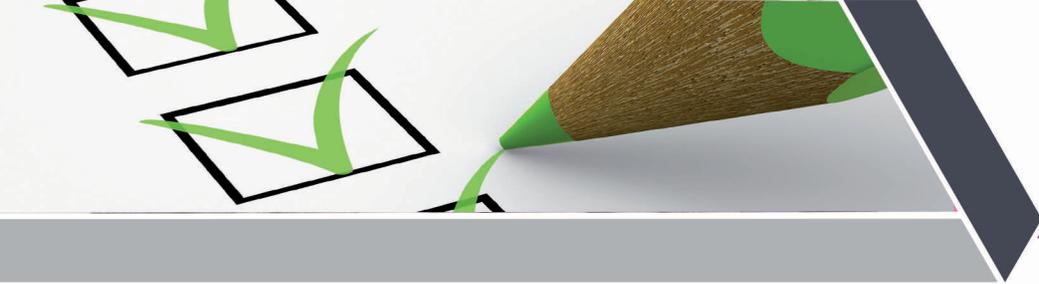
A Nuestros padres por todo el apoyo brindado y darnos la oportunidad de tener una excelente educación.

A todos los docentes que nos impartieron clase a lo largo de nuestra carrera.

A Nuestro tutor Howard Rojas por habernos impartido el curso de plan de negocio, por todo el apoyo, asesoría brindada, darnos la oportunidad de crecer profesionalmente y aprender nuevas cosas como métodos y técnicas para el emprendimiento.

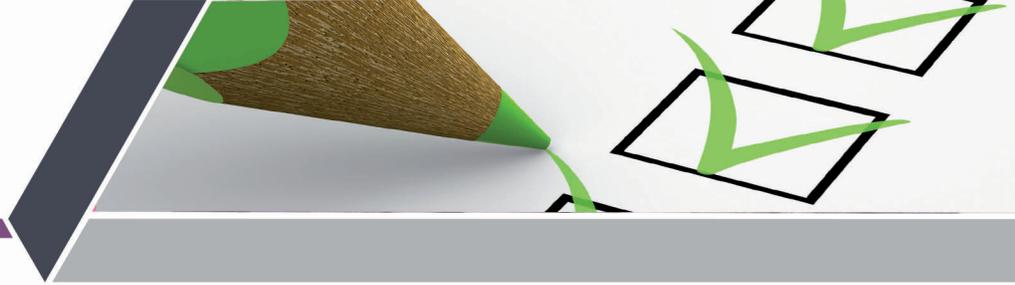
A nuestro tutor externo en Finanzas Allen Alonso por habernos dado una excelente tutoría en el área contable y permitirnos aprender de sus conocimientos.

A Leonard Chavarría nuestro tutor en Diseño por darnos seguimiento, estar atentos a todas nuestras dudas y apoyarnos con sus sugerencias.

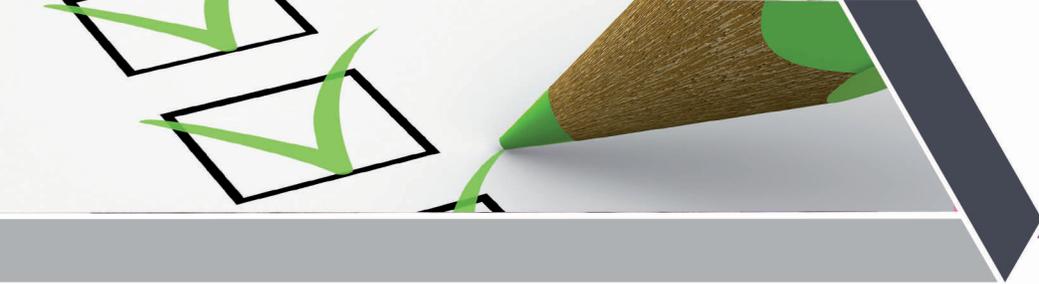


CONTENIDO

Agradecimiento	5
Auditoria Personal o Emprendedor.....	12
La Idea de Negocio	14
Resumen Ejecutivo	17
Capítulo I El Plan de Negocio	19
Surgimiento o Idea del Plan de Negocio	20
Justificación	20
Objetivos	21
Misión.....	22
Visión.....	22
Valores de la Empresa	22
Principios de la Empresa	23
Ventajas Competitivas	23
Distingos	24
Capítulo II El Mercado	25
Presentación del Producto o Servicio	26
Investigación de mercado	26
Target.....	43
identificación del mercado meta	43
La competencia	46
Tamaño de mercado	48
Consumo aparente	49
Demanda potencial	50
Participación de la competencia en el mercado.....	52
Niveles de precios	53
Canales de distribución de la competencia	53



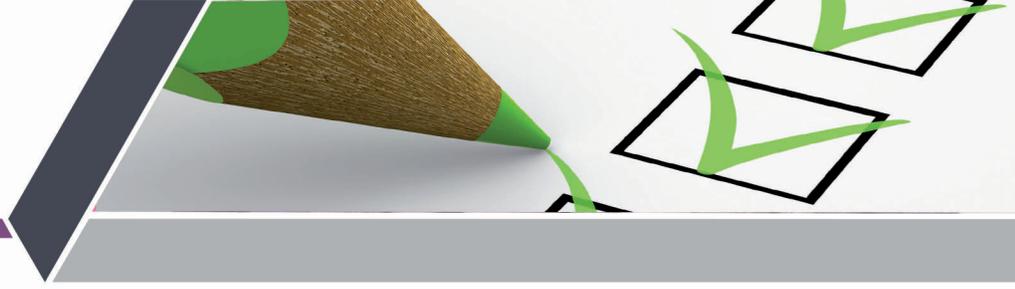
Encuesta	54
Sistema o metodología a utilizar	54
Cuestionario	54
Riesgos y oportunidades de Mercado	56
Plan de Ventas	57
Distribución y Puntos de venta	57
Fijación y Políticas de precio	58
Empaque y Etiqueta	59
Promoción del Producto o Servicio	59
Estrategia introducción al mercado	59
Plan de Publicidad	65
Medios de Publicidad	62
Garantía.....	62
Ventas Corto, Medio y Largo plazo	63
Capítulo III La Producción	65
Producto	66
Especificaciones del producto	66
Costos de producción	68
Descripción del proceso de Producción	69
Diagrama de flujo del proceso	71
Características de la Tecnología o equipo.....	72
Equipos e Instalaciones	73
Materia Prima	74
Manejo de inventarios	74
Proveedores	74
Capacidad de producción máxima	75
Control de calidad	75
Capítulo IV La Organización	77



Distribución y Puntos de venta	57
Objetivos del área de Organización.....	78
Estructura Organizacional.....	78
Funciones Específicas del puesto.....	79
Recursos Humanos.....	80
Administración de Sueldo y Salario	81
Selección y Contratación de Personal.....	82
Capacitación de Personal.....	83
Desarrollo de Personal.....	84
Evaluación de desempeño.....	84
Capítulo V Las Finanzas	87
Sistema Contable de la Empresa.....	88
Flujo de efectivo.....	89
Balance General.....	90
Estado de resultado	91
Punto de equilibrio.....	92
Sistemas de Financiamiento	93
Capítulo VI El marco legal	95
Capítulo VII Manual de Marca	101
Logotipo	102
Área de seguridad	104
Versiones Cromatica del Logotipo	106
Colores corporativos	108
Tipografía de la marca	109
Papelería	110



AUDITORIA PERSONAL



AUDITORÍA PERSONAL O EMPRENDEDOR

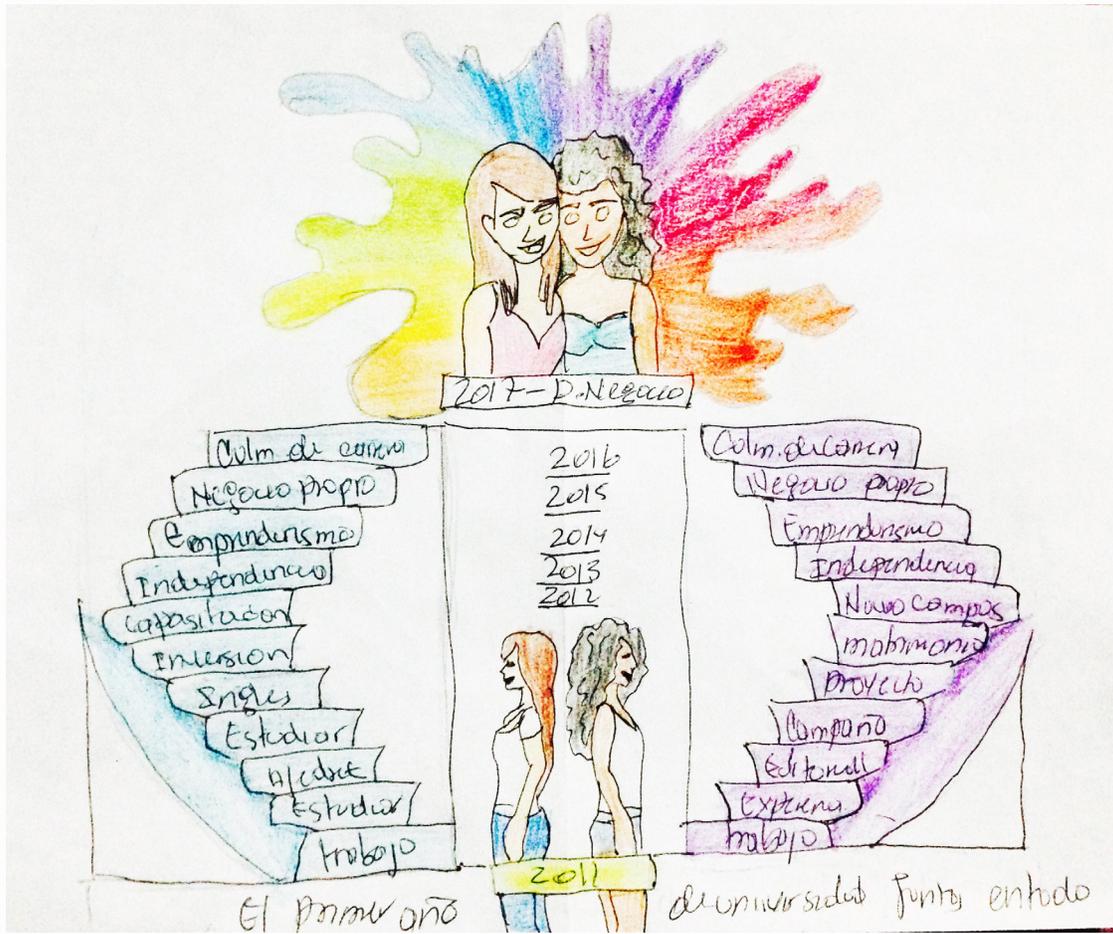
Ambas tenemos madres solteras por lo tanto son el pilar de crecimiento, tanto en lo profesional como en lo personal, son nuestro mayor punto de influencia en la toma de decisiones.

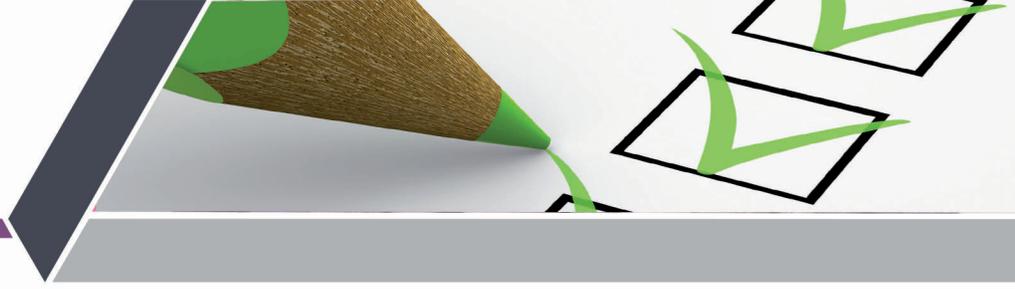
Ayudamos a nuestros familiares a salir adelante a las personas más cercanas de nuestro día a día, ofrecemos un apoyo económico con nuestro trabajo, en lo emocional somos un soporte para resolver problemas familiares. En lo Moral como un ejemplo de lucha por salir adelante como profesional, en lo físico como ejemplo de que no existen barreras ni cansancio para el trabajo. Nuestra relación con la familia y amistades en ocasiones lo hacemos cara a cara, pero a menudo el medio más fácil, rápido y sin importar la distancia es vía chat en diferentes redes.

En este campo conocemos a diferentes personas con diferentes profesiones, estatus económicos y habilidades que en el camino nos ayudan en diferentes aspectos a salir adelante.

Trabajamos un promedio de 12 horas diarias, 7 días a la semana, invertimos dinero, tiempo, energía, estrés, familia, amistades y entretenimiento con el único objetivo de ser profesionales y triunfar en la vida.

Creamos el siguiente dibujo, porque identifica las etapas de nuestra vida universitaria y laboral, empezamos junta la universidad y un año después nos separamos y ahora para nuestro plan de negocio nos juntamos y volvemos a complementar nuestras ideas creativas, es por eso la explosión de colores cuando estamos juntas ahora.





LA IDEA DE NEGOCIO

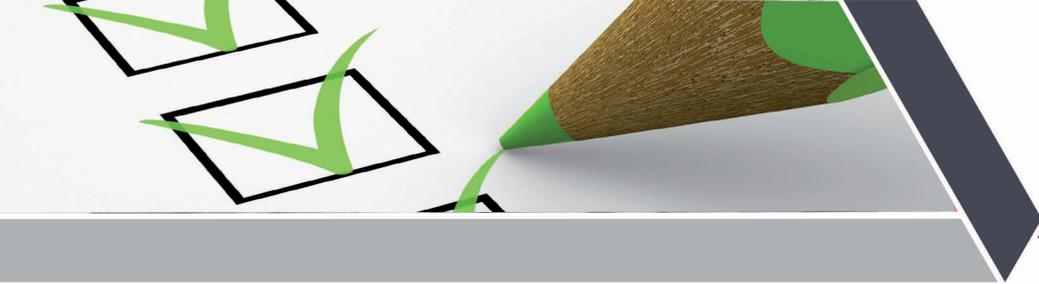
En el mercado existen diversas empresas que ofrecen el servicio de bordado y uniformes (estilo Oxford y camisas estilo polo, camisas confeccionadas) para todo tipo de empresas o ideas de negocios, para establecer una nueva tendencia de tipos de uniformes personalizados creando identidad empresarial, nuestra idea de negocio es un complemento entre el diseño, confección y bordado para una demanda que va creciendo contra una oferta que no satisface las necesidades desde diferentes ángulos de cada demandante.

Tenemos conocimientos básicos de costuras pero contamos con el apoyo de trabajadores profesionales con conocimientos y una experiencia completa en confección de uniformes pero sobretodo en bordados con máquinas de última tecnología con gran capacidad productiva para pedidos especiales y de gran magnitud.

En Managua a nivel nacional conocemos una variedad de empresas que cuentan con al menos 10 colaboradores, el cual les falta o necesitan un uniforme que los identifique como empresa, nosotros les ofreceremos una serie de diseños, estilos y combinaciones de uniformes empresariales adecuada a cada necesidad y expectativa según el caso.

Nosotras poseemos una idea con visión a largo plazo, el cual llegamos a la conclusión que es una idea viable con grandes posibilidades de rentabilidad y nos complementa ya que existe una gran demanda en el mercado, tenemos facilidad de acceso a alianzas estratégicas para la fabricación y producción, es una idea de negocio que podemos empezar con bajos costos de inversión con facilidad de recuperación a corto plazo.

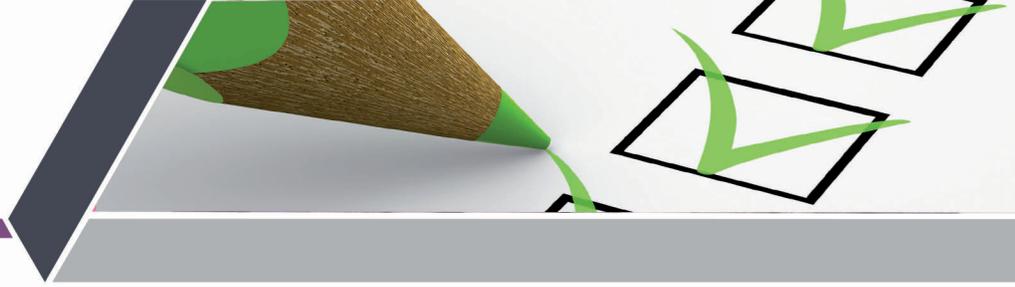
Nuestra idea consiste en crear una MiPyme encargada en el diseño, confección y bordado de uniformes empresariales,



queremos enfocarnos en satisfacer las necesidades de muchas empresas en expresar su identidad en el uniforme de sus colaboradores. La idea surgió primeramente al conocer que hay una gran necesidad de partes de las empresas y la mayoría de las empresas no están conformes con el servicio que se les brinda, el costo y la calidad ofrecida.

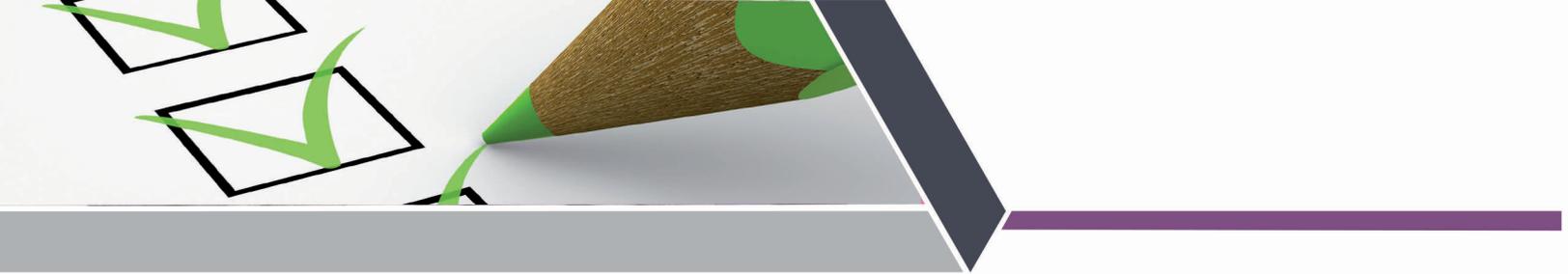
Los promotores del proyecto y la idea de negocio somos Katherine y Michelle, ambas empezaremos el negocio en una de nuestra casa de habitación con bajos costos de operación.

Muchas empresas en el ramo de confección de uniformes preguntan a sus clientes como desean el diseño y trabajan según al detalle del clientes, que van desde una línea de color distinta a la base de la prenda hasta las mangas de otro color, nosotras ofreceremos a nuestros clientes una atención personalizada mostrándole al clientes distintos diseños innovadores y combinaciones de colores en uniformes empresariales que identifique a la empresa interesada acorde a cada necesidad.



MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS INNOVADORAS

Productos Innovadores	Necesidades satisfechas	Características Innovadora	Producto o solución seleccionada
Diseño y confección de uniforme empresarial	Suplir a las empresas con uniformes que se identifiquen como empresa.	Nuestros uniformes se caracterizaran por el diseño de confección único y las combinaciones de colores.	Nuestro producto le dará la oportunidad a las empresas de identificarse con un uniforme propio de su identidad.
Bordados	Satisfacer la demanda del servicio de bordado en diferentes productos.	Brindar un servicio personalizado a nuestros clientes.	Proveer a las empresas el servicio de bordado ya sea confeccionado por nosotros o productos adquiridos por proveedores.
Artículos promocionales	Permitir que nuestros clientes puedan activar su marca con nuestros productos.	Ofrecer productos con funciones innovadoras para los consumidores de nuestros clientes.	Promover la marca de las empresas atreves de nuestros productos promocionales.
Diseño gráfico	Cubrir la necesidad de publicitar a través del diseño gráfico.	Aparte de una atención personalizada el cliente tendrá un diseño gráfico innovador, fresco y eficaz.	Romper los problemas de comunicación entre las empresas y los clientes a través del diseño gráfico.



RESUMEN EJECUTIVO

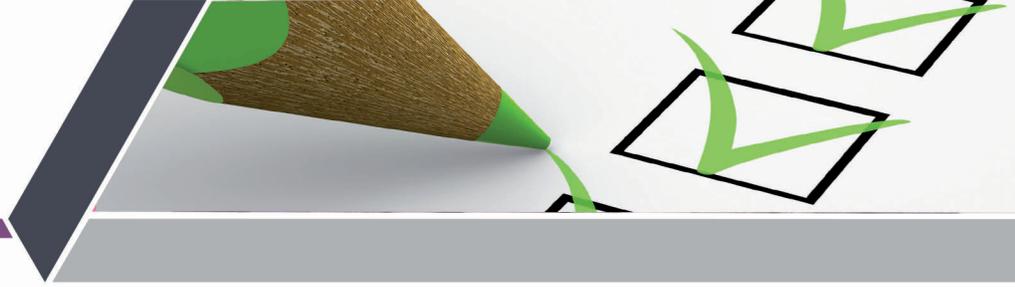
El plan de negocio consiste en la creación de una empresa (CANESUU) donde se ofertaran Uniformes Empresariales. En el estudio de mercado se identificó lo siguiente:

- Existe una gran demanda, de uniformes entre ellos camisas polos con 39.8%, camisas Oxford 33% y camisas confeccionadas personalizadas con un 27.2%. CANESUU ofertará estos tipos de uniformes y tendrá como producto estalla camisas polos.
- Los clientes son pequeñas y medianas empresas mayormente del sector privado, estaremos enfocadas en ellas.
- Un 36% del mercado está insatisfecho con la servicio que consume y un 87% está dispuesto a cambiar de proveedor igualmente existen muchos puntos a atender, vacíos por parte de las empresas, CANESSUU marcará la diferencia en este

aspecto y brindará:

1. Un mejor precio
2. Atención al cliente personalizada (toma de medidas al personal)
3. Asesoramiento para obtener el uniforme adecuado
4. Garantía
5. Delivery
6. Presentación profesional

- En el primer año el negocio tendrá rentabilidad con un total de 204 clientes anual con un monto de facturación C\$3,633,600.00 donde mensual se factura entre C\$ 268,800.00 -C\$ 393,600.00 mensual donde el monto inicial representa meses bajos y el último meses alto. Estos montos de facturación abarcan menos de la mitad de nuestra capacidad de producción. Para alcanzar estas ventas se ha diseñado un plan de publicidad muy estudiado donde se representa cuáles son los medios de publicidad más importantes, zonas estratégicas, y meses donde se necesita más publicidad, todo esto con objetivo de hacerlo eficaz.



