

## ESCUELA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

---

### *PLAN DE NEGOCIO*

### *“ARTE PINOLERO S.A.”*

---

+

#### **TUTORES:**

- ❖ Msc. Lizbeth Mejía Martínez
- ❖ Msc. Marbell Guzmán Potosme

#### **INTEGRANTES:**

- ❖ Br. Alexandra Armas Espinoza (Economía Gerencial)
- ❖ Br. Ninoska de Fátima Borge (Economía Gerencial)
- ❖ Br. Álvaro Ramón Galeano Flores (Administración de Empresas)
- ❖ Br. Marvin Antonio Suarez Potoy. (Administración de Empresas)
- ❖ Br. Harvy Josue Salinas Potoy (Administración de Empresas)

**MANAGUA, NICARAGUA DICIEMBRE 2018**

## Contenido

<b>Dedicatoria</b> .....	6
<b>Agradecimiento</b> .....	7
<b>Historia del Proyecto</b> .....	9
<b>1. Objetivos</b> .....	12
1.1 Objetivo General del plan de Negocio.....	12
1.2 Objetivos Específicos.....	12
<b>2. Aporte del Proyecto a la Economía Local/ Nacional</b> .....	13
<b>3. Perfil Estratégico</b> .....	14
3.1. Misión .....	14
3.2. Visión.....	14
<b>4. Plan de Marketing</b> .....	17
4.1. Análisis del entorno y sector.....	17
4.2. Ambiente Económico.....	18
4.3. Ambiente Socio Cultural.....	18
4.4. Ambiente Político Legal .....	19
4.5. Ambiente Tecnológico.....	20
4.2 Análisis del Sector .....	21
4.2.1 Amenaza de nuevos ingresos.....	21
4.2.2 Poder de Negociación de los proveedores .....	21
4.2.3 Poder de negociación de los compradores.....	21
4.2.4 Rivalidad competitiva.....	21
4.2.5 Productos sustitutos .....	22
4.3 Investigación de Mercados.....	22
Informe de investigación .....	22
Metodología.....	25
4.4 Decisiones Estrategia de Marketing.....	31
4.4.1 Descripción del Servicio .....	31
4.4.2. Análisis de la Competencia: .....	36
4.4.3. Objetivos de Marketing: .....	39
4.4.4. Descripción del Mercado Meta:.....	40
4.4.5 Demanda y Participación de Mercado:.....	40
4.4.6 Estrategia de Marketing:.....	41
4.4.7 Plan de Acción.....	44

4.4.8. Proyecciones de Ventas: .....	47
Acción.....	47
<b>5. Plan de Producción.....</b>	<b>49</b>
<b>6. Plan de Organización.....</b>	<b>52</b>
6.1. Forma de la empresa .....	52
6.2 Estructura Organizacional.....	54
<b>7. Plan Financiero .....</b>	<b>59</b>
<b>8. Referencias Bibliografía .....</b>	<b>66</b>
<b>9. Anexos .....</b>	<b>69</b>
<b>10. Glosario.....</b>	<b>99</b>

## Resumen Ejecutivo

Este proyecto consiste en la elaboración de una Página Web llamada ARTE PINOLERO, S.A, destinada principalmente a la publicidad y venta de productos artesanales elaborados a mano, los cuales se detallaran en 4 líneas; Artesanías, Hamacas, Muebles y Dulces, serán distribuidos a personas naturales o empresas que estén interesados en la comercialización del producto dentro y fuera del país.

Actualmente en nuestro país la economía se ha visto devastada por casi cinco meses, la actividad del país ha caído un 12.1% en comparación al año anterior, algunas empresas están implementando estrategias como rediseñar el giro del negocio, para continuar operando a nivel nacional.

Un proyecto en línea es una oportunidad porque se tiene menos riesgos e inversión, el comercio electrónico permite crear marca a través de blogs y redes sociales, es un negocio abierto las 24 horas, no se tiene limitación geográfica, permite la reducción de gastos, se conoce mejor al cliente, también permite la rapidez en el pedido.

El presente trabajo consta de siete capítulos, donde se detallan los procesos de investigación, análisis y conclusión del estudio dirigido a la creación de una nueva empresa.