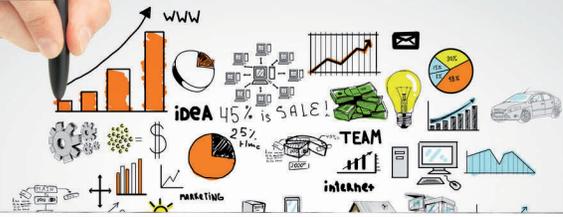
Nuestra empresa contará con maquinaria propia para personalizar uniformes y también tendrá alianzas estratégicas. CANSESUU estará compuesta por un equipo profesional, inicialmente constituidas por sus dos promotoras y 3 colaboradores que cuentan con la experiencia necesaria para desarrollarse en este campo. Nuestro colaboradores contarán con prestaciones sociales como INSS, vacaciones, seguro, aguinaldo y comisiones por venta. Una de nuestras principales políticas internas es el reclutamiento interno para que los colaboradores crezcan profesionalmente.

Para dar inicio a la creación de esta empresa se necesita un monto de C\$380,000.00 córdobas, las emprendedoras de este proyecto aportarán un 32% de este monto, se necesitan inversores externo para el resto. Este monto incluye maquinaria, equipos de oficina, materia prima para empezar a operar.

Con la creación de CANESUU se generarán nuevos empleos, a mediano plazo se ha proyectado crear más plazas con múltiples beneficios para los colaboradores, se satisficera al mercado con productos de calidad y atención personalizado.



PLAN DE NEGOCIO



SURGIMIENTO O IDEA DEL PLAN DE NEGOCIO

Nuestra idea de Plan de Negocio consiste en la creación de una Empresa donde se diseñe uniformes personalizados para el sector privado y público en general, ofertando como un todo servicios de bordados y confección.

La idea surge porque se identificó que existe un gran demanda del producto en el mercado que va en incremento, y hemos identificado que hay empresas privadas donde sus uniformes no se adaptan al ambiente laboral o a las expectativas de cada identidad empresarial, existiendo un vacío en esta necesidad, otra dato importante es que no están conforme con el servicio que les brindan y están dispuesto a cambiar de empresa que oferta este tipo de servicio por una opción de servicio mejor.

La empresa se ubicara en la ciudad de Managua, ofertando los servicios a

empresas privadas del país, acondicionada en un espacio independiente en nuestra casa de habitación para el inicio de esta empresa.

JUSTIFICACIÓN

Para la empresa privada es muy importante conservar su identidad corporativa sobre todo vender una excelente imagen de presentación.

El uso de un uniforme en el personal de una empresa hace que está se dé a conocer, se identifique y que marque la diferencia, de igual forma se convierte en un símbolo de una empresa mostrando la unión del personal que labora.

Un aspecto importante a destacar es que el uso del uniforme permite que el colaborador vaya sintiéndose parte de la empresa y con ello crezca su lealtad. Este proyecto plantea la creación y elaboración de uniformes personalizados,



con diseños innovadores, tomando en cuenta la naturaleza del trabajador. Nos enfocaremos en la empresa privada u organizaciones e instituciones.

Con la realización de este proyecto se colaborará en lo siguiente:

- Crear una empresa que sea fuente de trabajo.
- El personal de las empresas lucirán uniformes conservando la apariencia e identidad corporativa de la empresa.
- Generará un ambiente de profesionalidad.
- Difundirá la marca de la empresa.
- Utilizará diseños de uniformes acorde a las funciones operativas que realizan.

Objetivos

Objetivos Generales

- Desarrollar una idea de negocio que pueda posicionarse en el mercado local que permita innovar diseños y confección de vestuarios para colaboradores de ambientes laborales dirigidas al sector privado u organizaciones, promoviendo y conservando su marca.

Objetivos Específicos

- Establecer una campaña publicitaria que nos permita identificarnos en el mercado y poder alcanzar las metas de ventas a corto plazo.
- Crear nuevas promociones que permitan incrementar las ventas y la cartera de clientes.
- Invertir en la capacidad productiva que me permita mejorar las expectativas de



crecimiento acorde a las necesidades de los clientes.

- Diseñar uniformes personalizados para colaboradores de 23 empresas en los primeros 6 meses de operar.
- Duplicar la cantidad de clientes en los próximos 6 meses.
- Firmar contratos con 23 empresas para brindarles el servicio en 1 año.
- Captar el % del mercado que no posee uniformes pero desea consumirlo, que es el 13,7%.
- Crecer en un 10% de rentabilidad de la empresa en el 2 año.

MISIÓN

CANESUU, Somos una empresa creativa en el mercado de diseño y

confección de uniformes para ambientes laborales, comprometidos a satisfacer las necesidades de este sector y poder colaborar con la promoción de la imagen e identidad corporativa del sector privado u organizaciones.

VISIÓN

Ser la Empresa con la mejor opción de diseño y confección de vestuario para ambientes laborales en el País ofreciendo una gran variedad de uniformes.

VALORES DE LA EMPRESA

1. Responsabilidad: Es muy importante este valor porque nos ayuda a cumplir en tiempo y forma con nuestras obligaciones lo cual crea un mejor ambiente laboral y confianza en nuestros clientes.
2. Creatividad: Siempre existen problemas en el área laboral y el emprendedor



debe ser capaz de solucionarlo de forma creativa, aparte de ofrecer a nuestros clientes diseños frescos e innovadores.

3. Trabajo en equipo: En el área laboral el trabajo en equipo resulta ser más rápido y eficaz al mismo tiempo que nos estamos retroalimentando.

4. Respeto: Es muy importante que exista respeto mutuo porque se crea un ambiente laboral agradable tanto en la parte interna de nuestra empresa como en la relación entre cliente y proveedor así se promueve una buena imagen de la empresa.

PRINCIPIOS DE LA EMPRESA

Compromiso: Queremos que el público nos reconozca porque somos una empresa que está comprometida a ofrecer el mejor servicio y atención a sus clientes.

Innovación: Los tiempos van cambiando y la empresa debe ir innovando con respecto a

las necesidades que surgen en cada etapa de la vida y así debe estar actualizado con las tecnologías.

Calidad: Se ofrecerá un servicio de alta calidad para tener incremento en nuestros clientes y producto, logrando que nuestros clientes estén satisfechos.

Bienestar: Se crearán las condiciones para brindarles un bienestar y estabilidad laboral tanto al cliente como a nuestro personal.

VENTAJAS COMPETITIVAS

- La originalidad del producto nos caracterizará como proveedores competitivos.

- Atención personalizada a cada Empresa, revisando y consensuando los productos elaborados.

- Tomar las medidas a colaboradores de las empresas que soliciten nuestros



uniformes.

- Precios competitivos en el mercado.
- Personal capacitado que labora de forma limpia y eficaz.
- Producción y entrega de productos en tiempo y forma.

Distingos

- Alta calidad del producto.
- Servicio de empaque personalizado.
- Delivery
- Garantía del producto.
- Promociones.



MERCADEO



PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

CANESUU, somos especializados en la producción de uniformes empresariales, satisfaciendo la necesidad de representar la identidad de las empresa a través de los uniformes.

Realizamos uniformes tales como:

1. Camisas Polos: nos encargamos de personalizar las camisas polos UNICRESE con el logo de las empresas y nombre del colaborador.
2. Camisas Oxford: personalizamos las camisas de vestir con el logo de la empresa y nombre de los colaboradores, ofreciendo también alguna actualización en el diseño del logo para obtener mejor legibilidad en su bordado.
3. Camisas Confeccionadas Combinadas: ofreceremos camisas confeccionadas con diversidad de telas, colores y diseño,

estas camisas serán diseñadas de forma personalizadas incorporando la identidad de las empresas, así mismo personalizaremos estas camisas con el logo de la empresa y nombre de los colaboradores.

Las camisas Oxford y polos UNICRESE serán solo bordadas para proveer a nuestros clientes y las camisas confeccionadas combinadas tendremos una alianza estratégica con un taller de costura para la confección de las camisas según diseño previamente aprobado por el cliente para posterior mente ser bordadas.

INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

Problemática

En la actualidad el 46.1% de las empresas poseen uniformes empresariales, pero se ha identificado en estas empresas que sus uniformes no los representan apropiadamente por diversos factores:



1. Mal aplicación de la identidad de marca en el diseño de los uniformes.
2. Falta de atención personalizada para aplicar las tallas adecuadamente.
3. No hay asesoramiento por parte de los proveedores, para aplicar un tipo de uniforme según el tipo de empresa, producto y/o servicio que oferta.

Encontramos también un 53.9% de las empresas no poseen uniformes de ningún tipo, restándoles profesionalismo y afectando el porte y aspecto de sus colaboradores ocasionando consecuencias como falta de confianza y garantía en su servicio y/o producto y sobre todo eficacia en las ventas.

Temática.

Crear una empresa que supla las necesidades de representación de la imagen corporativa de una empresa a través de los uniformes empresariales,

ofrecer a las empresas un asesoramiento sobre el uniforme adecuado según el rubro y función de esta, dar una atención personalizada a las empresa para obtener uniforme de alta calidad con tallas adecuadas al personal y sobre todo crear un buen uso de la marca para la aplicación en los uniformes, empresariales. Se espera encontrar la viabilidad de esta idea de negocio en el mercado.

Objetivo

Conocer si hay una participación del producto en mercado, las características y funciones de la empresa para la realización de uniformes personalizados.

Encuesta.

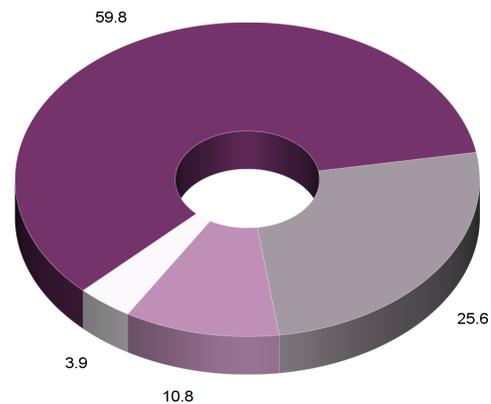
Elaboramos la encuesta especial para saber información importante que nos ayudara a guiar nuestros productos al mercado, a continuación presentamos las preguntas.



El 59.8% de las empresas poseen alrededor de 10 colaboradores promedios por lo cual quiere decir que estas son pequeñas empresas, esta información es muy importante porque nos dice cuanto uniformes aproximadamente podría consumir las empresas y así también a cuales empresas llegar.

1.1 ¿Cuántos colaboradores posee en su empresa?

■ 1-10 colaboradores ■ 11-49 colaboradores ■ 50-250 Colaboradores ■ 250 o más colaboradores

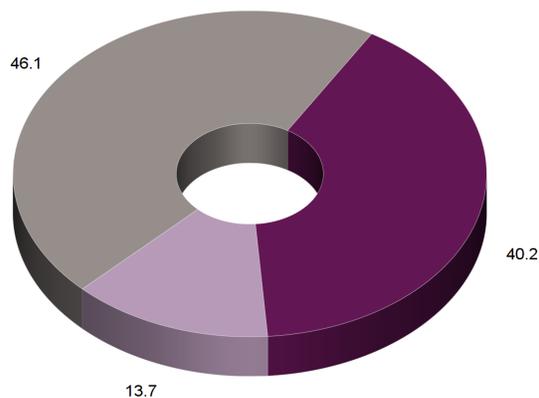




Saber la participación del producto en el mercado es valioso porque esto nos da datos reales sobre el consumo del producto en el medio empresarial, las encuestas nos arrojaron que el 46.1% de las empresa consumen uniformes empresariales de algún tipo, y que un 53,9% no consume uniformes empresariales por algún motivo, de este porcentaje un 13.7% cree que es necesario tener uniformes empresariales siendo estas empresa un mercado muy potencial.

2. 2. ¿Tiene usted uniformes empresarial personalizado que identifique a su empresa u organización para sus colaboradores?

■ Si tenemos ■ No tenemos ■ No tenemos, pero es necesario

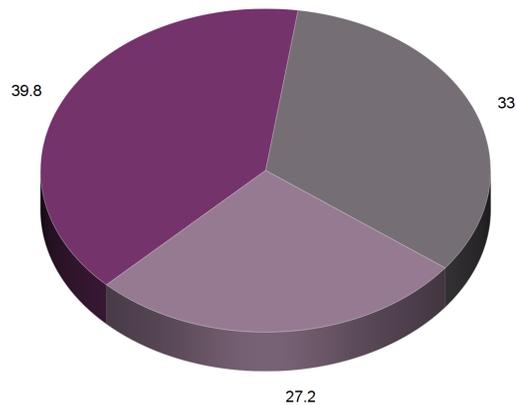




Las empresas tienen diferentes necesidades según su servicio y/o producto, estas adquieren los uniformes de tal forma que cumplan con sus necesidades ejemplos las empresas productoras prefieren para el área de producción las camisas estilo polo y para el área de atención al cliente las de vestir, las encuestas nos dicen que el 39.8% prefieren las camisas estilo polo esto por mayor comodidad y frescura, el 33% prefieren camisas de vestir Oxford y el 27.2% prefieren camisas de vestir confeccionadas para una mejor presentación con el cliente.

3.3 ¿Qué tipo de uniformes prefiere para representar su empresa u organización?

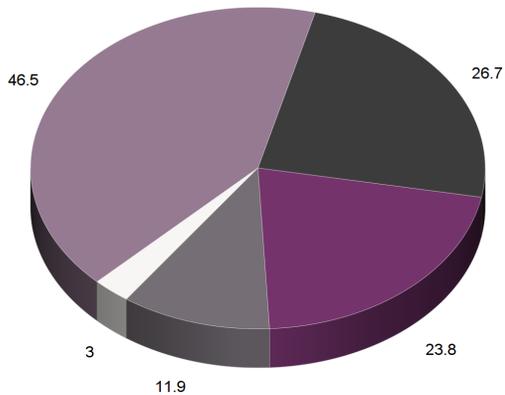
■ Camisa estilo POLO ■ Camisa de vestir estilo clásico OXFORD ■ Camisa de vestir personalizada





En el mundo de la confección de uniformes hay una variedad de telas que aportan al uniforme calidad, comodidad, frescura y un mejor precio, por lo tanto es importante saber qué tipo de tela prefieren las empresas para confeccionar los uniformes. Las encuestas nos dicen que hay una gran preferencia de la tela sincatex con un 46.5% quiere decir que nuestros uniformes serán más aceptados por el mercado potencial si los ofrecemos en tela sincatex, ahora hay otra variedad de tela para el mismo tipo de uniforme como las camisas de vestir confeccionada es también aceptada como la Oxford con un 26.7%, luego tenemos poliéster 23.8% y la dryfit 11.9% que son utilizadas en camisas sport como las polos.

■ Oxford ■ Poliéster ■ Dryfit ■ Babycor



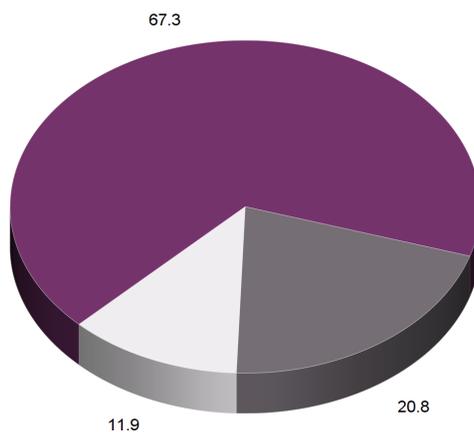


Las empresas por factor comodidad y sobre todo presentación diaria facilita una cantidad de uniformes a cada colaborador, esto nos dice cuántos uniformes promedio adquieren las empresas por colaborador un dato a tomar en cuenta en nuestras producciones.

Un 67.3% de las empresas facilita 3 uniformes por colaborador, el 20.8% facilita 5 uniformes por colaborador y el 11.9% facilita 4 uniformes por colaborador.

5. ¿Cuántos uniformes le facilita cada colaborador?

■ 3 por persona ■ 4 por persona ■ 5 por persona

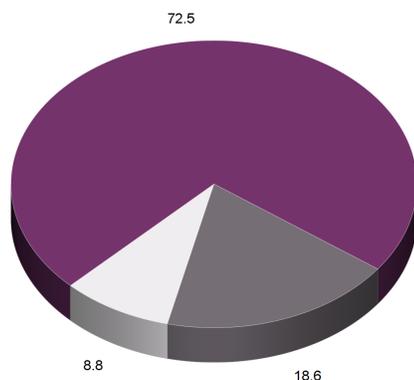




Las empresas trabajan con presupuestos para cada área y el precio de un producto es muy importante para estas ya que entre mejor sea el precio más fiel son a un proveedor, así que saber cuál es el precio que están dispuestos a pagar por una camisa de vestir confeccionada tomando en cuenta los precios de los competidores nos ayudara en nuestra fijación de precio. El 72.5% de las empresas prefieren el precio más bajo de 17\$ y el 18.6% prefiere pagar un precio promedio de 19\$ y el 8.8% prefiere pagar 25\$.

6. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una camisa de vestir confeccionada personalizada para su empresa u organización?

■ \$17 ■ \$19 ■ \$25

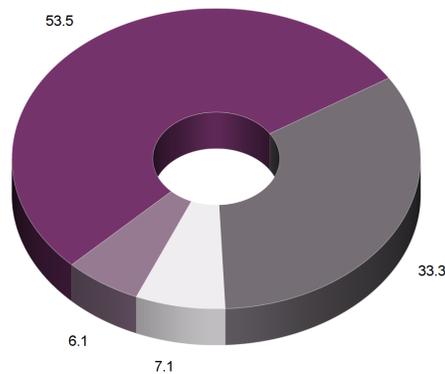




Las empresas están en constante renovación y sobre todo actividad publicitaria, esto afecta hasta los uniformes de sus colaboradores lo cual deben ser renovados cada determinado tiempo, también por su uso diario su vida útil disminuye, así que saber la frecuencia de consumo de los uniformes para las empresa nos ayudará para nuestro consumo aparente. Las encuestas nos dicen que el 53.5% consumen los uniformes de forma anual y el 33.3% cada 6 meses.

7. ¿Con cuanta frecuencia adquiere los uniformes para su empresa u organización?

■ Cada 6 meses ■ Anual ■ Cada 18 meses ■ Cada 2 años

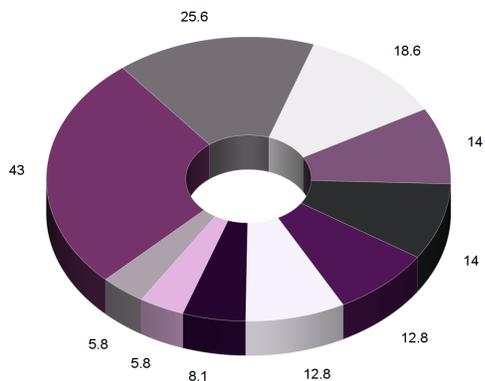




Aparte de saber la frecuencia con que las empresa consume uniformes empresariales también es importante saber si lo consumen en fechas especiales y a cómo pueden ver las empresa aparte de consumir los uniformes cada año o cada seis meses también lo adquieren en sus aniversario como motivo de celebración con un 43%.

8. ¿Realiza uniformes especiales para fechas festivas?

- Aniversarios
- Ferias
- Navidad
- Día del amor y la amistad
- Verano
- Fiestas Patrias
- Otros
- Día de las Madres
- Hípicas
- Halloween

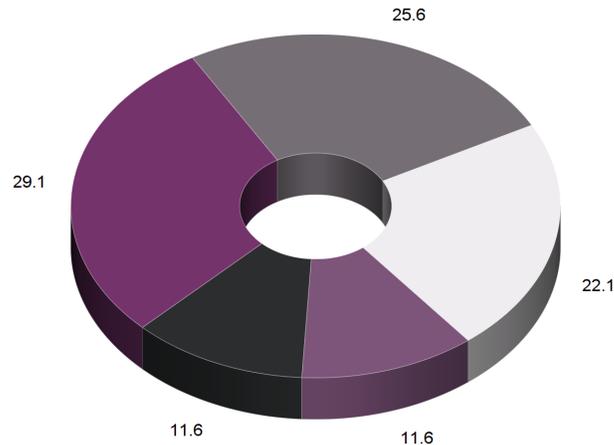




Identificamos en el mercado diferentes empresas que son una competencia para nosotros las colocamos a disposición de los encuestados para saber la participación de estas, donde Publilogo tiene un 29.1% de participación, creaciones kamifa con el 25.6% de participación, Publicidad Hernández con el 22.1% y Uniformes Singular con un 11.6%.