En el primer capítulo se encuentra una breve reseña histórica de cómo surge la idea inicial, los objetivos tanto generales como específicos del proyecto y un breve resumen ejecutivo. En el segundo capítulo encontramos el aporte del proyecto a la economía nacional. En el tercer capítulo hablamos del perfil del proyecto, en donde se encuentra la misión, la visión y la estrategia del negocio.

En el cuarto capítulo se encuentra el plan de marketing, análisis del entorno externo y del sector, abordamos el estudio de mercado el cual trata de la metodología utilizada en la

investigación. Es decir, los objetivos buscados en la misma, algo muy importante que se apreciar en este capítulo es la participación de la competencia en el mercado y la superioridad competitiva de Arte Pinolero, S.A

El quinto capítulo habla del servicio y de la línea de los productos que ofrecerá Arte Pinolero de como estarán detallados en la página web.

En el sexto capítulo abordaremos el Plan de Organización, aquí se detallara la estructura de la empresa, en el cual indican las funciones específicas de los puestos y obligaciones con la empresa.

En el séptimo capítulo se puede ver cómo estará soportada financieramente la empresa, donde se detallan un balance general, un estado de resultado, un punto de equilibrio, flujo de efectivo y por supuesto el periodo de recuperación de la inversión.

Y finalmente se presenta el capítulo legal de la empresa en el cual se puede ver la forma jurídica que se constituirá la empresa (sociedad anónima) con un capital social de un mil quinientos quince con 15/100 dólares (U\$1,515.15), representado por cien (100) acciones comunes, nominativas e inconvertibles al portador, con un valor nominal de quinientos córdobas (U\$15.15) cada una, otorgando iguales derechos y obligaciones a los tenedores.

## Dedicatoria

Dedico este plan de negocio primeramente a Dios por darme la vida, la fuerza y sabiduría necesaria para emprender este sueño, a mi madre que ya no está físicamente conmigo pero siempre creyó en mi capacidad y empeño, sé que desde el cielo ella está orgullosa, sin sus consejos no sería la persona que soy ahora, a mi esposo y a mis hijos que pese a cualquier dificultad y adversidad siempre me han apoyado y han creído en mí y en el éxito que alcanzaremos juntos. **(Alexandra Armas)**

Dedico este plan de negocios a mi abuelita que siempre estuvo apoyándome, dándome fuerzas para seguir adelante y a mi madre por ser ese pilar que me motiva cada día para seguir creciendo como persona y profesionalmente. **(Ninoska Borge)**

Quiero dedicar este trabajo a mi mama que me ayudo en todo momento, por siempre estar ahí apoyándome y es gracias a ella que hoy puedo culminar satisfactoriamente este plan de negocios. A mis profesores que desde mi primer año en la universidad extendieron su mano amiga para cualquier duda o consulta y así fortalecer mis conocimientos sobre la carrera. **(Álvaro Galeano)**

Dedico este plan de negocio a mi familia ya que gracias a ella pude llegar hasta donde estoy. A mis padres esencialmente por darme ese apoyo incondicional, por siempre darme una mano cuando más los necesité así que el presente trabajo va especialmente dedicado a ellos. **(Marvin Suarez)**

A mi padre por su invaluable apoyo, por su cariño y ayuda incondicional. A mi madre por haberme dado la vida y siempre creer en mí y a mis hermanos por lo que representan para mí y por ser parte fundamental en mi vida. **(Harvy Salinas)**

## Agradecimiento

Agradezco a Dios por permitirme llegar hasta este punto de mi vida y culminar este proyecto pese a todas las dificultades que nos enfrentamos en el camino, superado muchos obstáculos y redefiniendo el rumbo del mismo. Dios siempre ha estado en mi vida y me ha dado la salud, las fuerza y sabiduría necesaria para culminar con éxito este sueño, gracias Dios y puedo decir que “Hasta aquí tú me has Ayudado”.

Agradezco con todas las fuerzas de mi corazón a mi querida Mami por enseñarme a ser una mujer fuerte ante cualquier circunstancia, ella siempre me demostró con su ejemplo de fortaleza y perseverancia que todo es posible si podemos creer en Dios y principalmente enseñándome a ser una persona de buenos valores, principios y justicia.