9. ¿Cuándo va a adquirir uniformes para los colaboradores en que empresa piensa usted?

■ Publilogo ■ Creaciones Kamifa ■ Publicidad Hernández ■ Uniforme Singular ■ Otro

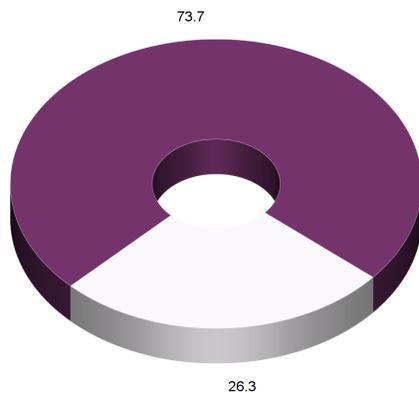




Saber cómo actúa nuestras competencias en el mercado es importante lo que nos ayuda identificar sus debilidades y hacerlas nuestras fortalezas, una de las debilidades de algunas competencias es la falta de garantía por lo que en canesuu es una de nuestras fortalezas, el 26.3% de las empresas a sus proveedores no les ofrece garantía de ningún tipo y el 73.7% de las empresas su proveedor si les ofrece garantía.

10. ¿Esta empresa le ofrece alguna garantía por cualquier desperfecto en los uniformes?

■ Si la ofrece □ No la ofrece

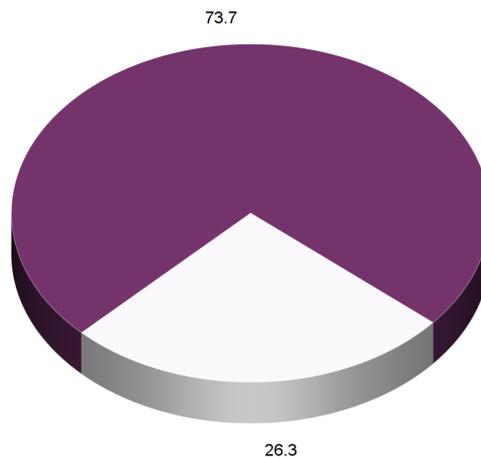




Otra debilidad de algunas empresas es el servicio delivery el 38.4% de las empresas no les ofrecen el servicio delivery por otro lado el 61.6% si les ofrecen delivery.

11. ¿Su proveedor cuenta con servicio delivery para la entrega de los uniformes?

■ No entrega a domicilio □ Sí entrega a domicilio



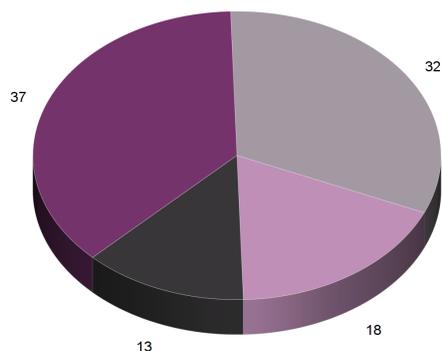


Conocer la satisfacción de los clientes es crucial para la evolución de las empresas, muchos proveedores no cumplen con todas las necesidades de los empresas y para conseuu es importante saber qué porcentaje de insatisfacción hay en el mercado.

El 37% necesita un servicio mejor, la atención al cliente es importante, el 32% quieren un mejor precio como mencioné anteriormente el precio para las empresas es importante, un 18% está satisfecho con el proveedor pero no ha sido fidelizado y un 13% de las empresas está muy conforme y fiel con su proveedor.

12. ¿Estaría dispuesto a cambiar la empresa que le provee el servicio de uniformes?

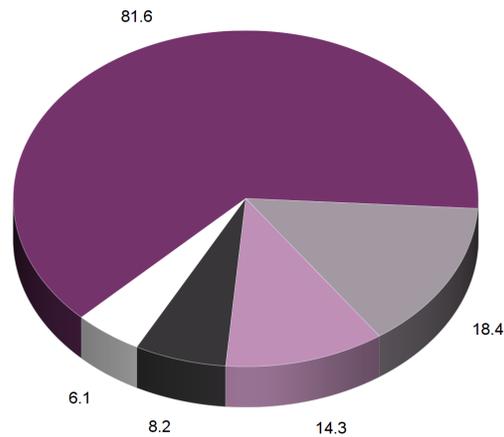
■ Sí, por un mejor servicio ■ Sí, por un mejor precio ■ Estoy conforme con el servicio, pero podría cambiar
■ No, estoy conforme con el servicio actual





Las personas y empresas consultan algunos medios para saber sobre productos, servicios y promociones, hoy en día la tecnología y las redes sociales han crecido rápidamente y esto nos da la guía para hacer nuestra inversión en publicidad, a cómo pueden ver en nuestra encuesta el 81.6% de las empresas consultan redes sociales para las ofertas o producto.

■ Redes sociales ■ Medios Impresos ■ Televisión ■ Radio ■ Otro





Conclusión

Según información del MIFIC y el banco central de Nicaragua, en Managua hay 2972 empresa pequeñas donde poseen 10 colaboradores promedio. Las encuestas se aplicaron a 104 empresas, a nivel nacional, obteniendo los resultados siguientes:

Un 46. % de las empresas encuestadas provee uniformes a sus colaboradores, lo que nos indica que hay una participación real del producto en el mercado, un 40.2% de las empresas no tienen uniformes y un 13.7 % no tiene pero considera que es importante.

Los datos arrojaron que un 67.3% empresas proveen 3 uniformes por colaborador un 20.8% da 5 uniformes por colaborador y un 11.9 % 4 uniformes por colaborador

Un 72.5% de las empresas están dispuestas a pagar 17\$ por una camisa

de vestir para sus colaboradores, seguido de un 18.6% está dispuesto a pagar 19\$ y por último tenemos un 8.8 % con un monto de 24 \$ por camisa.

Con este estudio, se identifica que hay interés de las empresas de destacar su imagen corporativa mediante el uso de uniforme para sus colaboradores, así mismo que la demanda es en el sector privado enfocados en pequeñas empresas a nivel local (Managua).

Es viable porque las empresas están interesadas en buscar una nueva opción que mejore la identidad competitiva a bajos costos, mejor calidad, puntualidad y con grandes expectativas de innovación.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Existen pequeñas y grandes empresas en el mercado que tienen la necesidad de adquirir uniformes empresariales y



cuentan con los recursos necesarios para adquirirlos.

En el mercado hay diversas tipos de empresas con necesidades diferentes que ofrecen diferentes tipos de servicios o productos.

La segmentación es un procedimiento donde se identifica las diferentes necesidades del mercado y se dividirá en grupos o segmentos homogéneos que serán el mercado meta de la empresa. Nuestra empresa se enfocará en tres grupos que son: empresas que adquieren Camisa estilo Polo, empresas que usan Camisa Oxford y empresas que utilizan Camisas estilos confecciones. La segmentación se definirá de acuerdo a dos características.

- Demográfica
- Geográficas
- Psicográfica

Demográfica: Empresas entre 5 a 10 años de laborar con un promedio de 10 colaboradores. Este segmento es para pequeñas empresas.

Geográficas: Empresas en la ciudad de Managua en el área urbana y con mayor cantidad de pequeñas empresas. Principalmente Carretera Norte, Altamira y los Robles.

Psicográficas

Camisas Polos

* Empresas que tienen una área de producción.

* Este tipo de uniformes es de mayor comodidad y frescura para laborar en estos tipos de áreas.

Camisas Oxford

* Trabajadores que están en atención al cliente.

* Representa una mejor imagen y seguridad.



Camisas Confeccionadas

* Trabajadores administrativos y de atención al cliente personalizada.

* Representa de mejor forma la imagen corporativa de la empresa y profesionalismo.

TARGET

Nuestro target son empresas como:

Empresas de comercio al por menor

Empresas de manufactura

Empresas reparación de vehículo

Empresas productoras

Colegios privados y publicos

Empresas de belleza, estéticas, spa y barberías

Todas estas empresas ofrecen un servicio al por menor y /o producen su producto al por menor. Estas son pequeñas empresas que poseen 10 colaboradores promedio abarcan un gran porcentaje a nivel local (Managua) en el mercado, ofrecen productos y/o servicios con gran

prioridad de compra ya que son empresas innovadoras ofertando a los consumidores productos y/o servicio innovadores de calidad.

La proyección de imagen en el mercado para las pequeñas empresas es un desafío, sin embargo las empresas día a día laboraran para mejorar esa imagen y darles a sus consumidores la garantía, confianza y sobre todo servicio y/o producto de calidad

IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO META

Nuestro mercado meta son colaboradores de empresas pequeñas debido a que cumplen con funciones en el cual tienen la necesidad de una buena presentación y comodidad a continuación una descripción de nuestro Mercado Meta.

Sexo: Mujeres y Hombres.

Estado Civil: Indistinto.

Nivel Socioeconómico: Trabajadores

Luchadores (U\$ 1,800 a U\$ 3,600 anuales)



Nivel de Instrucción: Bachiller en adelante.
Ubicación Geográfica: Managua
Motivos de compra: Su uso es parte fundamental para representar una imagen corporativa y Profesionalismo.
Tipo de población: Urbana

Competitividad esperada de la organización

Nuestra empresa brindará bienes de calidad, de forma eficiente y eficaz. El precio que se ofrecerá busca no sólo la rentabilidad de la Empresa, sino que los usuarios adquieran el producto a precios accesibles de calidad.

La eficiencia y eficacia son dos características fundamentales en CANESUU.

Definición del tamaño de mercado a atender como resultado del proyecto.

Según los datos recolectados por las encuestas de una muestra 104 equivalente al 4 % con un universo 2,972 de empresas

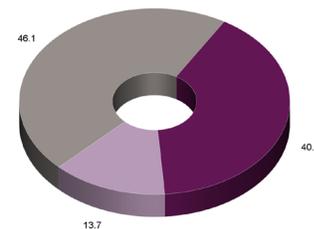
el 46.2% no cuenta con uniformes y el 13. % no tiene pero considera que es importante con un total un 53.9%, que resulta nuestro mercado a atender.

Captación de manifestaciones claras de interés en los resultados del proyecto

Según los datos recolectados la participación de uniformes en el mercado es de un 46.2%.

2. 2.1 ¿Tiene usted uniformes empresarial personalizado que identifique a su empresa u organización para sus colaboradores?

■ Si tenemos : ■ No tenemos ■ No tenemos, pero es necesario

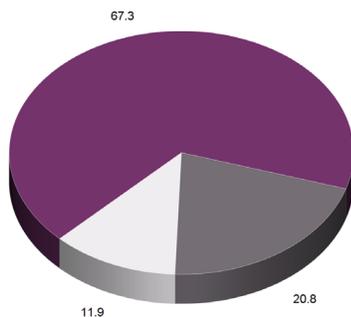




La mayoría de las empresas adquieren 3 uniformes por colaborador con un porcentaje de 69.8 % otro 11% 4 uniformes por colaborado y un 20% 5 uniforme.

5. ¿Cuántos uniformes le facilita cada colaborador?

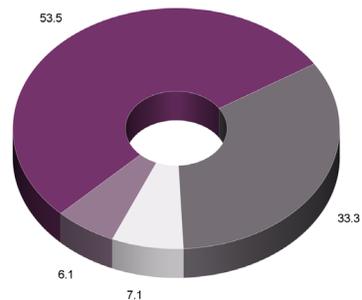
■ 3 por persona ■ 4 por persona ■ 5 por persona



Un total de 53.5% adquiere uniformes anuales, otro 33.3% cada 6 meses, un 7.1% cada 18 meses y un 6%.1 cada 24 meses.

7. ¿Con cuanta frecuencia adquiere los uniformes para su empresa u organización?

■ Cada 6 meses ■ Anual ■ Cada 18 meses ■ Cada 2 años





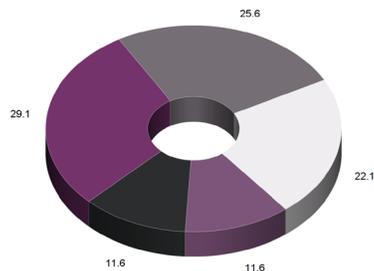
LA COMPETENCIA

Identificamos empresas no mayor de 5 años de existencias que ofertan los mismos productos que ofertamos en CANESUU, estas empresas ya poseen una participación en el mercado importante y también ya tienen establecidos los productos por prioridad.

A continuación presentamos la gráfica donde muestra la participación de la competencia en el mercado tomando en cuenta la de mayor participación como la competencia más directa.

9. ¿Cuándo va a adquirir uniformes para los colaboradores en que empresa piensa usted?

■ Publilogo ■ Creaciones Kamifa ■ Publicidad Hernández ■ Uniforme Singular ■ Otro



Hemos creado una tabla con los competidores dando los valores son según la importancia de producto y así saber cuál es nuestra competencia más directa. A como podemos ver Publilogo es la empresa con mayor valor lo cual quiere decir que es nuestra competencia más fuerte.

Estas empresas tienen éxito en el mercado por diversos factores, como es la inversión de publicidad en medios como redes sociales, El tener alianzas estratégicas con empresa y ofrecen una buena imagen y calidad en su servicio. A pesar de estos aspectos importantes las competencias tienen debilidades por la cual pueden ser reemplazados por nuestras ventas como es un mejor precio y mejor atención.

Tomando muy en cuenta las necesidades de las empresas y las debilidades de la competencia, Canesuu tendrá diferencias como son:



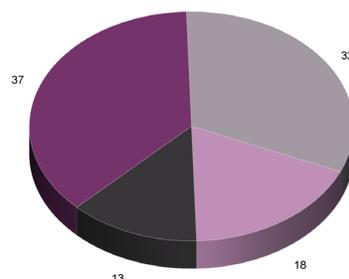
1. Un mejor precio
2. Atención al cliente personalizada (toma de medidas al personal)
3. Asesoramiento para obtener el uniforme adecuado
4. Garantía
5. Delivery
6. Presentación profesional.

Hemos estudiado a nuestras competencias y a su vez a sus consumidores, en lo cual hemos detectado una insatisfacción de los clientes ya sea por un mejor precio, mejor servicio o una mejor atención y esto es una fortaleza para nosotros que nos ayudará a captar a esos clientes insatisfechos.

Canesuu, desea captar ese porcentaje de mercado indeciso por alguna insatisfacción que tiene su actual proveedor, ya que este mercado está más vulnerable y dispuesto a un cambio para mejorar precio, servicio y/o producto y atención, lo cual representa un 11.6% del mercado actual.

12. ¿Estaría dispuesto a cambiar la empresa que le provee el servicio de uniformes?

■ Si, por un mejor servicio ■ Si, por un mejor precio ■ Estoy conforme con el servicio, pero podría cambiar
■ No, estoy conforme con el servicio actual



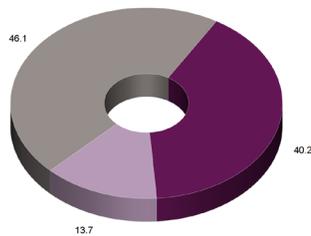


TAMAÑO DEL MERCADO

De las empresas encuestadas el 40,2% no poseen uniformes empresariales de ningún tipo, el 13,7% tampoco poseen uniformes empresariales pero creen que es muy necesario tenerlo para representar su empresa este % es cliente potencial el cual deseamos captar, y tenemos el 46.1% que si posee informes empresariales lo cual quiere decir que este es el % de la participación del producto en el mercado.

2.2: ¿Tiene usted uniformes empresarial personalizado que identifique a su empresa u organización para sus colaboradores?

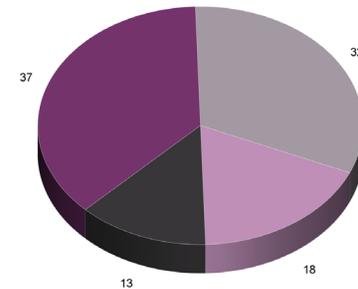
■ Si tenemos ■ No tenemos ■ No tenemos, pero es necesario



Identificamos también un porcentaje de empresas que actualmente tienen uniformes que por algunas razones están abiertas a cambiar la empresa con la que actualmente laboran, donde el 87% están dispuestos a cambiar la empresa con la que laboran.

12. ¿Estaría dispuesto a cambiar la empresa que le provee el servicio de uniformes?

■ Si, por un mejor servicio ■ Si, por un mejor precio ■ Estoy conforme con el servicio, pero podría cambiar
■ No, estoy conforme con el servicio actual



departamento Managua, tienen una experiencia mayor de 5 años promedio, laborando en áreas como medicina, exportación, discos, restaurantes, servicios de contaduría, abogacía, barbería, salón,



arquitectura, oftalmología y ONG.

CONSUMO APARENTE

Muchas empresas renuevan los uniformes de su personal cada determinado tiempo, ya sea por cuestión de vida útil que tiene este, por solicitud de los colaboradores o por cambio en su diseño. A través de la encuesta nos damos cuenta que el consumo frecuente de nuestros productos varían, a continuación la gráfica con valores correspondiente al periodo de frecuencia de consumo, donde:

- El 33,3% adquiere uniformes para sus colaboradores cada 6 meses.
 $6,1/24: 0.25$ uniformes anuales
- El 33,3/6: 5.55 uniformes anuales
- El 53,5% adquiere uniformes para sus colaboradores cada 12 meses
 $53,5/12: 4.46$ uniformes anuales
- El 7,1% adquiere uniformes para sus colaboradores cada 18 meses
 $7,1/18: 0.39$ uniformes anuales
- El 6,1% adquiere uniformes para sus colaboradores cada 2 años

6,1/24: 0.25 uniformes anuales

En promedio según los datos de las encuestas al mes atenderemos un promedio de 10.66% empresas que requerirán de uniformes.

Tomando en cuenta el universo de las pequeñas empresa

UNIVERSOS: 2972

% PARTICIPACION DEL MERCADO: 46.1%
=1370 empresas.

De la participación del mercado cada 10.66% consumirán mensual.

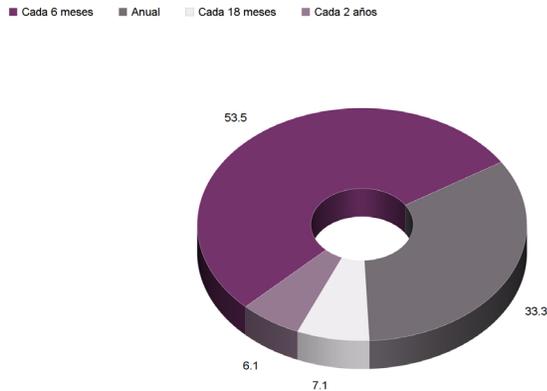
$1370 * 10.66\%: 147$ empresa mensual

De las cuales captaremos el 11.6% que es el mercado indeciso.

17 empresas mensuales a captar.



7. ¿Con cuanta frecuencia adquiere los uniformes para su empresa u organización?

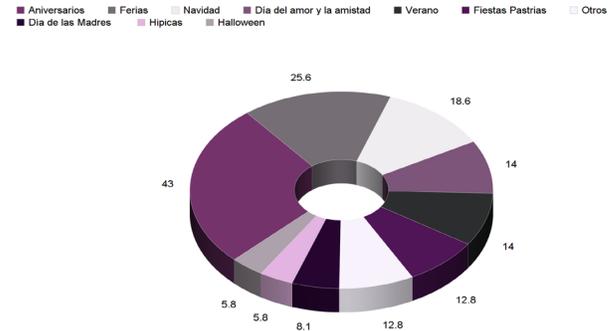


Tomando en cuenta los resultados de los datos anteriores donde:

Cada mes tendremos un promedio de 17 empresas, que poseen 10 colaboradores promedio y les facilitan 4 uniformes por colaborador, lo cual quiere decir que de forma mensual produciremos 680 uniformes.

Un dato que también tomamos en cuenta para obtener el consumo aparente es que las empresas adquieren uniformes especiales para eventos y fechas festivas, las encuesta nos arrojó los siguientes datos.

8. ¿Realiza uniformes especiales para fechas festivas?



DEMANDA POTENCIAL

Hay una variedad de tipos de uniformes empresariales por el cual es importante saber cuál es la demanda que tienen estos tipos de uniformes, muchas empresas poseen o desean obtener para sus colaboradores hasta 3 tipos de uniformes.

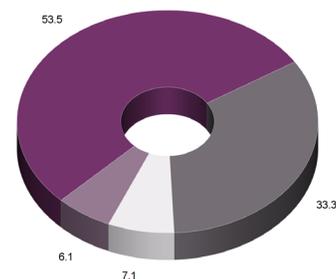


Las encuestas las elaboramos de forma local en Managua, están dirigidas a pequeñas empresas las cuales hay 2972 y encuestamos una muestra de 104 empresa
 A continuación resolveremos la siguiente fórmula para saber la demanda potencial del producto.