De igual forma agradezco a mi esposo por ser mi apoyo y darme el ánimo necesario para seguir adelante, el siempre creyó en mí, a mis hijos por ser el motor que me impulsaron a culminar este sueño,” Los amo”

De igual manera agradezco a tod@s l@s profesore@s que me apoyaron en mi carrera y supieron enseñarnos para llegar así a culminar este periodo de mi vida, gracias por su noble esfuerzo. **(Alexandra Armas)**

Agradezco a Dios por brindarme sabiduría, paciencia, y mucha fe, para poder culminar esta etapa importante en mi vida, a mi madre, a mi novio, a los docentes, que contribuyeron con mi formación académica. **(Ninoska Borge)**

Agradezco a Dios por darme la fortaleza, la salud, la fuerza y sabiduría de poder culminar exitosamente nuestro plan de negocios, por ayudarme en cada año cursado a seguir adelante y poder seguir aprendiendo cada día, sobre todo por ayudarme a ser mejor tanto en lo moral como en lo profesional. También agradezco a mis padres que sin su ayuda

fundamental no sería posible estar aquí y llegar hasta este punto. ¡Gracias totales! (**Álvaro Galeano**)

Este trabajo está dedicado a Dios primeramente y luego a todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice y se espera que la artesanía sea reconocida más cada día por todos, que no se pierdan sus costumbres, sus tradiciones y sus raíces.

(**Marvin Suarez**)

Gracias a Dios por permitirme y darme salud, a mi familia por apoyarme en cada decisión y estar conmigo desde el inicio hasta el final. Gracias especialmente a mis padres por llegar a ser quien soy y por permitirme cumplir con excelencia el desarrollo de este plan de negocios.

Gracias a mi mama por creer en mí y por estar siempre conmigo. (**Harvy Salinas**)

## Historia del Proyecto

La idea de negocio nace a comienzos de Marzo 2018, observamos que en Nicaragua el comercio de las artesanías iba en aumento, lo cual nos motivó a crear un proyecto de comercio electrónico, ya que en nuestro país aún no se ha explotado al máximo y tampoco se ha posicionado en primer lugar en ventas, vimos una oportunidad para mostrar la historia de los artesanos por medio de un blog, como fueron sus inicios, además de la venta de los productos. Permitiendo que los artesanos sean reconocidos a nivel internacional, mostrando la creatividad, mejorando el sector turístico de esta manera motivaría a la gente a visitar y comprar en nuestro país.

Por consiguiente estábamos hablando de productos nuevos para diversos mercados internacionales, pretendíamos explorar una nueva forma de comercialización de productos artesanales que serían destinados a la comercialización, y en el cual nuestros principales proveedores serían los artesanos de la ciudad de Masaya y sectores aledaños, (sur de Nicaragua).

Crearíamos una plataforma Web llamada ARTE PINOLERO S, A. destinada principalmente a expandir la exportación y aumentar las ventas de los artesanos. Desde una pequeña pieza de barro hasta un mueble, para personas naturales o empresas que se interesaran en las diferentes variedades de artículos decorativos elaborados cien por ciento a mano de nuestros artesanos, para ser comercializados en Nicaragua y el extranjero.

Pero lamentablemente nos vimos en la obligación de cambiar el giro de nuestro proyecto, debido a una crisis sociopolítica ocurrida entre abril y mayo del 2018, donde los mayores afectados fueron los comerciantes de Masaya. La mayoría de los negocios fueron del sector ropa, calzado, artesanías y abarroterías del mercado Ernesto Fernández los cuales actualmente están cerrados. Desde los meses mencionados, los artesanos sufrieron una fuerte ola de saqueos, afectándolos económicamente, tanto así que algunos tuvieron que emigrar con sus familias para seguir subsistiendo.

Un comerciante, con 28 años de laborar en ese centro de compra admite que desde abril no ha hecho un solo pedido, de productos. Antes invertía semanalmente más de C\$200,000 comprando a artesanos de diferentes sectores, por eso ha reducido su personal, Lo vendedores afirman que están afectados por la ausencia de turistas extranjeros, pues según ellos, más del 60% de las ventas eran realizadas a este segmento, Siendo esto aún más perjudicial para nuestro proyecto, dado que nuestros principales proveedores serían los artesanos de esta ciudad.