Q:npq					
CAMISAS ESTILOS POLO					
n	2972	UNIVERSO			
n	1370	46.10%	PARTICIPACION EN EL MERCADO		
n	159	11.60%	MERCADO INSASTIFECHO QUE DESEAMOS CAPTAR		
n	17	10.66%	EMPRESAS MENSUALES		
n	7	39.80%	EMPRESAS QUE PREFIEREN CAMISAS ESTILOS POLO		
p	\$ 12		PRECIO DE LAS CAMISAS POLOS		
q	40		CONSUMO APARENTE		
Q	\$ 3,360				
CAMISAS OXFORD					
n	2972	UNIVERSO			
n	1370	46.10%	PARTICIPACION EN EL MERCADO		
n	159	11.60%	MERCADO INSASTIFECHO QUE DESEAMOS CAPTAR		
n	17	10.66%	EMPRESAS MENSUALES		
n	6	33.00%	EMPRESAS QUE PREFIEREN CAMISAS OXFORD		
p	\$ 16		PRECIO DE LAS CAMISAS OXFORD		
q	40		CONSUMO APARENTE		
Q	\$ 3,840				
CAMISAS CONFECCIONADA COMBINADA					
n	2972	UNIVERSO			
n	1370	46.10%	PARTICIPACION EN EL MERCADO		
n	159	11.60%	MERCADO INSASTIFECHO QUE DESEAMOS CAPTAR		
n	17	10.66%	EMPRESAS MENSUALES		
n	5	27.20%	EMPRESAS QUE PREFIEREN CAMISAS CONFECCIONADA		
p	\$ 18		PRECIO DE LAS CAMISAS CONFECCIONADAS COMBIN		
q	40		CONSUMO APARENTE		
Q	\$ 3,600				

7. ¿Con cuanta frecuencia adquiere los uniformes para su empresa u organización?

■ Cada 6 meses ■ Anual ■ Cada 18 meses ■ Cada 2 años





PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO

Previa a la encuesta identificamos algunos competidores, que están posicionados en el mercado, se las presentamos a las empresas encuestadas para saber la participación de estas empresas y nos arrojaron los siguientes resultados.

- PUBLILOGO con el 29.1%
- CREACIONES KAMIFA con el 25.6%
- PUBLICIDAD HERNANDEZ con el 22.1%
- UNIFORME SINGULAR con el 11.6%

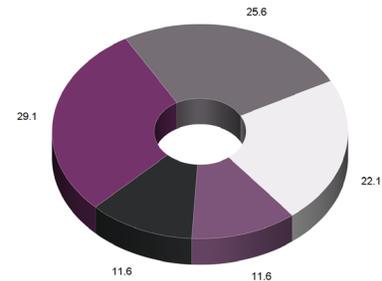
Nuestro competidor más fuerte es

EVALUACION DE LA COMPETENCIA				
Empresas	Camisas de \oxford	polo		
Camifa	3	1	5	9
Hernández P	1	3	5	9
PubliLogo	5	3	4	12

PUBLILOGO, aparte de su participación alta según nuestros encuestados, es una empresa que se dedica a la confección y bordado de indumentaria, empresarial, escolares y doméstico; tiene ciertas debilidades que podemos aprovechar nosotros como es el precio y la entrega del producto ya que no posee delivery.

9 ¿Cuándo va a adquirir uniformes para los colaboradores en que empresa piensa usted?

■ PubliLogo ■ Creaciones Kamifa ■ Publicidad Hernández ■ Uniforme Singular ■ Otro





NIVELES DE PRECIOS

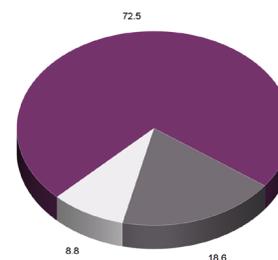
En el mercado los precios varían según tipo de uniforme y tipo de materiales para confeccionar. Estudiando los precios de la competencia mostramos la tabla siguiente

Nuestra encuesta nos arrojó datos sobre cuánto está dispuesto a pagar las empresas por una camisa estilo Oxford confeccionada donde

- El 72,5% prefiere pagar 17\$
- El 18,6% prefiere pagar 19\$
- El 8,8% prefiere pagar 25\$

6. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una camisa de vestir confeccionada personalizada para su empresa u organización?

■ \$17 ■ \$19 ■ \$25



MATRIZ DE COMPARACION DE PRECIO				
	Cam. Vestir Confeccionada	Cam. Vestir Oxford	Cam. Estilo Polo	Tecnica de fijacion de precio
Camifa	\$ 20.00	\$ 17.00	\$ 15.00	
Hernandez P.	\$ 21.00	\$ 16.00	\$ 13.50	
Publilogo	\$ 19.00	\$ 17.00	\$ 13.00	Según tabla de evaluacio es nuestra competencia directa
P/ Costo de Produccion	\$ 16.76	\$ 18.50	\$ 15.35	P. Según costo de produccion mas 50% de ganancia
P/ Introd. de mercado	\$ 18.00	\$ 16.00	\$ 12.00	1\$ por debajo de la competencia directa
P/Regular	\$ 19.00	\$ 17.00	\$ 13.00	Al precio del mercado o competencia directa



CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE LA COMPETENCIA

Hemos estudiado a nuestros consumidores y todos ellos tiene un canal directo, distribuyen su producto directamente al consumidor, no utilizan intermediario o distribuidor. De igual forma nosotros trabajaremos en canal cero o directo, ya que nuestros productos se los daremos a nuestros clientes desde el área de producción al consumidor.

ENCUESTA

Sistema o metodología a utilizar

Utilizamos la plataforma de formularios en google, muy fácil de utilizar y obtuvimos respuestas inmediatas, para poder llegar a los encuestados lo compartimos directamente por Whatsapp y Messenger a algunos contactos, aparte también utilizamos medios como nuestras páginas de negocios online y rifamos algún producto para encontrar más empresas que nos

dieran su opinión o jóvenes que planean emprender una empresa.

Cuestionario ENCUESTA

Su opinión es importante para nosotros, nos ayuda a mejorar al brindarles un mejor servicio y producto.

1. ¿Cuántos colaboradores posee en su empresa?

- 1-10 colaboradores
- 11-49 colaboradores
- 50-250 Colaboradores
- 250 a más colaboradores

2. ¿Tiene usted uniformes empresarial personalizado que identifique a su empresa u organización para sus colaboradores?

- Sí tenemos
- No tenemos
- No tenemos, pero es necesario

3. ¿Qué tipo de uniformes prefiere para



representar su empresa u organización?

- Camisa de vestir personalizada.
- Camisa de vestir estilo clásico OXFORD
- Camisa estilo POLO

4. ¿Qué tipo de tela prefiere para los uniformes empresariales personalizados?

- Poliéster
- Babycor
- Sincatex
- Oxford
- Dryfit

5. ¿Cuántos uniformes le facilita cada colaborador?

- 3 por persona
- 4 por persona
- 5 por persona

6. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una camisa de vestir confeccionada personalizada para su empresa u organización?

- Sincatex \$ 17
- Oxford \$ 19
- Dryfit \$ 25

7. ¿Con cuánta frecuencia adquiere los uniformes para su empresa u organización?

- Cada 6 meses
- Anual
- Cada 18 meses
- Cada 2 años
- Otros

8. ¿Realiza uniformes especiales para fechas festivas?

- Aniversario
- Día del amor y la amistad
- Verano
- Día de las madres
- Hípicas
- Fiestas patrias
- Halloween
- Navidad
- Ferias
- Otros

9. ¿Cuándo va a adquirir uniformes para los colaboradores en que empresa piensa usted?

- UNIFORME SINGULAR



- CREACIONES KAMIFA
- PUBLICIDAD HERNANDEZ
- PUBLILOGO
- Otros _____

10. ¿Esta empresa le ofrece alguna garantía por cualquier desperfecto en los uniformes?

- Sí, la ofrece
- No, no la ofrece

11. ¿Su proveedor cuenta con servicio delivery para la entrega de los uniformes?

- Sí, entrega a domicilio
- No, no entrega a domicilio

12. ¿Estaría dispuesto a cambiar la empresa que le provee el servicio de uniformes?

- Sí, por un mejor servicio
- Sí, por un mejor precio
- No, estoy conforme con el servicio actual
- Estoy conforme con el servicio, pero podría cambiar

13. ¿Cuáles son los medios que utiliza con frecuencia para buscar promociones o productos relacionados a uniformes?

- Radio
- Televisión
- Redes sociales
- Medios impresos
- Otros _____

RIESGOS Y OPORTUNIDADES DE MERCADO

Fortalezas

Características esenciales en el producto que se oferta.

- Productos de alta calidad.
- Relación con Proveedores
- Recursos tecnológicos.
- Buen ambiente laboral.
- Proactividad en la gestión.

Debilidades.

- Micro localización de la Empresa.
- Financiación limitada.
- Rentabilidad diferida.



Amenazas

- Aumento de precios de las materias primas.
- Plagio de Diseños.
- Alto número de competencia.

Oportunidades

- Expansión de distribución en diferentes departamentos.
- Demanda creciente de uniformes con economía textil.
- Establecimiento de alianzas para entrar en nuevos mercados
- Alianzas en negocios.
- Interés de adquisición de proveedores por el producto ofertado.

PLAN DE VENTAS

Llegar al mercado objetivo y concretar las ventas es muy importante para la empresa, implementar estrategias de ventas ya sea tangible o no, nos ayudara en el proceso, a continuación presentamos nuestras estrategias:

- Establecer comunicación directa con usuarios del producto vía correo electrónico, llamadas telefónicas.
- Envío de catálogo por correo electrónico a la oficina de Talento Humano de las Empresas que se identificaron interesadas en el Producto y Servicio.
- Visitas directas para reunirse con jefe de Talento Humano y Mercadeo.
- Correos Masivos por medio de plataforma gratuita llamada Mailchimp.

DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA

Utilizaremos el canal directo, ofreceremos nuestros productos sin intermediario y lo distribuiremos al consumidor final, haciendo uso de diferentes medios de publicidad llegaremos al consumidor y realizaremos las entregas de forma personal en nuestro local y también enviaremos el producto o pedido donde nuestros clientes lo requieran.

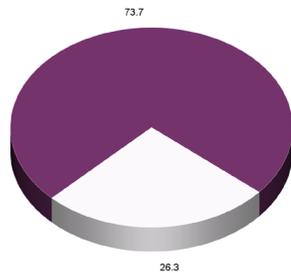
Como usaremos el canal directo para nuestra distribución no será necesario



puntos de ventas más que nuestra oficina será en el barrio concepción de maría, de los semáforos del mayoreo 2c al lago, 3c arriba 1/2 al lago. Nosotros ofreceremos el servicio delivery a nuestros clientes para su facilidad de acceso al producto y satisfacción, ya que hay un porcentaje del 38,4% empresas que no les brindan delivery.

11. ¿Su proveedor cuenta con servicio delivery para la entrega de los uniformes?

■ No entrega a domicilio □ Si entrega a domicilio



Fijación y Políticas de precio

La fijación de precio de nuestros productos será a través de nuestras políticas internas. Haremos un precio de introducción tomando en cuenta a la competencias, en el apartado de la competencia hicimos la evaluación para saber cuál es nuestra competencia más fuerte y así fijar nuestros precios 1\$ por debajo de esta competencia.

TABLA DE FIJACIÓN PRECIO

Empresas	valor	Camisas de \oxford	polo
Camifa	9 \$ 20.00	\$ 17.00	\$ 15.00
Hernández Publicida	9 \$ 21.00	\$ 16.00	\$ 13.50
PubliLogo	12 \$ 19.00	\$ 17.00	\$ 13.00
precio promedio	\$ 20.00	\$ 16.67	\$ 13.83
PRECIO DE INTRODUCCION CANESUU	\$ 18.00	\$ 16.00	\$ 12.00



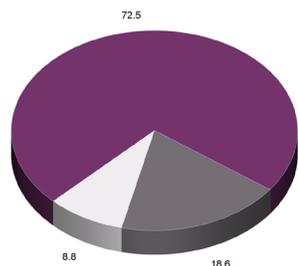
Todo esto acorde a la estrategia de penetración de mercado que nos permite establecer precios introductorios por debajo de la competencia sin afectar las utilidades y los costos de los mismos.

El precio de introducción será vigente por el primer año luego en el segundo año ofreceremos nuestro producto con los precios que existen en el mercado.

A continuación presentamos la tabla de precio
Según los resultados de la encuesta las empresas prefieren pagar 17\$ siendo este el precio competitivo del mercado.

6. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una camisa de vestir confeccionada personalizada para su empresa u organización?

■ \$17 ■ \$19 ■ \$25



EMPAQUE Y ETIQUETA

El empaque de nuestro producto estará constituido por una primera bolsa plásticas que envolverán los uniformes, esto lo protegerá del polvo, esta primera bolsa tendrá una etiqueta en la parte trasera inferior que brindará indicaciones de las formas de proteger el producto después de uso.

Se entregará una segunda bolsa de papel que contendrá el producto dentro. En la parte frontal de la bolsa estará el logo de la empresa y en la parte trasera contendrá otra segunda etiqueta con información general de la empresa como números de teléfono, dirección, correo electrónico, nombres en redes sociales.

PROMOCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Estrategia introducción al mercado

La estrategia de introducción al mercado



PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

Rubro	Meses												Total
	ENERO	FEBRER	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEM	OCTUBRE	NOVIEMB	DICIEMB	
Publicidad													C\$ 7,200
Redes Sociales	C\$ 600	C\$ 600	C\$ 600	C\$ 600	C\$ 600	C\$ 600	C\$ 600	C\$ 600	C\$ 600	C\$ 600	C\$ 600	C\$ 600	C\$ 7,200
Medios Impresos													C\$ 3,000
Volantes			C\$ 500	C\$ 500	C\$ 500			C\$ 500		C\$ 500	C\$ 500		C\$ 3,000
Revistas (Cinematográfica)													C\$ 0
Publicidad exterior													C\$ 10,800
Mantas			1800	1800	1800			1800		1800	1800		C\$ 10,800
Total	C\$ 600	C\$ 600	C\$ 2,900	C\$ 2,900	C\$ 2,900	C\$ 600	C\$ 600	C\$ 2,900	C\$ 600	C\$ 2,900	C\$ 2,900	C\$ 600	C\$ 21,000



MEDIOS DE PUBLICIDAD

Redes Sociales: Este es nuestro principal medio de comunicación, en el primer año, se implementará campaña publicitaria en las redes sociales durante 12 meses. Debido a la información recolectada se identificó que nuestros clientes potenciales utilizan este medio para buscar este servicio,

Volantes: Enero, Mayo, junio, julio, noviembre y diciembre se repartirán volantes con información de los productos e información de contacto. Los volantes se repartirán a empresas que demanden estos productos en las principales calles de comercio. (Altamira, Robles, Carretera Norte)

Mantas: En los meses de más demanda se colocaran mantas publicitarias en puntos específicos de la ciudad de Managua como Enero, mayo, junio, julio, noviembre y diciembre.

Catálogo: Se enviará un catálogo digital vía correos masivos por una plataforma gratuita llamada Mailchimp.

GARANTÍA

Como nuestro producto son confeccionados y bordados por nosotros, queremos ofrecer como garantía a nuestros clientes que si el producto solicitado por el consumidor no está conforme a lo acordado, el consumidor podrá optar por la reparación o sustitución del producto, y si la reparación o sustitución no fueran posible el consumidor podrá exigir rebaja del precio o cancelación del contrato. Obviamente no queremos llegar a este punto y para evitarlo también se le facilitara al cliente una serie de muestras tanto de tela, puntadas, producto final, bordado entre otros, la toma de medidas previo a la confección es muy importante.



VENTAS CORTO, MEDIO Y LARGO PLAZO

CANESUU, proyecta sus ventas en su primer año con la demanda que nos arrojó las encuestas, donde aproximadamente atenderemos un promedio de 17 empresas mensuales. En el segundo año aumentaremos nuestras ventas un 10% y ofreceremos nuestros productos al precio actual del mercado. A continuación muestro la tabla de proyección de ventas.

		PLAN DE VENTAS																		
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL						
EMPRESA	S	22	17	15	15	15	22	15	15	15	15	16	22	0						
Camisas OXDORD	33.0%	7	6	5	5	5	7	5	5	5	5	5	7	67						
Camisas POLO	39.8%	9	7	6	6	6	9	6	6	6	6	6	9	82						
camisas confeccionadas UNIFORMES/EMPRESA	27.2%	6	4	4	4	4	6	4	4	4	4	4	6	54						
Precio Camisa OXFORD	\$ 16.00	\$ 4,480.00	\$ 3,840.00	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00	\$ 4,480.00	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00	\$ 4,480.00	\$ 42,880.00						
Precio Camisa POLO	\$ 12.00	\$ 4,320.00	\$ 3,360.00	\$ 2,880.00	\$ 2,880.00	\$ 2,880.00	\$ 4,320.00	\$ 2,880.00	\$ 2,880.00	\$ 2,880.00	\$ 2,880.00	\$ 2,880.00	\$ 4,320.00	\$ 39,360.00						
camisas confeccionadas UNIFORMES/EMPRESA	\$ 18.00	\$ 4,320.00	\$ 2,880.00	\$ 2,880.00	\$ 2,880.00	\$ 2,880.00	\$ 4,320.00	\$ 2,880.00	\$ 2,880.00	\$ 2,880.00	\$ 2,880.00	\$ 2,880.00	\$ 4,320.00	\$ 38,880.00						
TOTAL		\$ 13,120.00	\$ 10,080.00	\$ 8,960.00	\$ 8,960.00	\$ 8,960.00	\$ 13,120.00	\$ 8,960.00	\$ 13,120.00	\$ 121,120.00	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5					
Total (NIO)		\$ 393,600.00	\$ 302,400.00	\$ 268,800.00	\$ 268,800.00	\$ 268,800.00	\$ 393,600.00	\$ 268,800.00	\$ 393,600.00	\$ 3633,600.00	C\$ 3633,600.00									
EMPRESA	S	24	19	17	17	17	24	17	17	17	17	18	24							
Camisas OXDORD	33.0%	8	6	5	5	5	8	5	5	5	5	6	8	71						
Camisas POLO	39.8%	10	7	7	7	7	10	7	7	7	7	7	10	93						
camisas confeccionadas UNIFORMES/EMPRESA	27.2%	7	5	4	4	4	7	4	4	4	4	5	7	59						
Precio Camisa OXFORD	\$ 17.00	\$ 5,440.00	\$ 4,080.00	\$ 3,400.00	\$ 3,400.00	\$ 3,400.00	\$ 5,440.00	\$ 3,400.00	\$ 3,400.00	\$ 3,400.00	\$ 3,400.00	\$ 4,080.00	\$ 5,440.00	\$ 48,280.00						
Precio Camisa POLO	\$ 13.00	\$ 5,200.00	\$ 3,640.00	\$ 3,640.00	\$ 3,640.00	\$ 3,640.00	\$ 5,200.00	\$ 3,640.00	\$ 3,640.00	\$ 3,640.00	\$ 3,640.00	\$ 3,640.00	\$ 5,200.00	\$ 48,360.00						
camisas confeccionadas UNIFORMES/EMPRESA	\$ 19.00	\$ 5,320.00	\$ 3,800.00	\$ 3,040.00	\$ 3,040.00	\$ 3,040.00	\$ 5,320.00	\$ 3,040.00	\$ 3,040.00	\$ 3,040.00	\$ 3,040.00	\$ 3,800.00	\$ 5,320.00	\$ 44,840.00						
TOTAL		\$ 15,960.00	\$ 11,520.00	\$ 10,080.00	\$ 10,080.00	\$ 10,080.00	\$ 15,960.00	\$ 10,080.00	\$ 10,080.00	\$ 10,080.00	\$ 10,080.00	\$ 11,520.00	\$ 15,960.00	\$ 141,480.00	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Total (NIO)		\$ 478,800.00	\$ 345,600.00	\$ 302,400.00	\$ 302,400.00	\$ 302,400.00	\$ 478,800.00	\$ 302,400.00	\$ 302,400.00	\$ 302,400.00	\$ 302,400.00	\$ 345,600.00	\$ 478,800.00	\$ 4244,400.00	C\$ 4244,400.00	C\$ 4668,840.00	C\$ 5135,724.00	C\$ 5649,296.40		



PRODUCCIÓN

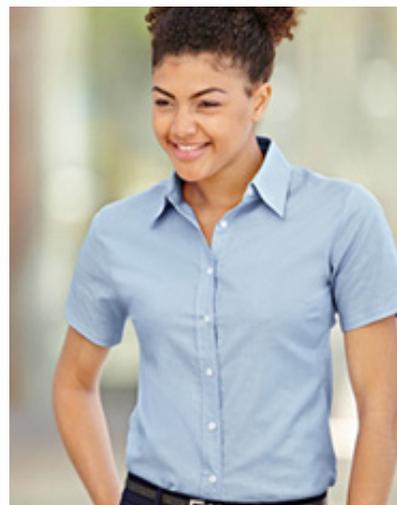
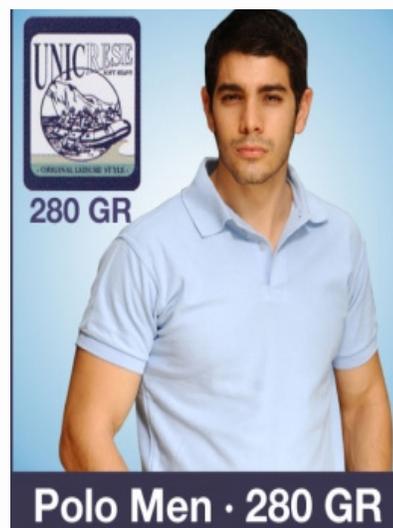


PRODUCTO

Especificaciones del producto CANESÚU, ofrecerá una variedad de uniformes empresariales para satisfacer la necesidad de representar a través de los uniformes la identidad y esencia de las empresas, estas tienen preferencias variadas con los uniformes, a continuación detallamos los tipos de uniformes que ofreceremos

a) Camisas estilo polo marca UNICRESE: con 65% algodón y 35% poliéster, placa de cuello de tres botones, manga corta, gramaje de 280gr, disponibilidad de tallas de S,M,L,XL,XXL,XXXL, disponibilidad de 35 colores y estilos para caballero y dama.

b) Camisas de vestir manga corta OXFORD UNICRESE: 70% algodón y 30% polyester, cuello con botones, manga corta, bolsillo lateral, disponibilidad de tallas S,M,L,XL,XXL, Disponibilidad de colores blanco, celeste, khani, amarillo, Rosado, Rojo y Navy, estilo disponible para dama y caballero.





c) Camisas de vestir manga larga OXFORD UNICRESE: 70% algodón y 30% polyester, cuello con botones, manga corta, bolsillo lateral, disponibilidad de tallas S,M,L,XL,XXL, Disponibilidad de colores blanco, celeste, khani, amarillo, Rosado, estilo disponible dama y caballero.

d) Camisas de vestir confeccionada: con este producto ofreceremos a nuestros clientes atención personalizada ya que diseñaremos estilo y combinaciones de colores en las camisas que representen la identidad de su empresa, tenderemos disponibilidad de diferentes tipos de telas como Sincatex, Oxford, algodón y poliéster, el estilo de manga corta, tres cuarto y manga larga, cuello común o chino, tamaños colores disposición e intervalos de los botones, franjas, líneas, toques de combinación de colores, confeccionaremos las camisas a la medida del personal de las empresas y valoramos la disposición de colores según nuestro proveedor de telas a la preferencia de nuestros clientes





COSTOS DE PRODUCCIÓN

Camisa de vestir OXFORD UNICRECE (manga corta)			
Compra al proveedor	\$	10.00	C\$ 300.00
Costo de bordado de un logo pecho izq			C\$ 70.00
Total			C\$ 370.00
Camisa de vestir OXFORD UNICRECE (manga larga)			
Compra al proveedor	\$	12.00	C\$ 360.00
Costo de bordado de un logo pecho izq			C\$ 70.00
Total			C\$ 430.00
Camisa Estilo Polo UNICRECE (dama)			
Compra al proveedor	\$	7.30	C\$ 219.00
Costo de bordado de un logo en pecho izq			C\$ 70.00
Total			C\$ 289.00
Camisa Estilo Polo UNICRECE (caballero)			
Compra al proveedor	\$	7.90	C\$ 237.00
Costo de bordado de un logo en pecho izq			C\$ 70.00
Total			C\$ 307.00
Camisa de vestir confeccionada			
Compra al proveedor			C\$ 280.00
Costo de bordado de un logo pecho izq			C\$ 70.00
Total			C\$ 350.00



Según nuestra tabla de costos de producción:

- Camisa de vestir confeccionada nos cuesta 350C\$ ya incluyendo el bordado de un logo en pecho izquierdo.
- Camisa estilo Oxford manga corta nos cuesta su producción 370C\$, este producto se le compra al proveedor de marca UNICRESE y luego nosotros la bordamos un logo en pecho izquierdo.
- Camisa estilo Oxford Manga larga nos cuesta su producción 430C\$, este producto se le compra al proveedor de marca UNICRESE y luego nosotros la bordamos un logo en pecho izquierdo.
- Camisa Estilo POLO UNICRESE para dama nos cuesta su producción 289C\$, este producto también se le comprara al proveedor de marca UNICRESE y luego solo bordamos un logo en pecho izquierdo.