En Octubre 2018, el presidente de la República remitió a la Asamblea Nacional la iniciativa de Ley, en su artículo 2 la Empresa Nicaragüense de Importaciones y Exportaciones (Enimex). Tendrá por objeto realizar transacciones de bienes y mercancías, productos y servicios en general, actuando inclusive como agente comprador y vendedor discrecional del estado.

En lo que pretende convertir a esta empresa estatal es en un gran competidor en el mercado, donde tendrá la ventaja de gozar los beneficios fiscales por ser pública, según lo contempla la propuesta.

Enimex podrá realizar transacciones de importación y exportaciones, efectuar operaciones de almacenaje y comercialización de bienes mercancías y productos en general,

además de prestar servicios de depósitos aduanero público, de servicio de transporte y participar en beneficio de sus operaciones, según la iniciativa

Tendrá una junta directiva con autonomía para operar. Se le orienta abrir sucursales en todo el país, aunque estaría, bajo la rectoría, siempre de Hacienda.

Desde que se publicaron la iniciativa de esta ley los productores y exportadores están preocupados por el efecto que podría generar en las empresas privadas de ese sector. La Asociación de productores y exportadores (APEN) advirtió que a la aprobación de la ley creadora de Enimex traería desempleo, retiro de inversión, centralización de funciones y competencias desleales, provocando mayores estragos en la economía.

Dada las circunstancias a que nos enfrentamos en la actualidad y la incertidumbre sociopolítica que existe en Nicaragua, decidimos que nuestro proyecto denominado **ARTE PINOLERO S, A**, será por el momento una plataforma Web como un portal de venta en línea en todo el territorio Nacional, con artesanías provenientes de Estelí, Jinotega, Catarina, Masaya, León, Chinandega, etc. Reduciendo así los costos de mercadeo al utilizar esta herramienta de marketing directo. Se dará publicidad y promoción en línea, por medio de catálogos, muestras de productos, estará en servicio aún fuera del horario de oficina y operará 24 horas, los 365 días del año.

*“Conservaremos siempre las posibilidades de exportación a futuro y no olvidaremos el motivo por el cual surgió esta visión”*

## 1. Objetivos

### 1.1 Objetivo General del plan de Negocio

Desarrollar un plan de negocios que promueva el crecimiento del mercado artesanal Nicaragüense, a través de una Agencia Digital o Plataforma Digital llamada ARTE PINOLERO S,A.

### 1.2 Objetivos Específicos

- Determinar el aporte del proyecto a la economía nacional
- Elaborar un plan de marketing
- Elaborar un plan de producción
- Desarrollar un plan de organización
- Desarrollar un plan financiero

## **2. Aporte del Proyecto a la Economía Local/ Nacional.**

El medio de aportar a la economía Nicaragüense, es mediante la creación de una Agencia Digital o Plataforma Digital llamada ARTE PINOLERO S, A en el cual crearemos un comercio de forma electrónica que sea bastante dinámico y accesible, en donde todos los usuarios de las diferentes redes sociales a nivel nacional puedan visualizar y acceder a las diferentes obras de artesanías.

Esta página Digital reducirá los costos a los artesanos, ellos no tendrán que invertir en un equipo de Marketing Publicitario, aumentando su nivel de ventas y beneficiando a la economía Nicaragüense.

### 3. Perfil Estratégico

#### 3.1. Misión

Brindamos un servicio interactivo de compras online de artesanías, a través de nuestra página web ARTE PINOLERO S, A, buscamos superar las expectativas de nuestros clientes, brindándoles un servicio de calidad, con personal capacitado y competente. De esta manera contribuimos al crecimiento en la productividad de nuestros artesanos Nicaragienses.

#### 3.2. Visión

Posicionarnos como una de las mejores Agencias Digitales en el mercado de ventas de artesanías online comprometida con el desarrollo sostenible, basándonos en la innovación, calidad y servicio al cliente.

### 3.3. Estrategia\_del\_Negocio (Análisis FODA)

Esta herramienta nos permitió reconocer situaciones presentes que fueron de beneficio, y otras que tomamos en cuenta para definir planes de acción que permitieron el desarrollo del proyecto. Debemos señalar que la oferta de productos innovadores y únicos es clave que podrán ser utilizados para ingresar al mercado. Sin embargo, también debemos considerar aquellas situaciones que no son favorables (debilidades y amenazas), pero que son igual de importantes para el éxito, que si no se tiene un plan de acción se puede llegar al fracaso del negocio.