- Camisa Estilo POLO UNICRESE para caballero nos cuesta su producción 307C\$, este producto también se le comprara al proveedor de marca UNICRESE y luego solo bordamos un logo en pecho izquierdo.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

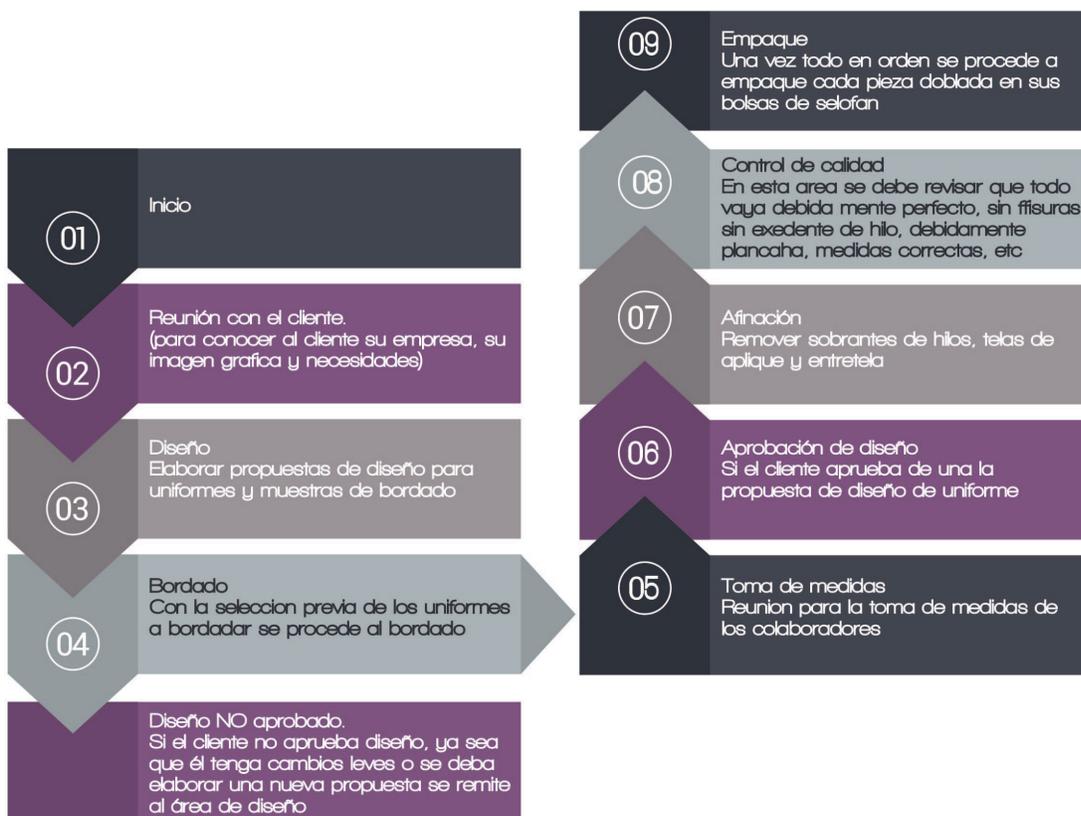
- Reunión con el cliente: El vendedor debe reunirse con el cliente para saber las necesidades que posee la empresa, el rubro y tipo de uniformes que desea, tomando esto en cuenta se le hace propuestas de uniformes según sus necesidades, si el cliente toma la opción de representar la imagen de su empresa a través de camisas polos UNICRESE o camisas de vestir OXFORD, se le ofrece las tallas y variedad de colores pero si este prefiere Camisa de vestir confeccionada o traje ejecutivo, pedimos las preferencias del clientes en base a color, estilo, combinaciones una vez captada las preferencias y necesidades de la empresa procedemos a remitir la información diseño.



- **Diseño:** El ejecutivo de venta debe trabajar de la mano con el diseñador de moda del uniforme para poder obtener un uniforme que cumpla con las necesidades y preferencias del cliente, el ejecutivo también debe remitir al diseñador gráfico el logotipo de la empresa para que este lo digitalice y así elaborar la muestra de bordado.
- **Proceso de aprobación:** El ejecutivo debe remitir las propuestas de diseño y muestra de bordado al cliente para su debida aprobación si este está aprobado por el cliente se procede al área de producción de lo contrario se toma nota de los cambio y se remite al área de diseño para que trabaje los cambio o elabore propuestas nuevas.
- **Toma de medidas:** una vez aprobado diseño y bordado se procede a la toma de medidas del personal de la empresa para así proceder a la confección de los uniformes.
- **Bordado:** una vez listas la selección de los uniformes se procede al área de bordado.
- **Afinación:** acá se debe remover sobrantes de hilos, tela de aplique y entretela.
- **Control de Calidad:** se debe revisar todo detalladamente, costuras, botones, ojales, zipper, bolsillos, planchado, etc. Con el fin de que todo esté en orden de lo contrario se debe regresar al área de ensamble.
- **Empaque:** una vez aprobada la pieza por control de calidad esta debe ser doblada y empacada en bolsa de celofán.



DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO





CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA O EQUIPOS

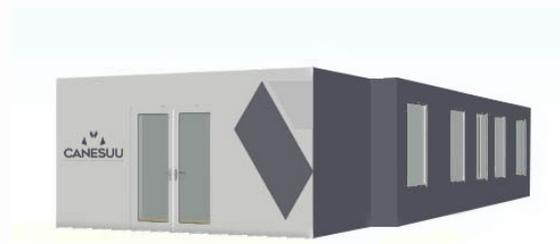
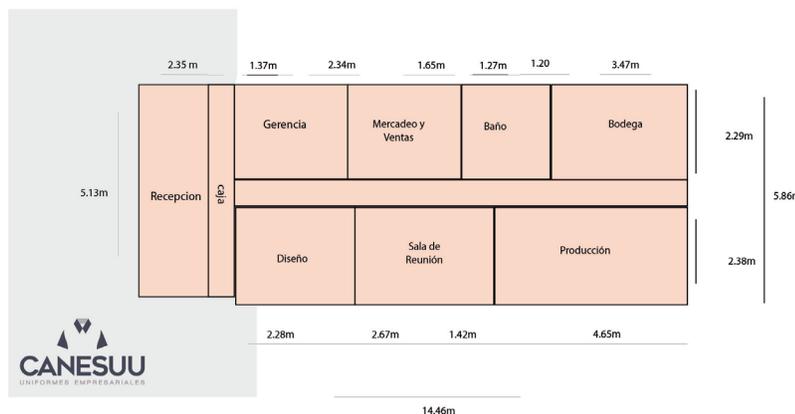
CANTIDAD	TECNOLOGIA	ESPECIFICACIONES	VIDA UTIL/AÑO	PRECIO UNI	PRECIO TOTAL
3	Notebook HP 245 G4	Procesador AMD E-Series E1-6015, 1.4 GHz- Disco Duro 500 GB - Memoria RAM 4 GB - Pantalla 14" - DVD-RW Windows 10 65w	5	\$ 316.24	\$ 948.72
1	HP Pavilion x360 13-U003LA	Procesador Core I5 6200U, 2.3 GHz Memoria RAM 8 GB - Disco Duro 500 GB Pantalla Táctil 13" - Windows 10	5	\$ 500.99	\$ 500.99
1	software willcom	Unidad de CD-ROM para instalar el software.	5	\$ 100.00	\$ 100.00
1	Maquina de bordar	CFSE-CT 1501 Bordadora Camfive tubular / 1 Cabeza / 15 Colores Area de 40*45cms	15	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
1	Impresora todo-en-uno HP Deskjet Ink Advantage 3635	Imprima, copie, escanee, de manera inalámbrica Velocidad de impresión: Negro hasta 20 ppm y color hasta 16 ppm Conectividad USB 2.0 y Wifi Tipos de papel: Papel común, papel fotográfico, sobres y otros papeles especiales de inyección de tinta	5	\$ 43.69	\$ 43.69
				TOTAL	\$ 9,593.40





EQUIPOS E INSTALACIONES

EQUIPOS					
UNIDAD	PRODUCTO	FUCIONES	VIDA UTIL/AÑO	PRECIO UNIT	TOTAL
4	sillas de escritorio	esto para el personal	5	\$ 20.00	\$ 80.00
4	escritorios	para el personal	5	\$ 83.00	\$ 332.00
4	sillas de espera	para los clientes en recepcion	5	\$ 12.00	\$ 48.00
1	monto de instalacion	para remodelacion de las intalaciones		\$ 500.00	\$ 500.00
				Total \$	\$ 960.00
				Total C\$	C\$ 28,800.00
Instalacion					
UNIDAD	PRODUCTO	FUCIONES	VIDA UTIL/AÑO	PRECIO UNIT	TOTAL
4	papeleras	para residuos		\$ 2.00	\$ 8.00
2	insumos de oficina	papeleria, lapices engrapadora etc		\$ 50.00	\$ 100.00
12	insumo de limpieza	para limpieza		\$ 20.00	\$ 240.00
1	dispensador de agua	tomar agua		\$ 20.00	\$ 20.00
				TOTAL \$	\$ 368.00
				TOTAL C\$	C\$ 11,040.00





MATERIA PRIMA

MATERIAL	CANTIDAD/ YARDAS	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Hilos	60	\$ 7.33	\$ 440.00
Entretela	100	\$ 1.17	\$ 116.67
tela piquet	10	\$ 1.50	\$ 15.00
OXFORD tela	10	\$ 3.07	\$ 30.67
		TOTAL \$	\$ 602.33
		TOTAL C\$	C\$ 18,070.00

CAPITAL DE TRABAJO.

Capital de trabajo.

CANESUU, iniciará operaciones con un monto de 380,000C\$ lo cual incluye los costos de maquinarias, tecnología, equipos (estos aparecen en el flujo de efectivo como Activos fijos) y los costos de materia prima. A continuación detallamos los montos a cubrir por el capital de trabajo.

Egresos	Monto
Compras E.E.T (activos fijo)	C\$ 316,638.00
Art. De oficina y operativos	C\$ 920.00
gastos de publicidad	C\$ 600.00
Autos, Entregas y legal	C\$ 3,700.00
Renta	C\$ 10,800.00
Impuestos	C\$ 1,500.00
Materia prima	C\$ 36,454.69
Servicio de deuda	C\$ 9,387.31
Total	C\$ 380,000.00



INVERSIÓN.

Haremos una inversión total de 380,000C\$, donde cada una de nosotras aportaremos 60,000\$ con un total de 120,000C\$ y el resto del dinero será financiado por un socio externo que aportara 260,000C\$, esto quiere decir que el monto de inversión inicial será de aportación combinada.

MANEJO DE INVENTARIOS

Acá ocuparemos el sistema de inventario periódico, se realizará un conteo de la materia prima cada mes para el control de materia en existencia y la que se agota reabastecer, se llevara un control de la salida de material en el mes para así a fin de mes confirmar la existencia o no de material.

PROVEEDORES

Manejaremos una cartera de proveedores textiles y uniformes que nos ayudara a cumplir con la demanda del producto. A continuación muestro tabla con información de los proveedores.



PROVEEDOR	MATERIA PRIMA	DIRECCION		
EMPERADOR TEXTIL	Telas (sincatex, algodón, poliester, lino). Entretela	Ciudad jardin, semaforos 1 1/2 ca a bajo M/I		
KATIF	Telas (sincatex, algodón, poliester, lino). Entretela	ciudad jardin, semaforos 1 c y 75vrs abajo M/D	alternativa	
VARIEDADES MARLING	Hilos de cocer, hilos de bordar, camisas polos UNICRESE, camisas de vestir UNICRESE.	Curacao ciudad jardin 2c al lago, 1/2 abajo M/D		
Repuestos Sinai	insumos para confeccion, repuestos, accesorios y herramientas	de los semafos de lozelsa 1 1/2 al lago		
Display Nicaragua	stantes, mesas maniquies			
Repuestos jimenez	insumos para confeccion, repuestos, accesorios y herramientas	de donde fue el cine salina, 3c al lago	alternativa	

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MÁXIMA

Nuestra capacidad de producción es de 2200 bordado al mes, al día tenemos la capacidad de producir 100 bordados de lunes a viernes y los sábados 50 bordados.

CONTROL DE CALIDAD

En nuestra área de control de calidad, el diseñador que también se encargara del control de calidad debe asegurarse de que todo vaya en orden y confirmar q las costuras sigan derecha, que estén las piezas debidamente unidas, que no vayan perforaciones, los botones bien cocidos, ojales abiertos, debidamente planchada, tallas adecuadas a las medidas, si todo lo antes mencionado no está bien deben devolver la pieza al área de producción para su reparación o sustitución, una vez listo se procede al empaque y luego una revisión más al producto donde este vaya bien empacado sin arrugas, perfecto doblado.



PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN.

Así como nuestras ventas están proyectadas según demanda, se elaboró un proyección de producción con el fin de tener conocimiento de uniformes se deben comprara según demanda por mes con el mejor precio del proveedor. A continuación presentamos la tabla con detalles

PLAN DE PRODUCCION																			
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL					
	EMPRESAS														AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAMISAS OXFORD	33.0%	22	17	15	15	15	22	15	15	15	15	16	22	0	2680	2948	3243	3567	3924
CAMISAS POLOS	39.8%	9	7	6	6	6	9	6	6	6	6	6	9	3280	3608	3969	4366	4802	
CAMISAS CONFECCIONADAS	27.2%	6	5	4	4	4	6	4	4	4	4	4	6	2160	2376	2614	2875	3162	
	40																		
COSTO C/Oxfor	\$ 10.00	C\$ 84,000.00	C\$ 72,000.00	C\$ 60,000.00	C\$ 60,000.00	C\$ 60,000.00	C\$ 84,000.00	C\$ 60,000.00	C\$ 84,000.00	C\$ 804,000.00	C\$ 804,000.00	C\$ 884,400.00	C\$ 972,840.00	C\$ 1070,124.00	C\$ 1177,136.40				
COSTO C/Polos	\$ 7.80	C\$ 84,240.00	C\$ 65,520.00	C\$ 56,160.00	C\$ 56,160.00	C\$ 56,160.00	C\$ 84,240.00	C\$ 56,160.00	C\$ 84,240.00	C\$ 767,520.00	C\$ 767,520.00	C\$ 844,272.00	C\$ 928,699.20	C\$ 1021,569.12	C\$ 1123,726.03				
COSTO C/Confecciondas	\$ 9.33	C\$ 67,176.00	C\$ 44,784.00	C\$ 44,784.00	C\$ 44,784.00	C\$ 44,784.00	C\$ 67,176.00	C\$ 44,784.00	C\$ 67,176.00	C\$ 604,584.00	C\$ 604,584.00	C\$ 665,042.40	C\$ 731,546.64	C\$ 804,701.30	C\$ 885,171.43				
TOTAL		C\$ 235,416.00	C\$ 182,304.00	C\$ 160,944.00	C\$ 160,944.00	C\$ 160,944.00	C\$ 235,416.00	C\$ 160,944.00	C\$ 235,416.00	C\$ 2176,104.00	C\$ 2176,104.00	C\$ 2393,714.40	C\$ 2633,085.84	C\$ 2896,394.42	C\$ 3186,033.87				



ORGANIZACIÓN

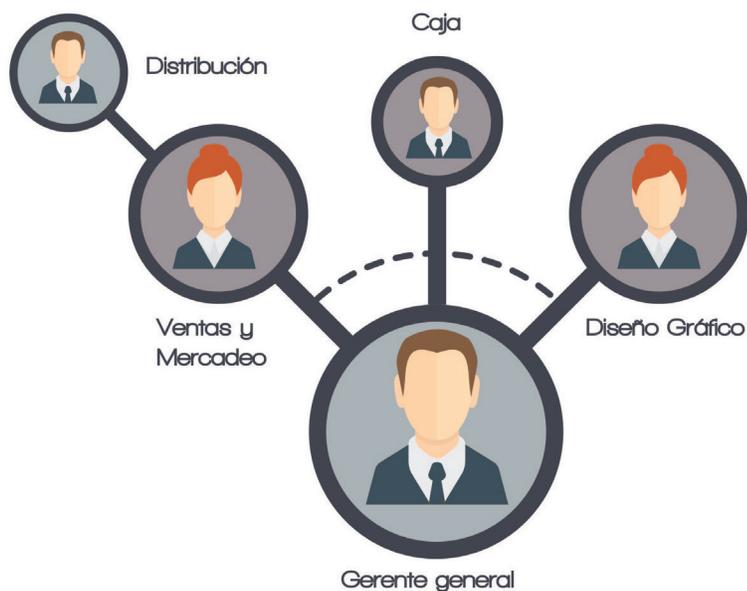
OBJETIVOS DEL ÁREA DE ORGANIZACIÓN

Representar Gráficamente las diferentes áreas de la empresa que correspondan al tipo de actividad y función que desempeñan.

Presentar de forma clara, objetiva y directa la estructura jerárquicas de la empresa.

Crear un complemento entre cada área para obtener resultados eficaces.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Gerencia

Funciones Específicas del puesto

Nombre del puesto:

Gerente General

Ubicación dentro del Organigrama:

Dirección ejecutiva

Funciones

- Velar por el funcionamiento general de la Empresa, crecimiento corporativo, estabilidad económica.
- Representar y administrar la Empresa.
- Dirigir, gestionar verificar que se cumplan con todas las funciones de la empresa.
- Representar a la empresa.
- Dar seguimiento a las metas y objetivos de la empresa.

Especificaciones del ocupante del puesto
5 años de experiencia.

- Edad entre 25 a 60 años.

Publicidad y Ventas

Nombre del puesto: Mercadeo y ventas

Ubicación dentro del Organigrama:

Área de Mercadeo y ventas

Funciones específica

- Atención a los clientes en redes sociales
- redes sociales.
- Atención de llamadas.
- Atención personalizada a los clientes.
- Manejo de precios.
- Ofertar el producto y servicio a diferentes empresas.

- Vender los productos y servicio.

Especificaciones del ocupante del puesto

- Licenciada en Mercadeo o publicidad
- Entre 24 y 35 años.
- Preferiblemente ser bilingües
- Experiencia de la menos 1 año en puestos similares

Distribución

Nombre del puesto: Distribución

Ubicación dentro del Organigrama:

Gerencia de ventas

Funciones específica

- Será el encargado de resguardar el producto una vez empacado.

- Distribuirá el producto a los clientes
- Especificaciones del ocupante del puesto
- Bachiller y/o estudiante de universitario
 - Entre 24 y 35 años.
 - Experiencia de la menos 1 año en puestos similares.

Diseño Gráfico

Nombre del puesto: Diseñador Gráfico y operario

Ubicación dentro del Organigrama: Diseño
Funciones específica

- Diseñar de acuerdo a las necesidades de los clientes.
- Diseñar la publicidad de la empresa.
- Realizar el reporte de actividades y trabajos efectuado
- Experiencia en operador de máquinas de bordar al menos 3 años.
- Operará la máquina de bordar
- Afinara bordado

Especificaciones del ocupante del puesto

- Licenciado en Diseño Gráfico

- Experiencia de dos años comprobados en su portafolio.

Caja

Nombre del puesto: Cajera

Ubicación dentro del Organigrama: Finanzas

Funciones específica

- Saludar a los clientes que entren en el establecimiento y responder a las pregunta sobres los productos y servicios.
- Contar el dinero de la caja para garantizar que las cantidades sean las correctas y que haya suficiente cambio.
- Entregar recibos, reembolsos, créditos o el cambio que se les adeude a los clientes.
- Calcular los pagos totales recibidos y cotejar las entradas con los recibos y los rollos de la caja y mantener los registros de otras transacciones.

Especificaciones del ocupante del puesto

- Técnico Superior en caja
- Experiencia 3 años

RECURSOS HUMANOS

Administración de Sueldo y Salario

La siguiente muestra los sueldos y salarios de los diferentes colaboradores de la empresa, los colaboradores tendrán INSS integral del 6.25 que otorga prestaciones integrales a corto mediano y largo plazo incluyendo prestaciones por atención médica y subsidios el INSS debita de su salario bruto, las empresas pagan el inss patronal que es 18.50 por ciento del salario del trabajador y el 2% a INATEC, la empresa tendrá una cuenta donde se ahorra las vacaciones de cada colaborador que corresponde a 2.5 días por mes, su aguinaldo e Indemnización equivalente al 12% de un mes de su salario. En la total ira el salario bruto, INSS patronal, INATEC, vacaciones, aguinaldo e Indemnización, el total de estos costos es lo que cuesta el colaborador por mes.

NO	Cargo	Salario Total	Salario		INSS Laboral Integral 6.25%	Total Deducción	Neto	INSS	2%	Vacaciones	Aguinaldo	Indemniza ción	TOTAL
			Bruto	FC			A	Patronal	Inatec				
1	Gerente	C\$ 10,000	C\$ 10,000		625.00	625.00	C\$ 9,375.00	C\$ 1,850.00	C\$ 200.00	C\$ 833	C\$ 833	C\$ 833.33	C\$ 14,550.00
2	Gefe de Ventas	C\$ 9,000	C\$ 9,000		562.50	562.50	C\$ 8,437.50	C\$ 1,665.00	C\$ 180.00	C\$ 750	C\$ 750	C\$ 750.00	C\$ 13,095.00
3	Distribuciòn	C\$ 6,000	C\$ 6,000		375.00	375.00	C\$ 5,625.00	C\$ 1,110.00	C\$ 120.00	C\$ 500	C\$ 500	C\$ 500.00	C\$ 8,730.00
4	caja	C\$ 6,000	C\$ 6,000		375.00	375.00	C\$ 5,625.00	C\$ 1,110.00	C\$ 120.00	C\$ 500	C\$ 500	C\$ 500.00	C\$ 8,730.00
5	Diseñador grafico	C\$ 8,000	C\$ 8,000		500.00	500.00	C\$ 7,500.00	C\$ 1,480.00	C\$ 160.00	C\$ 667	C\$ 667	C\$ 666.67	C\$ 11,640.00
TOTAL DE SALARIOS		C\$ 39,000	C\$ 39,000		C\$ 2,438	C\$ 2,438	C\$ 36,563	C\$ 7,215	C\$ 780	C\$ 3,250	C\$ 3,250	C\$ 3,250	C\$ 56,745
												TOTAL ANUA	C\$ 680,940.00



SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL

Para selección y contratación del personal CANESUÚ aplicará las siguientes técnicas:

- Se valorará el curriculum vitae donde se muestren todos los datos académicos y experiencia del aspirante a la plaza.
- La entrevista personal será otra técnica que se ocupara, ya que nos permite adquirir datos sobre aspectos laborales de un entrevistado y sobre la base de esta información tomar decisiones atractivas y benéficas para ambas partes.
- Se realizaran exámenes de conocimientos tanto teóricos como prácticos el objetivo primordial de estas pruebas se enfoca a descubrir las capacidades intelectuales, conocimientos profesionales o específicos en un área, así como la experiencia y práctica en la aplicación de los mismos
- El examen médico es otro requisito para

el solicitante esto con el objetivo de evitar el ingreso de un individuo que padece una enfermedad contagiosa, hasta la prevención de accidentes, pasando por el caso de personas que se ausentarán con frecuencia debido a sus constantes quebrantos de salud.

Este examen se practicará después de que el candidato haya sido seleccionado, también ayudará a determinar si tiene la capacidad física para desempeñar el puesto.

- Record de policía, esto con el fin de saber el historial policía del personal. Es muy imparte para nosotros ya que eso nos dirá sobre el comportamiento de las personas evaluadas para cada puesto.
- Cartas de recomendación, esto nos ayudará a evaluar si la persona entrevistada tiene ciertas características, tales como estabilidad elaborar, desempeño en su puesto, responsabilidad, etc.

Evaluaremos a los aspirantes de puestos con la siguiente tabla, donde se calificara cada punto en base a un 100%, se sumaran todos los puntos y se dividirán entre 9 para obtener un resultado en base a 100%.

Tabla de Selección para contratación	
Curriculum	100%
Experiencia	100%
Entrevista	100%
Prueba Teórica	100%
Prueba Practica	100%
Historial medico	100%
Antecedentes policial	100%
Carta de recomendación	100%
Personalidad	100%
TOTAL	100%

CAPACITACIÓN DE PERSONAL

Se realiza el plan de capacitación dirigido al personal que colabora en la Empresa para que el personal aumente sus conocimientos , actualice y la productividad se incremente, conservando la eficacia y eficiencia en la producción.

El proceso de capacitación al personal tiene dos componentes:

a)Proceso de inducción:

Una vez contratado el o la colaborador (a), a través de capacitación se le da conocer los manuales internos (Manual de funciones). Se le induce sobre el uso de maquinarias, contactos, de acuerdo al cargo que ocupará dentro de la Empresa.

b)Capacitaciones para el mejoramiento continuo

Se elabora un plan de capacitación de acuerdo a las necesidades de los colaboradores.

Las necesidades de capacitación se identificarán con la elaboración de diagnóstico a lo interno de la empresa, aplicando encuesta que permitirá identificar las debilidades y fortalezas de los colaboradores.



Anualmente se presupuestará en el Plan de capacitación los siguientes temas:

- Ventas

Programa de capacitación: Ventas

Tiempo: 1 día

Metodología: Charla Motivacional

Instructor: Coach

Evaluación de aprendizaje: Resultado en área laboral

Costo en USD: 100\$

DESARROLLO DE PERSONAL

Como fuente de motivación para los colaboradores implementaremos el reclutamiento interno porque eso les ayuda a crecer dentro de la organización y desarrolla un espíritu sano de competencia entre el personal, también implementaremos motivacionales como seleccionar al colaborador del mes con una bonificación, dos charlas motivacionales al año para el área de venta, la convivencia entre los

colaboradores con los gerentes también es muy importante esto crea una confianza y vinculo en el cual los colaboradores se sienten contentos con el líder y su puesto de trabajo.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

Evaluaremos al personal de prueba y a nuestros colaboradores de planta de forma anual bajo las políticas de la empresa estipuladas con los puntos que presentamos en el cuadro siguiente, utilizaremos el mismo método de evaluación con el 100% y sumaremos los nuevos y luego los dividiremos.

Tiempo de aprendizaje	100%
Responsabilidad	100%
Puntualidad	100%
Calidad de trabajo	100%
Productividad	100%
Iniciativa	100%
Eficacia	100%
Adaptabilidad	100%
Capacidad de manejar múltiples tareas	100%

Evaluación anual	
Productividad	100%
Entrega de trabajo en tiempo y forma	100%
Planificación de trabajo	100%
Responsabilidad	100%
Cumplimiento de procedimientos	100%
Trabajo en equipo	100%
Predisposición	100%
Presentación personal	100%
Atención al cliente	100%
Iniciativa	100%
Creatividad	100%
Adaptabilidad	100%
Repuesta bajo presión	100%
Manejo de conflicto	100%
Coordinación y liderazgo	100%
Toma de decisiones	100%
Carisma	100%
Planificación	100%
Potencialidad	100%
TOTAL	100%



FINANZAS



SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA

CANESUU es cuota fija porque entra en el sistema de cuota fija, vamos a utilizar el sistema de contabilidad Mónica para nuestro propio control y dar seguimiento fácil porque no estamos en el rango que pidan contabilidad, haremos un resumen del sistema contable

MONICA en los libros contables para presentarlos en la DGI.





FLUJO DE EFECTIVO

Es la herramienta principal para que el negocio funcione porque nos dice cuánto dinero vamos a recibir y cuando lo vamos a recibir como lo vamos a gastar, cuando lo vamos a gastar y el saldo que nos queda para iniciar el siguiente mes. Este punto es el más importante para el funcionamiento del negocio.

Nos muestra si hay suficiencia de efectivo en el primer año a pesar que se está trabajando con precio de introducción y bajo volumen. El siguiente año no hay problemas de flujo porque se ha incrementado el precio y se ha incrementado las ventas.

	MES 0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	año 2	año 3	año 4	año 5
		01/01/2018	01/02/2018	01/03/2018	01/04/2018	01/05/2018	01/06/2018	01/07/2018	01/08/2018	01/09/2018	01/10/2018	01/11/2018	01/12/2018	01/01/2018				
Efectivo al inicio del mes	C\$	-	C\$ 94,144	C\$ 96,623	C\$ 86,556	C\$ 76,528	C\$ 66,540	C\$ 100,524	C\$ 91,114	C\$ 81,244	C\$ 73,712	C\$ 63,919	C\$ 52,528	C\$ -	C\$ 88,244	C\$ 379,634	C\$ 661,701	C\$ 961,368
Ingresos en efectivo																		
Ventas (efectivo)	C\$	393,600.00	C\$ 302,400.00	C\$ 268,800.00	C\$ 268,800.00	C\$ 268,800.00	C\$ 393,600.00	C\$ 268,800.00	C\$ 393,600.00	C\$ 3633,600	C\$ 4244,400	C\$ 4668,840	C\$ 5135,724	C\$ 5649,296				
Cobranza	C\$	-																
Créditos /otros ingresos	C\$	380,000.00												C\$ -				
Total Ingresos en efectivo	C\$	380,000.00	C\$ 393,600.00	C\$ 302,400	C\$ 268,800	C\$ 268,800	C\$ 393,600	C\$ 268,800	C\$ 393,600	C\$ 3633,600	C\$ 4244,400	C\$ 4668,840	C\$ 5135,724	C\$ 5649,296				
Efectivo Total Disponible	C\$	380,000.00	C\$ 393,600.00	C\$ 396,544	C\$ 365,423	C\$ 355,356	C\$ 345,328	C\$ 460,140	C\$ 369,324	C\$ 359,914	C\$ 342,512	C\$ 332,719	C\$ 446,128	C\$ 3633,600	C\$ 4332,644	C\$ 5048,474	C\$ 5797,425	C\$ 6610,665
Egresos en efectivo																		
Compra de mercancía	C\$	36,454.69	C\$ 217,031.31	C\$ 200,374.00	C\$ 179,014.00	C\$ 179,014.00	C\$ 253,486.00	C\$ 179,014.00	C\$ 253,486.00	C\$ 2356,489.31	C\$ 2632,238.40	C\$ 2895,462.24	C\$ 3184,791.62	C\$ 3502,620.27				
Compras (activos fijos)	C\$	316,638.00												C\$ -				
Sueldos brutos	C\$	39,000.00	C\$ 39,000.00	C\$ 39,000	C\$ 468,000.00	C\$ 491,400.00	C\$ 515,970.00	C\$ 541,768.50	C\$ 568,856.93									
Otros gastos de nómina	C\$	17,745.00	C\$ 17,745.00	C\$ 17,745	C\$ 212,940.00	C\$ 223,587.00	C\$ 234,766.35	C\$ 246,504.67	C\$ 258,829.90									
Arrendamientos de oficina y operativo	C\$	920.00	C\$ 10,120.00	C\$ 11,240.40	C\$ 11,465.21	C\$ 11,694.51	C\$ 11,928.40											
Mantenimiento	C\$	-						C\$ 1,800						C\$ 1,800.00	C\$ 3,780.00	C\$ 3,969.00	C\$ 4,167.45	C\$ 4,375.82
Gastos de publicidad	C\$	600.00	C\$ 600.00	C\$ 2,900.00	C\$ 2,900.00	C\$ 2,900.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 2,900.00	C\$ 600.00	C\$ 2,900.00	C\$ 2,900.00	C\$ 600.00	C\$ 20,400.00	C\$ 22,050.00	C\$ 23,152.50	C\$ 24,310.13	C\$ 25,525.63
Autos, entregas y viajes	C\$	3,700.00	C\$ 3,018.18	C\$ 2,745.45	C\$ 2,745.45	C\$ 2,745.45	C\$ 3,700.00	C\$ 2,745.45	C\$ 2,745.45	C\$ 2,745.45	C\$ 2,745.45	C\$ 2,881.82	C\$ 3,700.00	C\$ 32,518.18	C\$ 37,304.73	C\$ 38,423.87	C\$ 39,576.59	C\$ 40,763.88
Contabilidad y legal	C\$	6,000.00	C\$ 6,025.00	C\$ 6,050.10	C\$ 6,075.31	C\$ 6,100.63	C\$ 6,126.05	C\$ 6,151.57	C\$ 6,177.20	C\$ 6,202.94	C\$ 6,228.79	C\$ 6,254.74	C\$ 6,280.80	C\$ 73,673.13	C\$ 77,356.79	C\$ 81,224.63	C\$ 85,285.86	C\$ 89,550.15
Renta	C\$	10,800.00	C\$ 3,615.00	C\$ 3,630.06	C\$ 3,645.19	C\$ 3,660.38	C\$ 3,675.63	C\$ 3,690.94	C\$ 3,706.32	C\$ 3,721.76	C\$ 3,737.27	C\$ 3,752.84	C\$ 3,768.48	C\$ 40,603.88	C\$ 46,414.07	C\$ 48,734.78	C\$ 51,171.52	C\$ 53,730.09
Teléfono	C\$	-	C\$ 990.00	C\$ 994.13	C\$ 998.27	C\$ 1,002.43	C\$ 1,006.60	C\$ 1,010.80	C\$ 1,015.01	C\$ 1,019.24	C\$ 1,023.49	C\$ 1,027.75	C\$ 1,032.03	C\$ 11,119.73	C\$ 12,763.87	C\$ 13,402.06	C\$ 14,072.17	C\$ 14,775.78
Servicios públicos	C\$	-	C\$ 1,710.03	C\$ 18,810.32	C\$ 21,546.37	C\$ 22,623.69	C\$ 23,754.87	C\$ 24,942.61										
Capacitaciones	C\$	-					C\$ 1,500					C\$ 1,500		C\$ 3,000.00	C\$ 3,150.00	C\$ 3,307.50	C\$ 3,472.88	C\$ 3,646.52
Impuestos	C\$	1,500.00	C\$ 16,500.00	C\$ 18,000.00	C\$ 18,000.00	C\$ 18,000.00	C\$ 18,000.00											
Servicios de deuda	C\$	9,387.31	C\$ 9,303	C\$ 9,219	C\$ 9,135	C\$ 9,050	C\$ 8,966	C\$ 8,882	C\$ 8,798	C\$ 8,713	C\$ 8,629	C\$ 8,545	C\$ 8,461	C\$ 97,701.03	C\$ 94,958.79	C\$ 82,829.25	C\$ 70,699.71	C\$ 58,570.17
Otros gastos (comisiones e ventas)	C\$	19,680.00	C\$ 15,120.00	C\$ 13,440.00	C\$ 13,440.00	C\$ 13,440.00	C\$ 19,680.00	C\$ 13,440.00	C\$ 19,680.00	C\$ 181,680.00	C\$ 212,220.00	C\$ 233,442.00	C\$ 256,786.20	C\$ 282,464.82				
SUBTOTAL	C\$	380,000.00	C\$ 299,456.31	C\$ 299,920	C\$ 278,868	C\$ 278,828	C\$ 278,788	C\$ 359,615	C\$ 278,210	C\$ 278,671	C\$ 276,332	C\$ 278,593	C\$ 280,191	C\$ 3545,356	C\$ 3908,010	C\$ 4226,773	C\$ 4576,057	C\$ 4958,581
Reserva y/o en depósito																		
Retiro de los accionistas	C\$	-													C\$ 45,000	C\$ 160,000	C\$ 260,000	C\$ 300,000
Total Egresos en efectivo	C\$	380,000.00	C\$ 299,456.31	C\$ 299,920	C\$ 278,868	C\$ 278,828	C\$ 278,788	C\$ 359,615	C\$ 278,210	C\$ 278,671	C\$ 276,332	C\$ 278,593	C\$ 280,191	C\$ 3545,356	C\$ 3953,010	C\$ 4386,773	C\$ 4836,057	C\$ 5258,581
Efectivo neto	C\$	94,143.69	C\$ 2,479.71	C\$ -10,067.62	C\$ -10,027.86	C\$ -9,988.29	C\$ 33,984.55	C\$ -9,409.71	C\$ -9,870.70	C\$ -7,531.87	C\$ -9,793.24	C\$ -11,391.16	C\$ 35,716.91	C\$ 88,244.41	C\$ 291,389.58	C\$ 282,066.93	C\$ 299,667.34	C\$ 390,715.43
Posición de Efectivo	C\$	0.00	C\$ 94,143.69	C\$ 96,623	C\$ 86,556	C\$ 76,528	C\$ 66,540	C\$ 100,524	C\$ 91,114	C\$ 81,244	C\$ 73,712	C\$ 63,919	C\$ 52,528	C\$ 88,244	C\$ 379,634	C\$ 661,701	C\$ 961,368	C\$ 1352,084



BALANCE GENERAL

Nos dice que es lo que tenemos en dinero y como lo conseguimos al final del año. En el balance tenemos los activos que es el efectivo del primer año más los activos fijos con valor en libro más el depósito que tenemos por el alquiler de la propiedad. Este también nos habla de los pasivos, que es lo que debemos a terceros, como deudas a pagar, entre ellos también tenemos el capital contable que lo que debemos a los accionistas como sus ganancias. Este es un reporte de una fecha en dada, es la situación actual a la fecha estipulada del balance. A continuación el reporte del balance.

Al final del año 5 solo se tiene una deuda de 4556 y el balance nos dice que tenemos 1,352,084, el detalla de como se obtiene esta cantidad lo dice el flujo de efectivo.

CANESUU						
BALANCE GENERAL						
ACTIVO						
Activo Circulante	Final del AÑO 1	Final del AÑO 2	Final del AÑO 3	Final del AÑO 4	Final del AÑO 5	
Caja						
Bancos	C\$ 88,244	C\$ 379,634	C\$ 661,701	C\$ 961,368	C\$ 1352,084	
Total Activo Circulante	C\$ 88,244	C\$ 379,634	C\$ 661,701	C\$ 961,368	C\$ 1352,084	
Activo Fijo						
Mobiliario y equipo.	C\$ 76,638	C\$ 76,638	C\$ 76,638	C\$ 76,638	C\$ 76,638	
Depreciación acumulada	C\$ -15,021	C\$ -30,042	C\$ -45,063	C\$ -60,084	C\$ -75,105	
Equipo de producción	C\$ 240,000	C\$ 240,000	C\$ 240,000	C\$ 240,000	C\$ 240,000	
Depreciación acumulada	C\$ -15,680	C\$ -31,360	C\$ -47,040	C\$ -62,720	C\$ -78,400	
Total Activo Fijo neto	C\$ 285,937	C\$ 255,236	C\$ 224,535	C\$ 193,834	C\$ 163,133	
Activo diferido						
Rentas pagadas por anticipado	C\$ 7,200	C\$ 7,200	C\$ 7,200	C\$ 7,200	C\$ 7,200	
Otros activos diferidos		C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	
Total Activo Diferido	C\$ 7,200	C\$ 7,200	C\$ 7,200	C\$ 7,200	C\$ 7,200	
SUMA DEL ACTIVO	C\$ 381,381	C\$ 642,070	C\$ 893,436	C\$ 1162,402	C\$ 1522,416	
PASIVO						
Pasivo Circulante						
Proveedores	C\$ 4,546	C\$ 4,546	C\$ 4,546	C\$ 4,546	C\$ 4,546	
Acreeedores	C\$ 52,000	C\$ 52,000	C\$ 52,000	C\$ 52,000	C\$ -	
Total Pasivo Circulante	C\$ 56,546	C\$ 56,546	C\$ 56,546	C\$ 56,546	C\$ 4,546	
Pasivo a Largo Plazo						
Documentos por pagar a largo plazo	C\$ 156,000	C\$ 104,000	C\$ 52,000			
Total Pasivo Circulante	C\$ 156,000	C\$ 104,000	C\$ 52,000	C\$ -	C\$ -	
SUMA DEL PASIVO	C\$ 212,546	C\$ 160,546	C\$ 108,546	C\$ 56,546	C\$ 4,546	
CAPITAL CONTABLE						
Capital social	C\$ 120,000	C\$ 120,000	C\$ 120,000	C\$ 120,000	C\$ 120,000	
Retiro de socios		C\$ -45,000	C\$ -160,000	C\$ -260,000	C\$ -300,000	
Resultados de ejercicios anteriores		C\$ 48,835	C\$ 361,524	C\$ 664,889	C\$ 985,856	
Resultados del ejercicio	C\$ 48,835	C\$ 357,689	C\$ 463,366	C\$ 580,966	C\$ 712,014	
Total Capital contable	C\$ 168,835	C\$ 481,524	C\$ 784,889	C\$ 1105,856	C\$ 1517,870	
SUMA DEL CAPITAL CONTABLE	C\$ 168,835	C\$ 481,524	C\$ 784,889	C\$ 1105,856	C\$ 1517,870	
SUMA DEL PASIVO + CAPITAL CONTABLE	C\$ 381,381	C\$ 642,070	C\$ 893,436	C\$ 1162,402	C\$ 1522,416	
BALANCE O CUADRATURA	C\$ -0.00	C\$ -0.00	C\$ -0.00	C\$ -0.00	C\$ -0.00	



ESTADO DE RESULTADO

En este reporte son los ingresos de la empresa CANESUU menos los egresos operativos detallados en el estado para demostrar si hay ganancias o pérdidas colocado también el balance, este es una evaluación de la empresa por un periodo dado ósea del 1 de enero a 31 de diciembre.