<b><u>Análisis Interno</u></b>	
<b><u>Debilidades</u></b>	<b><u>Fortalezas</u></b>
<b>D1.</b> Falta de experiencia en internet <b>D2.</b> Falta de acceso a financiamiento <b>D3.</b> Marcas no registradas <b>D4.</b> Débil posicionamiento de los productos de artesanía en el mercado.	<b>F1.</b> Proceso de compra rápido y efectivo <b>F2.</b> Accesibilidad las 24 horas al día <b>F3.</b> Impulsos para las ventas <b>F4.</b> Diversificación de productos
<b><u>Análisis Externo</u></b>	
<b><u>Amenazas</u></b>	<b><u>Oportunidades</u></b>
<b>A1.</b> El cliente prefiere comprar en tienda física. <b>A2.</b> Transacciones no seguras <b>A3.</b> Competencia de productos provenientes del extranjero. <b>A4.</b> Nuevos competidores.	<b>O1.</b> Participación en ferias <b>O2.</b> Apertura a nuevos mercados <b>O3.</b> Precios Accesibles. <b>O4.</b> Empezar hacer SEO

<p style="text-align: center;">Factores Internos</p> <p>Factores Externos</p>	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p><b>F1.</b>Proceso de compra rápido y efectivo  <b>F2.</b>Accesibilidad las 24 horas al día  <b>F3.</b>Impulsos para las ventas  <b>F4.</b> Diversificación de productos</p>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p><b>D1.</b>Falta de experiencia en internet  <b>D2.</b>Falta de acceso a financiamiento  <b>D3.</b>Marcas no registradas  <b>D4.</b>Débil posicionamiento de los productos de artesanía en el mercado.</p>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p><b>O1.</b>Participación en ferias  <b>O2.</b>Apertura a nuevos mercados  <b>O3.</b>Precios Accesibles.  <b>O4.</b>Empezar hacer SEO</p>	<p><b>Ofensiva (F4,O3)</b></p> <p>Promover y vender artesanía a nivel nacional, mediante precios accesibles.</p>	<p><b>Reorientación (D1,O4)</b></p> <p>Fortalecer experiencia en internet, mediante el posicionamiento del SEO</p>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <p><b>A1.</b> El cliente prefiere comprar en tienda física.  <b>A2.</b>Transacciones no seguras  <b>A3.</b>Competencia de productos provenientes del extranjero.  <b>A4.</b>Nuevos competidores.</p>	<p><b>Defensiva (F3,D4)</b></p> <p>Impulsar adecuadamente las ventas online para fortalecer el posicionamiento de las artesanías en el mercado.</p>	<p><b>Afrontar (O1,A2)</b></p> <p>Dar a conocer nuestra página web por medio de la participación en ferias, para que los clientes se sientan seguros a realizar sus transacciones en línea.</p>

## 4. Plan de Marketing.

### 4.1. Análisis del entorno y sector

En nuestro país las artesanías son muy populares a nivel nacional, sobretodo en el sector de turismo, con las visitas de los turistas que realizaban recorridos en diferentes sectores como, granada, Catarina. Masaya estos no dudaban en comprar artesanías, generando más mercado en este sector, sin embargo a raíz de la crisis ha disminuido las visitas provenientes del extranjero por la inseguridad que está atravesando el país.

No solo el sector turismo está afectando esta crisis, han prevalecido, las pérdidas de empleos y una caída en la confianza de los consumidores y la empresa un costo social y económico, es por eso que la situación económica y social del país se deteriore en el segundo semestre, amenazando los recientes esfuerzos en la reducción de la pobreza.