CANESUU						
Estado de resultados						
Para el año que finaliza el DD/MM/AÑO						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos:						
Ventas brutas		C\$ 3633,600.00	C\$ 4244,400.00	C\$ 4668,840.00	C\$ 5135,724.00	C\$ 5649,296.40
Menos: Devoluciones y provisiones		C\$ -				
Ventas netas		C\$ 3633,600.00	C\$ 4244,400.00	C\$ 4668,840.00	C\$ 5135,724.00	C\$ 5649,296.40
Costo de las ventas						
Inventario inicial		C\$ -				
Más: Compras		C\$ 2176,104.00	C\$ 2393,714.40	C\$ 2633,085.84	C\$ 2896,394.42	C\$ 3186,033.87
Depreciacion de maquina de boradar	F	C\$ 15,680.00				
Gastos indirectos		C\$ 225,720.14	C\$ 247,848.15	C\$ 272,166.76	C\$ 298,677.08	C\$ 327,380.27
		C\$ 2417,504.14	C\$ 2657,242.55	C\$ 2920,932.60	C\$ 3210,751.50	C\$ 3529,094.14
Menos: Inventario final		C\$ -				
Costo de las ventas		C\$ 2417,504.14	C\$ 2657,242.55	C\$ 2920,932.60	C\$ 3210,751.50	C\$ 3529,094.14
Ganancia (pérdida) bruta		C\$ 1216,095.86	C\$ 1587,157.45	C\$ 1747,907.40	C\$ 1924,972.50	C\$ 2120,202.26
Gastos:						
Publicidad	F	C\$ 21,000.00	C\$ 22,050.00	C\$ 23,152.50	C\$ 24,310.13	C\$ 25,525.63
Amortización		C\$ -				
Incobrables		C\$ -				
Gastos bancarios		C\$ -				
Donaciones de beneficencia		C\$ -				
Comisiones		C\$ 181,680.00	C\$ 212,220.00	C\$ 233,442.00	C\$ 256,786.20	C\$ 282,464.82
Mano de obra contratada	F	C\$ 73,673.13	C\$ 77,356.79	C\$ 81,224.63	C\$ 85,285.86	C\$ 89,550.15
Gastos de tarjetas de crédito		C\$ -				
Gastos de entrega	F	C\$ 36,218.18	C\$ 37,304.73	C\$ 38,423.87	C\$ 39,576.59	C\$ 40,763.88
Depreciación	F	C\$ 15,021.05				
Membresías y suscripciones		C\$ -				
Seguros		C\$ -				
Intereses		C\$ 55,088.34	C\$ 42,958.79	C\$ 30,829.25	C\$ 18,699.71	C\$ 6,570.17
Mantenimiento	F	C\$ 3,600.00	C\$ 3,780.00	C\$ 3,969.00	C\$ 4,167.45	C\$ 4,375.82
Capacitaciones	F	C\$ 3,000.00	C\$ 3,150.00	C\$ 3,307.50	C\$ 3,472.88	C\$ 3,646.52
Utiles de oficina	F	C\$ 11,040.00	C\$ 11,240.40	C\$ 11,465.21	C\$ 11,694.51	C\$ 11,928.40
Gastos operativos		C\$ -				
Impuestos sobre salarios	F	C\$ 95,940.00	C\$ 100,737.00	C\$ 105,773.85	C\$ 111,062.54	C\$ 116,615.67
Permisos y licencias	F	C\$ 18,000.00				
Franqueo postal		C\$ -				
Honorarios profesionales		C\$ -				
Impuestos sobre la propiedad		C\$ -				
Alquileres	F	C\$ 44,203.88	C\$ 46,414.07	C\$ 48,734.78	C\$ 51,171.52	C\$ 53,730.09
Reparaciones		C\$ -				
Teléfono	F	C\$ 12,156.07	C\$ 12,763.87	C\$ 13,402.06	C\$ 14,072.17	C\$ 14,775.78
Viajes		C\$ -				
Servicios públicos	F	C\$ 11,640.21	C\$ 12,222.22	C\$ 12,833.33	C\$ 13,474.99	C\$ 14,148.74
Gastos de los vehículos		C\$ -				
Sueldos y salarios	F	C\$ 585,000.00	C\$ 614,250.00	C\$ 644,962.50	C\$ 677,210.63	C\$ 711,071.16
Total de gastos		C\$ 1167,260.85	C\$ 1229,468.92	C\$ 1284,541.52	C\$ 1344,006.21	C\$ 1408,187.88
Ingresos operativos netos		C\$ 48,835.01	C\$ 357,688.53	C\$ 463,365.88	C\$ 580,966.29	C\$ 712,014.38
Otros ingresos						
Beneficio (pérdida) por venta de activos		C\$ -				
Ingresos por intereses		C\$ -				
Total de otros ingresos		C\$ -				
Ganancia (pérdida) neta		C\$ 48,835.01	C\$ 357,688.53	C\$ 463,365.88	C\$ 580,966.29	C\$ 712,014.38



PUNTO DE EQUILIBRIO

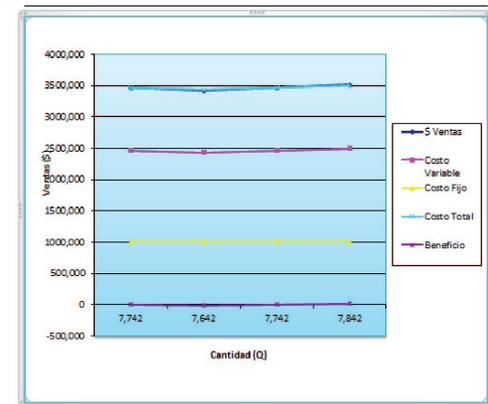
En el precio unitario es el precio promedio ponderado de los tres productos menos el costo unitario que es el costo variable de producción incluyendo comisiones por ventas de un 5% entre los gastos fijos de la empresa, este nos arroja 7742 unidades para vender y estar en un punto de equilibrio que nos ayudara para subsidiar los gastos de la empresa. El punto de equilibrio también nos dice simulaciones de las unidades de ventas para obtener utilidades y para saber cuánto perderíamos si bajamos estas unidades.

Datos iniciales		
Precio Venta	447.49	< Agregar datos de plan
Costo Unitario	318.17	< Agregar datos de plan
Gastos Fijos Año	1001,261	< Agregar datos de plan
Q Equilibrio	7,742	Pto Equilibrio en unidades producidas
\$ Equilibrio	3464,618	Pto de Equilibrio en ventas netas

Datos para el gráfico		PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q Ventas	7,742	7,642	7,742	7,842
\$ Ventas	3464,618	3419,870	3464,618	3509,367
Costo Variable	2463,358	2431,541	2463,358	2495,174
Costo Fijo	1001,261	1001,261	1001,261	1001,261
Costo Total	3464,618	3432,802	3464,618	3496,435
Beneficio	0	-12,932	0	12,932

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 7742.377 unidades al mes

GANANCIA DESEADA
8,120
3633,600
2583,504
1001,261
3584,765
48,835





EL TIR Y EL VAN

Nos disponemos a evaluar la rentabilidad de la inversión de CANESUU, donde la inversión es de 120,000C\$ de socios internos y 260,000C\$ socios externos, Para que CANESUU sea rentable el TIR debe ser superior a la tasa de interés del banco, como apreciamos en la tabla siguiente la tasa de retornos de

Inversión Inicial	Flujo Neto	VAN	R BENEFICIO/COSTO
0 (380,000.00)			
1	88,244.41	(C\$ 263,709.33)	(0.69)
2	291,389.58	(C\$ 72,115.95)	(0.19)
3	282,066.93	C\$ 89,156.73	0.23
4	299,667.34	C\$ 238,144.36	0.63
5	390,715.43	C\$ 407,061.42	1.07
TIR	50.36289146%		



SISTEMA DE FINANCIAMIENTO

Haremos una inversión de 120,000C\$ entre las dos socias internas, y el resto del dinero de un monto de 260,000C\$ será financiado por un socio externo, lo cual se estipulo una forma de pago estilo bancario a un plazo de 5 años, a continuación pueden ver la tabla de crédito bancario.

Imprimir		Limpar Datos		CALENDARIO DE PAGOS						
Monto del Préstamo	% Mantenimiento de valor (anual)	Tasa de Interés Anual	Periodos de Pagos	Nº de Cuotas Mensuales	Fecha del Desembolso	Fecha que Vence				
260,000.00	5%	18%	Mensual	60						
Nº de Cuota	Fecha de la Cuota	Amortización al Principal	Intereses	Mantenimiento del Valor	Valor de cada Cuota	Saldo Pos-Cuota				
		260,000.00	120,602.08	33,544.18	414,146.26					
1		4,333.33	3,954.17	1,099.81	9,387.31	255,666.67				
2		4,333.33	3,888.26	1,081.48	9,303.08	251,333.33				
3		4,333.33	3,822.36	1,063.15	9,218.84	247,000.00				
4		4,333.33	3,756.46	1,044.82	9,134.61	242,666.67				
5		4,333.33	3,690.56	1,026.49	9,050.38	238,333.33				
6		4,333.33	3,624.66	1,008.16	8,966.14	234,000.00				
7		4,333.33	3,558.75	989.83	8,881.91	229,666.67				
8		4,333.33	3,492.85	971.50	8,797.68	225,333.33				
9		4,333.33	3,426.94	953.17	8,713.45	221,000.00				
10		4,333.33	3,361.04	934.84	8,629.21	216,666.67				
11		4,333.33	3,295.14	916.51	8,544.98	212,333.33				
12		4,333.33	3,229.24	898.18	8,460.75	208,000.00				
13		4,333.33	3,163.33	879.85	8,376.51	203,666.67				
14		4,333.33	3,097.43	861.52	8,292.28	199,333.33				
15		4,333.33	3,031.53	843.19	8,208.05	195,000.00				
16		4,333.33	2,965.63	824.86	8,123.82	190,666.67				
17		4,333.33	2,899.72	806.53	8,039.58	186,333.33				
18		4,333.33	2,833.82	788.20	7,955.35	182,000.00				
19		4,333.33	2,767.92	769.87	7,871.12	177,666.67				
20		4,333.33	2,702.01	751.54	7,786.88	173,333.33				
21		4,333.33	2,636.11	733.21	7,702.65	169,000.00				
22		4,333.33	2,570.21	714.88	7,618.42	164,666.67				
23		4,333.33	2,504.31	696.55	7,534.18	160,333.33				
24		4,333.33	2,438.40	678.22	7,449.95	156,000.00				
25		4,333.33	2,372.50	659.89	7,365.72	151,666.67				
26		4,333.33	2,306.60	641.56	7,281.49	147,333.33				
27		4,333.33	2,240.69	623.23	7,197.25	143,000.00				
28		4,333.33	2,174.79	604.89	7,113.02	138,666.67				
29		4,333.33	2,108.89	586.56	7,028.79	134,333.33				
30		4,333.33	2,042.99	568.23	6,944.55	130,000.00				
31		4,333.33	1,977.08	549.90	6,860.32	125,666.67				
32		4,333.33	1,911.18	531.57	6,776.09	121,333.33				
33		4,333.33	1,845.28	513.24	6,691.86	117,000.00				
34		4,333.33	1,779.38	494.91	6,607.62	112,666.67				
35		4,333.33	1,713.47	476.58	6,523.39	108,333.33				
36		4,333.33	1,647.57	458.25	6,439.16	104,000.00				
37		4,333.33	1,581.67	439.92	6,354.92	99,666.67				
38		4,333.33	1,515.76	421.59	6,270.69	95,333.33				
39		4,333.33	1,449.86	403.26	6,186.46	91,000.00				
40		4,333.33	1,383.96	384.93	6,102.22	86,666.67				
41		4,333.33	1,318.06	366.60	6,017.99	82,333.33				
42		4,333.33	1,252.15	348.27	5,933.76	78,000.00				
43		4,333.33	1,186.25	329.94	5,849.53	73,666.67				
44		4,333.33	1,120.35	311.61	5,765.29	69,333.33				
45		4,333.33	1,054.44	293.28	5,681.06	65,000.00				
46		4,333.33	988.54	274.95	5,596.83	60,666.67				
47		4,333.33	922.64	256.62	5,512.59	56,333.33				
48		4,333.33	856.74	238.29	5,428.36	52,000.00				
49		4,333.33	790.83	219.96	5,344.13	47,666.67				
50		4,333.33	724.93	201.63	5,259.90	43,333.33				
51		4,333.33	659.03	183.30	5,175.66	39,000.00				
52		4,333.33	593.12	164.97	5,091.43	34,666.67				
53		4,333.33	527.22	146.64	5,007.20	30,333.33				
54		4,333.33	461.32	128.31	4,922.96	26,000.00				
55		4,333.33	395.42	109.98	4,838.73	21,666.67				
56		4,333.33	329.51	91.65	4,754.50	17,333.33				
57		4,333.33	263.61	73.32	4,670.27	13,000.00				
58		4,333.33	197.71	54.99	4,586.03	8,666.67				
59		4,333.33	131.81	36.66	4,501.80	4,333.33				
60		4,333.33	65.90	18.33	4,417.57	-0.00				

Pasa a la Siguiente Hoja

Autorizado por Comité de Crédito:

Violeta Fernández Rodríguez
Presidenta

Carmen Martínez Rodríguez
Secretaria

Nora Balmaceda
Vocal



**MARCO
LEGAL**



Nuestra empresa estará constituida por cuota fija debido a que nuestros montos de facturación entran en ese régimen.

Nuestra empresa estará inscrita en la DGI por persona natural para la apertura de un negocio primeramente para obtener el número ruc nos dirigiremos a la DGI y se presentarán los siguientes requisitos para la solicitud del número ruc.

- Dos fotografías recientes tamaño carnet.
- Fotocopia de la Cédula de Identidad.
- Tener 18 años o más.
- Constancia y/o notificación de CONMEMA o DGI; o cualquier documento formal que certifique la tenencia o gestión de un negocio a nombre del solicitante.
- Trámite debe ser realizado personalmente.

El siguiente formato se llenara para la solicitud.

PARTE I PERSONA JURÍDICA INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

“No. Proveedor” : Esta casilla será llenada exclusivamente por la Dirección de Contrataciones del Estado

“Fecha” : Escriba en forma numérica y en el orden de : día, mes y año la fecha de solicitud para inscribirse en el Registro Central de Proveedores.

Ejemplo : 23 12 2000

“No. del RUC”: Escriba el número del RUC conforme está escrito en su cédula RUC.

“No. de Cédula”: Escriba el número de Cédula del Representante Legal de la empresa conforme está escrito en su cédula de identidad.

“Razón Social” : La razón social completa de la empresa, conforme aparece registrado en la Escritura de Constitución y/o Registro Mercantil.

“Fecha de Constitución” : Llene la fecha de constitución de la empresa, en forma numérica y en la forma : día, mes y año como lo indica la Escritura de Constitución

“Nombre del Establecimiento” Escriba como se conoce el negocio para los fines comerciales.



"Siglas" : Escriba las siglas de su establecimiento

"Nombre del Representante Legal" : Escriba el nombre completo del Representante Legal, conforme lo describe la escritura de constitución de la empresa.

"Correo Electrónico" : Escriba su dirección de Correo Electrónico.

"Dirección" :Escriba la Dirección o Domicilio exacto de la empresa.

"Departamento" : El nombre del Departamento en que se encuentre ubicada su empresa.

"Municipio o Distrito" : El nombre del Municipio en donde se encuentra ubicada la empresa. Para los solicitantes de la ciudad de Managua escribirán el número del Distrito en el que está situada su empresa.

"Teléfonos" : Los números de teléfonos.

"Fax" : El número de fax.

"Apdo. Postal" : El número del Apdo. Postal.

"Otras Sucursales" : Si la empresa tiene otras sucursales en el país anotar los datos en el siguiente orden :

"Departamento" : El nombre del Departamento en que se encuentre ubicada la sucursal.

"Municipio o Distrito" : El nombre del Municipio en donde se encuentra ubicada la sucursal. Para las sucursales del ciudad de Managua escribirán el número del Distrito al que pertenece la sucursal.

"Dirección" : Escriba la Dirección o Domicilio exacto de la sucursal.

"Teléfono" : Los números de teléfonos.

"Fax" : El número de fax.

"No. INSS patronal" : Anote su número patronal.

"Actividad Económica"

"Bienes y Servicios" Marque con una "X" según ofrezca bienes o servicios o ambas si es el caso.

Obras: Si ejecuta obras de construcción.

"Licencia de Operación MTI y ALCALDIA Debe anotar :

"No." Número asignado a la licencia del MTI y Alcaldía



"Fecha de Emisión" en forma numérica y de la siguiente manera : día, mes y año, ejemplo : 12 11 2000

"Fecha que Vence" en forma numérica y de la siguiente manera : día, mes y año, ejemplo : 13 11 2000

"Categoría"

Marque con una "X" la categoría o categorías de la empresa según sea : Fabricante, Representante, Mayorista, Importador, Minorista o Distribuidor, Constructor, Consultor, Servicios Varios.

"Información de la Empresa"

"Banco" : Escriba el nombre del Banco en el que usted desea que se le deposite el pago de la venta de sus bienes y/o servicios que ofrece.

"Sucursal" : Anote el nombre de la sucursal del Banco.

"No. de Cuenta" : El número de su cuenta corriente del Banco.

PARTE II BIENES, OBRAS O SERVICIOS

"Código de Catálogo" : Esta columna será llenada por la Dirección de Contrataciones del Estado.

"Descripción de los Bienes, Obras o Servicios que ofrece" : Descripción detallada del inventario de los bienes que vende, servicios que ofrece, obras que realiza. En caso, que la empresa ofrezca bienes y servicios a la vez deberá detallar primero los servicios y luego los bienes.

PARTE III CONTRATACIONES DEL ULTIMO AÑO CON EL SECTOR PUBLICO

"Fecha" : Escriba en forma numérica y en el orden de : mes y año la fecha en que realizó el contrato.

"Organismo" : Anote el nombre del organismo del Estado, donde realizó su contrato de bienes, servicios u obras.

"Referencia" : Ya sea el número del contrato, licitación, factura que firmó con el Organismo; El numero de la escritura



pública ó documento privado con el cual firmo contrato con persona natural o jurídica del sector privado.

"Descripción" :La descripción detallada del contrato realizado.

"Monto" :El monto total del contrato realizado (en moneda nacional ó extranjera según sea el caso).

La empresa estará inscrita en MYPYME porque brinda muchos beneficios de incentivos fiscales y programas de apoyo a continuación se presenta los siguientes pasos para inscribirla:

a) Compramos dos libros Order Book que sirven para llevar la contabilidad básica, estos pueden ser comprados en cualquier librería y son llamados:

El Libro diario (aquí se registran los ingresos y gastos diarios del negocio)
El Libro Mayor (registramos el consolidado de ingresos y gastos mensuales).

b) Después de comprar los libros,

vamos a el banco que nos quede más cerca y ahí pagamos la cantidad de C\$ 50.00 (cincuenta córdobas) por la inscripción de los dos libros y el foliado de los mismos.

c) Luego iremos a El Registro Mercantil.

Es muy importante inscribir la empresa en el Registro Mercantil en la medida en que nosotros estemos legalizados, será mucho más fácil conseguir el auxilio de las autoridades en caso de cualquier estafa o incumplimiento por parte de los compradores de nuestros bienes y servicios, esta es la mejor manera de proteger nuestra contratos de compra y venta de bienes y servicios.

Para inscribirse en el Registro Mercantil se realizan los siguientes pasos:

Nuestra empresa estará hecha bajo una escritura pública:

Anexaremos a la solicitud en papel sellado, una copia de la Escritura Pública. Mostraremos la minuta de cancelación obtenida por el banco.



**MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO
DIRECCIÓN GENERAL DE CONTRATACIONES DEL ESTADO
REGISTRO CENTRAL DE PROVEEDORES**

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN PERSONA JURÍDICA

**DEPOSITAR COSTO DEL TRAMITE EN BANPRO:
TGR-CONTRATACIONES DEL ESTADO 100 1000 4431 263**

De conformidad a lo establecido en el Arto. 11 y 20 de la Ley # 323 de Contrataciones del Estado, solicito la Inscripción en el Registro Central de Proveedores que administra esa Dirección

General de la Empresa: _____

ACTIVIDAD PRINCIPAL A INSCRIBIR: _____

Requisitos:

1. Llenar Parte I, II, III Formulario y Parte IV para el caso de ser Representante de Empresas Extranjeras al que deberá agregar los poderes de representación autenticados por el Ministerio de Relaciones Exteriores
2. Escritura de Constitución y Estatutos debidamente inscrita en el Registro Mercantil
3. Poder de Representación Legal debidamente inscrita en el Registro Mercantil
4. Declaración Notarial de NO ENCONTRARSE EN CONVOCATORIA DE ACREEDORES, QUIEBRA O LIQUIDACIÓN, NO ENCONTRARSE EN INTERDICCIÓN JUDICIAL Y NO ESTAR SUJETO A LAS PROHIBICIONES ESTABLECIDAS EN LA LEY 323 (Ley de Contrataciones del Estado), Arto. 11 y 12 de la Ley
5. Licencia Municipal de la Alcaldía del presente año o Acuerdo de Pago en su caso
6. Licencia del MTI y Constancia de Vigencia para el caso de Empresas Constructoras
7. Fotocopia de Títulos Profesionales en casos de Empresas que ofrecen los SERVICIOS DE CONSULTORÍAS Y ASESORÍAS
8. Constancia emitida por la DGI donde se manifiesta que se encuentra inscrito y solvente como Contribuyente
9. Fotocopia de recibo de pago del INSS o Declaración Notarial de no tener personal bajo cargo
10. Fotocopia de Número RUC de la Empresa y Fotocopia de Cédula de Identidad del Representante Legal de la Empresa (o constancia de tramite de cédula extendida por el Consejo Supremá Electoral)
11. Declaración IR último año, Balance Inicial en caso de apertura, Cierre Fiscal y Balance Inicial en caso de cierre temporal de la empresa, según sea el caso
12. Presentar carta de autorización del Representante Legal (cuando el proveedor se haga presentar por terceras personas) donde se delegue a la persona encargada de la tramitación y retiro de certificada y deberá adjuntarse a la carta fotocopia de identidad del tramitante.
13. En caso de ser tramitado por Entidades Públicas, deberá adjuntarse carta de autorización debidamente firmada por el Representante Legal de la Empresa

LOS DOCUMENTOS CONSTITUTIVOS Y LICENCIAS DEBERAN SER PRESENTADOS EN ORIGINAL Y FOTOCOPIA

PARTE I - PERSONA JURÍDICA INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	No. Proveedor: <small>(Para Uso Interno)</small>		Fecha ____/____/____	No. RUC DE LA EMPRESA -----		No. Cédula del Representante Legal: -----		
	RAZON SOCIAL					FECHA CONSTITUCIÓN: ____/____/____		
	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO					SIGLAS:		
	NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL:					CORREO ELECTRÓNICO:		
	DIRECCIÓN							
	DEPARTAMENTO		DISTRITO O MUNICIPIO		TELEFONOS		FAX	APDO. POSTAL
	OTRAS SUCURSALES:				DIRECCION		TELEFONOS	FAX
	DEPARTAMENTO		MUNICIPIO O DISTRITO				TELEFONOS	FAX

COTIZA AL INSS PATRONAL? SI _____ NO _____ No. INSS: _____	ACTIVIDAD ECONOMICA: BIENES _____ SERVICIOS _____ OBRAS _____	LICENCIA DE OPERACIÓN MTI No: _____ Fecha Emisión: _____ Fecha Vence: _____	CATEGORÍA		
			Fabricante:	Representante:	Constructor:
			Mayorista:	Importador:	Consultor:
			Minorista:	Distribuidor:	Servicios
					Varios:

IV. LISTADO DE EMPRESAS REPRESENTADAS	MATRICULA ALCALDÍA No: _____ Fecha Emisión: _____ Fecha de Vencimiento: _____		INFORMACIÓN DE LA EMPRESA BANCO: _____ SUCURSAL: _____ No. CUENTA: _____		
	CODIGO DE CATALOGO		DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES, OBRAS O SERVICIOS QUE OFRECE		
	RAZON SOCIAL DEL PROVEEDOR EXTRANJERO: <small>(Para Uso Interno)</small>		NOMBRE DEL RESPONSABLE DE LA RAZON SOCIAL EN EL EXTRANJERO		
	DIRECCION:		CIUDAD:	PAIS:	TELFs:
CORREO ELECTRÓNICO:		Distribuidor Exclusivo:	FAX:	APDO POSTAL:	
FECHA	ORGANISMO SECTOR PUBLICO	REFERENCIA <small>(No. CONTRATO o FACTURA)</small>	DESCRIPCIÓN <small>(SI, NO)</small>	MONTOS \$ <small>(si el monto es en US poner el tipo de moneda de la fecha del contrato)</small>	
Mes / Año					

FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL.

1. Llenar Parte I, II, III Formulario y Parte IV para el caso de ser Representante de Empresas Extranjeras al que deberá agregar los poderes de representación autenticados por el Ministerio de Relaciones Exteriores
2. Escritura de Constitución y Estatutos debidamente inscrita en el Registro Mercantil
3. Poder de Representación Legal debidamente inscrita en el Registro Mercantil

III Formulario y Parte IV para el caso de ser Representante de Empresas Extranjeras al que deberá agregar los poderes de representación autenticados por el Ministerio



MANUAL MARCA



Este manual recoge las normas básicas de aplicación de la imagen corporativa de CANESUU.

Mediante la unidad de diseño y el tratamiento gráfico claramente definido en él, obtendremos una imagen homogénea y diferenciada cualquiera que sea el soporte. Así pues, las normas que a continuación se desarrollan se consideran de obligado cumplimiento como garantía de que la imagen de CANESUU quede definida de acuerdo con sus objetivos. Es evidente la imposibilidad de contemplar la totalidad de los supuestos de aplicación que se puedan generar; no obstante, los que se consideran más inmediatos y que se incluyen en este manual, deben seguirse rigurosamente.

Para evitar posibles errores de interpretación se incluyen en soporte informático los elementos gráficos para su reproducción, en diferentes formatos, así como los artes finales de la totalidad de los impresos recogidos en el mismo.

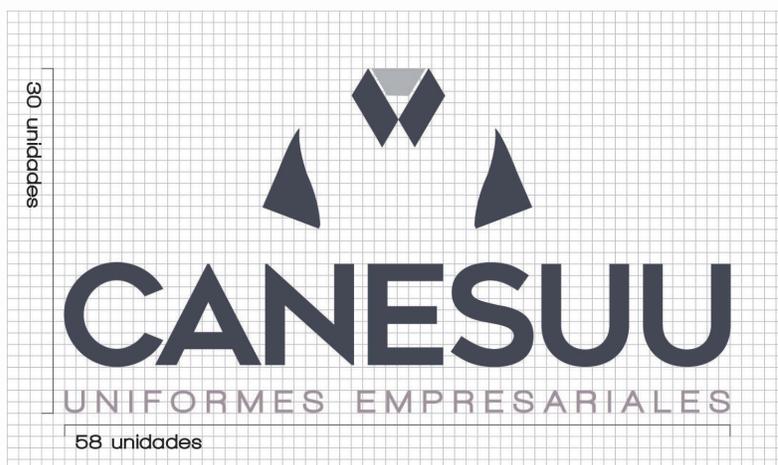
Logotipo

Por medio del plano técnico del logotipo y de sus partes es posible mantener fielmente las proporciones de los elementos de identidad en las diferentes aplicaciones y formatos.

La disposición y proporciones serán únicamente las aquí representadas. La versión completa, que incluye la denominación de la institución, será la de uso preferente.



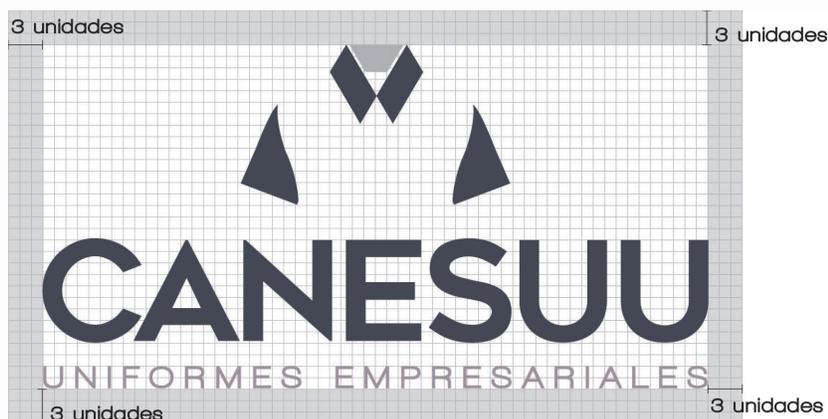
La cuadrícula esta formada por unidades de 1mm cada una. El logotipo mide 30 unidades de alto por 58 unidades de largo.





Área de seguridad

El área de seguridad, representada por el fondo gris y proporcional al tamaño de reproducción, se refiere al espacio que debe permanecer libre alrededor de la marca sin que ningún otro elemento rebase este límite para evitar la contaminación visual del logotipo.





Espacio indicado entre los elementos del logotipo





Versiones cromáticas del logotipo

Siempre que sea posible se utilizará el logotipo en su versión prioritaria a color, Sin embargo presentamos otras variables de color que se pueden aplicar



Version
Full Color



Version
Gris



Version
Positiva



Version
negativa



Usos incorrectos del logotipo

En ningún caso se podrán emplear otros colores que no sean los especificados en el punto anterior. No se permite la aplicación de efectos gráficos ni deformaciones.



Variación de Color



Efectos Indeseados



Efectos Indeseados

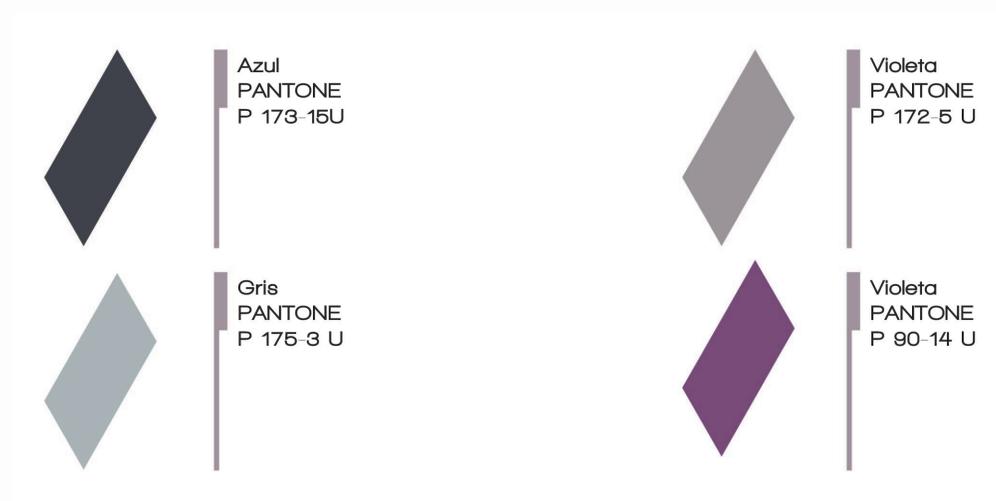


Deformación e invasión de espacio



Colores corporativos

Los colores corporativos son el azul PANTONE P 173-15U, el gris PANTONE P 175-3 U, violeta PANTONE P 172-5 U y el Violeta PANTONE P 90-14 U. Siempre que sea posible se utilizarán estos colores en impresión directa. En los casos en que se imprima en cuatricromía o se reproduzca en RGB los valores serán los expresados en las muestras siguientes.





Tipografía de la marca

La familia tipográfica corporativa de la marca es Geometos para la palabra "CANESUU" y Walkway Ultrabold para la frase "Uniformes Empresariales".

GEOMETOS

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890**

Walkway Ultrabold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Tipografía complementaria

Es la Walkway Black en todas sus variantes menos en las versiones condensadas. Esta familia tipográfica es la que se utilizará preferentemente para la elaboración de documentos por sus grandes cualidades en cuanto a legibilidad y claridad. También utilizamos en los titulares Bebas Neue

Walkway Black

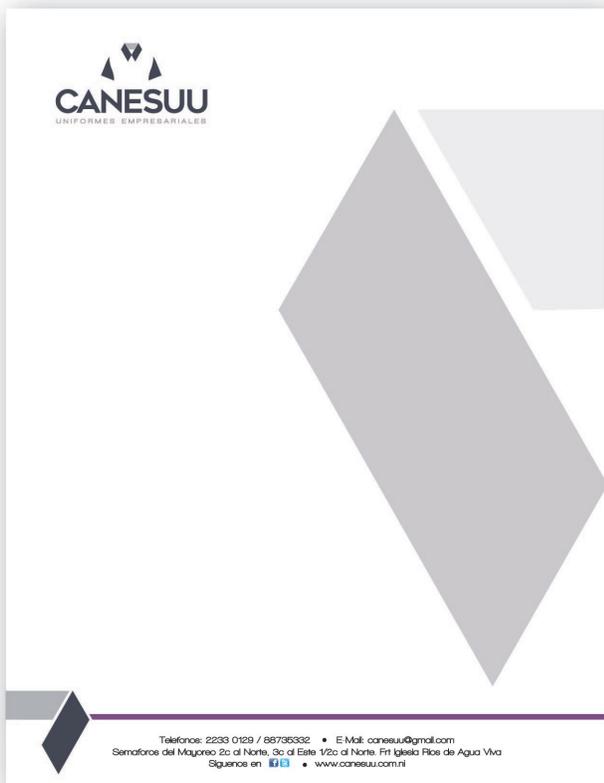
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

BEBAS NEUE

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890**



Papeleria






UNIFORMES EMPRESARIALES

Telefonos: 2233 0123 / 88735332
 Semáforo del Mayorío 2o al Norte, 3o al Este 1/2o al Norte.
 EMPRESA CUOTA FUA RUC N° 00106049004L
 Katherine Saguay Tovar Romero Cédula N° 001 060494 004L

CLIENTE: _____ ATENCIÓN: _____ FECHA: _____ TELEFAX: _____		REMISIÓN N° 00001	
		VENDEDOR <input type="checkbox"/> CONTADO <input type="checkbox"/> CREDITO <input type="checkbox"/> PLAZO _____	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	CANTIDAD
TOTAL			

RECIBI - FABRIK ENTREGUE - CLIENTE


UNIFORMES EMPRESARIALES

Telefonos: 2233 0123 / 88735332
 Semáforo del Mayorío 2o al Norte, 3o al Este 1/2o al Norte. F11 Iglesia Fide de Agua Viva
 EMPRESA CUOTA FUA RUC N° 00106049004L
 Katherine Saguay Tovar Romero
 Cédula N° 001 060494 004L

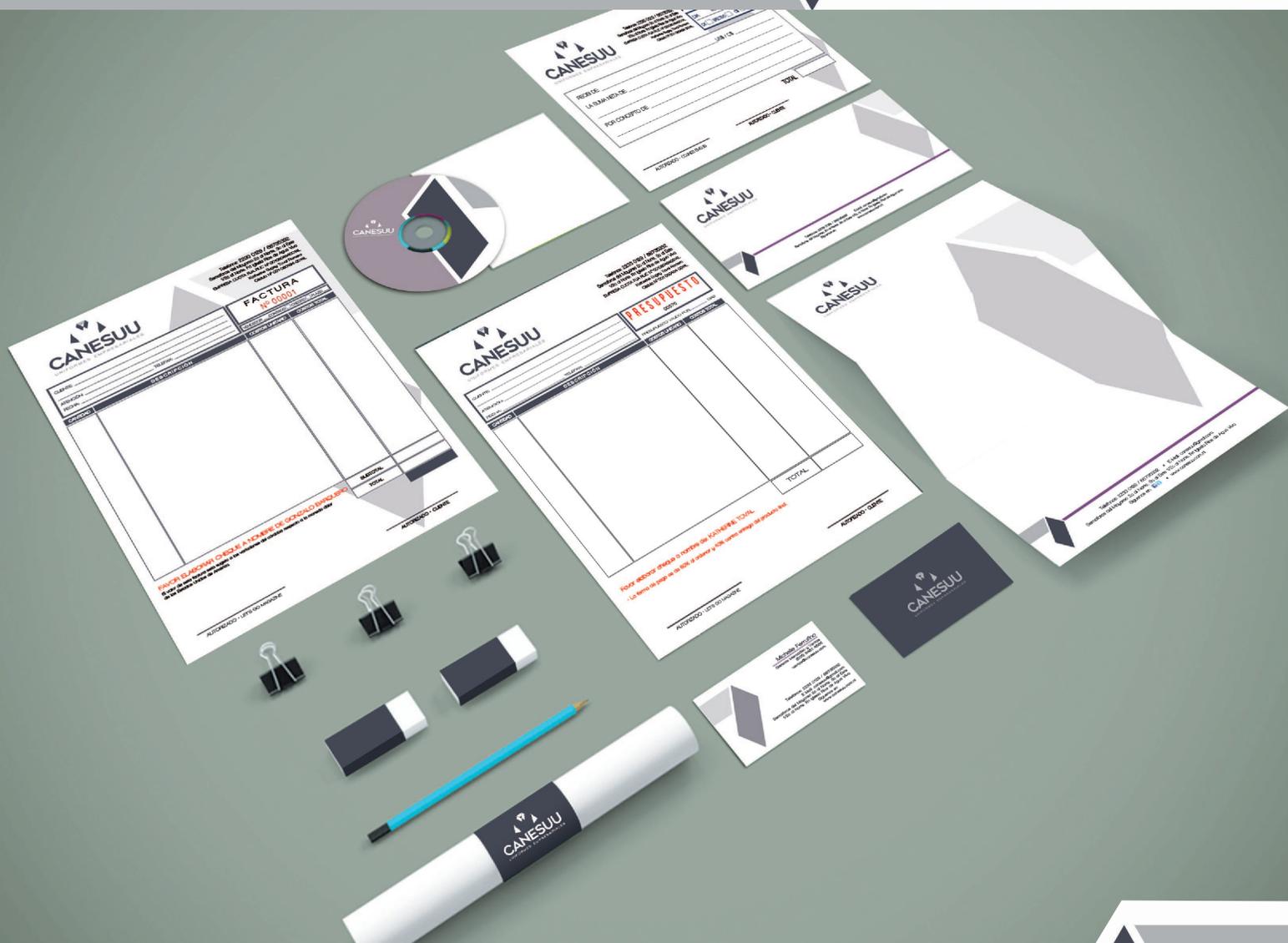
RECIBO N° 00001

DÍA	MES	AÑO	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> EFECTIVO <input type="checkbox"/> C\$ <input type="checkbox"/> US\$ <input type="checkbox"/>

RECIBI DE: _____ US\$ / C\$ _____
 LA SUMA NETA DE: _____
 POR CONCEPTO DE: _____

TOTAL

AUTORIZADO - COLINES BNCUB AUTORIZADO - CLIENTE







CONCLUSIÓN



CONCLUSIÓN

Si siguiendo este plan, CANESUU cumplirá con sus objetivos de ventas, aumento de plazas de trabajo, crecimiento de producción y objetivos financieros.

La investigación de mercado nos confirma que el producto de uniformes tiene una participación actual y a su vez una demanda, encontramos también inconsistencia en el mercado como es la atención personalizada, garantía, servicio delivery y precios competitivos, siendo estos distinguos que nos sobre salta en el mercado, datos importante a resaltar es la cantidad de empresas que deseamos captar por ser un mercado indeciso siendo este de 11.6% equivalente a 17 empresas mensuales, esto en un mes promedio sin embargo habrán meses altos y meses bajos por la demanda del producto por temporada.

La proyección de venta está ligada con los datos arrojados por las encuestas, aportando gran información que nos permite definir precio de introducción de mercado en relación a la competencia directa y proyectar las ventas según demanda. Precios como Camisas Confeccionadas 18\$, camisas Oxford 16\$ y camisas estilo polo 12\$, son fijados con estrategias de introducción al mercado enfocándonos en nuestra competencia más fuerte con 1\$ debajo de los precios de esta, tomando en cuenta estos precio y el consumo aparente que son 17 empresas promedio por mes adquiriendo 40 uniformes por empresa y segmentando según la demanda de cada producto por las empresas, esto en nuestras proyecciones de ventas en los meses intermedios se realiza una facturación de 10,080\$ equivalentes a 302,400C\$, en los meses altos con una captación de 22 empresas hay una facturación de 13,120\$ equivalente a 393,600C\$ y en los meses bajos captando



a 15 empresas hay una facturación de 8,960\$ equivalente a 268,800C\$, obteniendo así una facturación total en el año de 121,120\$ equivalentes a 3,633,600C\$, CANESUU cumple con sus objetivos de ventas aumentando en el segundo año sus ventas en un 10% y procede a regular su precio en relación a su competencia directa incrementando 1\$ al precio de introducción, a largo plazo las proyecciones de ventas son muy fructíferas facturando en el año cinco 5,649,296.40C\$.

La creación de CANESUU es real con un capital de inversión de 380,000C\$, los cuales 120,000C\$ es aportación de las creadoras del plan y 260,000C\$ aportado por un socio externo de la empresa, es importante destacar que es un plan de negocio viable porque desde el primer año el negocio subsistirá por si solo y generará ganancias el primer año e ira incrementando cada año, el TIR y el VAN nos muestra que el monto de inversión será recuperado en su totalidad en el año 4 obteniendo en este 488,479.06C\$. El estado de resultado también nos presenta que con la proyección de venta y el método de facturación se logran los objetivos financieros de CANESUU.

La oportunidad de crecimiento en CANESUU es ilimitado, las estrategias de marketing, organización de la empresa, contratación de personal, capacitaciones, tecnología de punta, proyecciones de ventas y constitución legal cada una indispensable, representan un engranaje funcional para ser una compañía con potencial.