### **Análisis Externo**

Según especialistas de mantenerse la crisis sociopolítica durante el resto del año la economía de Nicaragua caería. La negativa de discutir la ruta para democratizar el país, está empujando a la economía al peor de los escenarios de la última década que prevén los economistas, con una caída del Producto Interno Bruto (PIB) de entre 2 y 3 por ciento. Eso implicaría que el país pierda este año unos 916 millones de dólares. Esta crisis solo ha agudizado la desaceleración que venía registrando la economía desde el segundo semestre del 2016, afectando en gran parte para la consolidación en las ventas de artesanía por parte de los turistas que asistían a nuestros diferentes lugares de elaboración. Los extranjeros que antes nos visitaban ya no lo están haciendo. Ahora en varios países aún hay alertas de los Gobiernos advirtiendo a sus ciudadanos del peligro de viajar a Nicaragua.

## 4.2. Ambiente Económico

Antes de la crisis a la que se enfrenta Nicaragua, se tenía previsto que el PIB creciera 4.9 por ciento, pero ahora la Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social cree que caerá 3 por ciento si la crisis se extiende durante el resto del año, situación que no se descarta.

La última vez que la economía nicaragüense registró una caída fue durante la crisis mundial en 2009, los sectores más afectados, según Funides, serían el comercio con pérdidas de 673 millones de dólares; seguido del turismo con 159 millones de dólares; y la construcción con 54 millones de dólares.

Según Aráuz el “margen financiero del gobierno para financiar el aparato estatal se está agotando y ha comenzado a hacer uso de mecanismos transaccionales (recortes monetarios, emisión de deuda, etc.) en el ámbito de la política monetaria, crediticia y fiscal para sufragar compromisos externos, internos, operativos y los asegurados del INSS (Instituto Nicaragüense del Seguro Social)”.

## 4.3. Ambiente Socio Cultural

La artesanía nicaragüense se ha transmitido de generación en generación, es parte del arte tangible, porque los productos no se hacen en máquina, son hechos a mano y “tiene que ver con la identidad del país, cuyos principales productos artesanales de exportación son: la cerámica, las hamacas, los muebles, luego los textiles, etc”.

**“Consolidar las ventas en el mercado nacional era uno de los objetivos en que trabajaban los artesanos en toda Nicaragua, la razón por la que se estaban promoviendo y participando en constantes ferias en centros comerciales para llegar a los públicos metas.”**

A raíz del conflicto Social, Funides aclara que un “análisis realizado haciendo énfasis en el desempeño de la actividad económica en 2018 no descarta que los conflictos sociales se extiendan a 2019”.

La mayoría de los tramos en Masaya del sector ropa, calzado, artesanías y abarroterías del mercado Ernesto Fernández están cerrados. Arana agrega que las valoraciones del Funides se hicieron tomando como parámetros las afectaciones sufridas desde abril 2018, cuando empezó la crisis debido a la represión policial a manifestaciones cívicas.

#### 4.4. Ambiente Político Legal

La nación centroamericana, que según el Banco Mundial este año iba a ser una de las tres con mayor crecimiento en América Latina, ahora tendrá un retroceso de entre el 1,7 y el 2% y se perderán miles de empleos, según estiman los especialistas.

Mario Arana, gerente general de la Asociación de Productores y Exportadores de Nicaragua (Apen), explica a Infobae que en estas estimaciones se ven tres sectores afectados: El comercio, la construcción y el turismo

Para entender los efectos que esta crisis está teniendo en el país Arana se remonta 42 años. Dice que los estragos de la insurrección armada que derrocó en julio de 1979 a la dictadura de Anastasio Somoza Debayle y la guerra en la década de los 80 fueron tales que recién ahora el país estaba recuperando los niveles económicos de 1976.

Funides advierte que “aún concluido el conflicto, las pérdidas seguirían acumulándose en los meses siguientes, según la dinámica de recuperación de cada sector. Esto es así porque la confianza del consumidor no se recuperaría de forma instantánea (ejemplo el turismo) o por la incertidumbre en inversiones de largo plazo (ejemplo la construcción).

#### 4.5. Ambiente Tecnológico

La aspiración de incrementar las ventas y consecuentemente los ingresos de quienes se dedican a una actividad productiva, se constituyen sin duda en sus mayores aspiraciones; el sector artesanal no es la excepción, pues a más de ser una labor tan noble que busca rescatar estos elementos representativos de la cultura, quienes a ésta actividad se dedican, o al menos la mayoría de ellos, anhelan que se convierta en una fuente de ingresos sólida, permanente y en crecimiento.

Para conseguir ese crecimiento sostenido, se requiere, el establecer objetivos y metas claras en espacios de tiempo determinados, sujetos a evaluación y medición.

La importancia de establecer estrategias apropiadas implica el escoger y utilizar herramientas también apropiadas; en este aspecto como es conocido tal vez ya por muchos, una herramienta altamente efectiva está representada por las TIC's Tecnologías de Información y Comunicaciones.

Es importante destacar que la connotación entre la artesanía y la tecnología hasta ahora no ha sido la más fuerte, siendo este un tema tratado ya en múltiples ocasiones por conocedores del sector artesanal en todo el planeta, sin embargo, hoy en día es comprobable que la utilización de las TIC's ha dado resultados altamente positivos, sin alterar la característica de "manual" de la artesanía.

El comercio electrónico está acaparando a los dueños de pequeñas, medianas empresas, porque pueden vender y competir a nivel de grandes empresas, Por otro lado, también tenemos el empuje que está teniendo la compra publicitaria en redes sociales, por parte de emprendedores y dueños de pequeños negocios. El marketing digital es cada vez más una opción para los negocios, coinciden los especialistas, quienes recomiendan combinarla con el marketing tradicional.

## 4.2 Análisis del Sector

### 4.2.1 Amenaza de nuevos ingresos

La amenaza de nuevos participantes en las ventas online de artesanía es baja, debido a que los requerimientos de capital no son muy accesibles y favorables en estos momentos, debido a la crisis que enfrenta nuestro país los canales de distribución de diferentes productos han disminuido, no se está arriesgando por miedo a no tener un punto de equilibrio en las ventas.

### 4.2.2 Poder de Negociación de los proveedores

En el sector de artesanía la demanda de negociación con los proveedores es alta, ya que se encuentran alternativas, pero esto dependerá del precio y característica que nos puedan ofrecer, para llegar a un acuerdo de negociación y así nosotros brindar un servicio personalizado.

### 4.2.3 Poder de negociación de los compradores

El poder de negociación con los compradores es bajo, porque según las encuestas la mayoría de las personas prefieren comprar en mercado, sin embargo en nuestra página web facilitara la negociación ya que será fácil y rápido, y garantizaremos que el cliente quede satisfecho con la compra.

### 4.2.4 Rivalidad competitiva

La rivalidad entre competidores a nivel nacional es relativamente media, por el número de empresarios que se dedican venta de artesanía en línea, entre más concentrado este el mercado en un solo sector, la intensidad de la competencia disminuye, pero no obviamos que esta competencia se puede volver feroz debido a la experiencia que tienen en el mercado y por el tamaño de la ventas que hacen, añadiendo también la cantidad de socios que tengan. Por lo tanto podemos encontrarnos con las siguientes barreras:

- Competencia ya establecida(empresarios que se anuncian en páginas similares)
- Estabilidad en sus ventas

- Variación de productos
- Poca restricciones para competir en el mercado(favorable para nuestra plataforma)
- Precios fijos ya establecidos

#### 4.2.5 Productos sustitutos

Nicaragua se ha dedicado en los últimos años a la elaboración de diferentes tipos de arte manual. Por ello el grado de preferencia de sustitutos es relativo porque dependerá de la necesidad, entorno, preferencia y moda del consumidor.

### 4.3 Investigación de Mercados

#### Informe de investigación

##### **Antecedentes y definición del problema:**

Como antecedentes relacionados a nuestro Plan de Negocio "Elaboración de una Pagina Web llamada Arte Pinolero S.A destinada a ofrecer y vender artesanía nicaragüense", tomamos como antecedentes información sobre noticias relacionadas al tema de las ventas en línea, obteniendo de esta manera la siguiente información:

El marketing digital (conocido también como inbound marketing) tiene como objetivo principal la atracción de los clientes. En Nicaragua tiene viabilidad dependiendo del target al que se dirigida la empresa, recomiendan los expertos.

Los expertos explican que hoy en día lo que existen son tiendas virtuales, sin establecimiento físico. Esas tiendas se promueven por Facebook, YouTube, Google o Instagram. El internet es un medio eficaz que les permite a las pymes darse a conocer.

"Si tuviéramos que dar un consejo a las empresas, sería que creen su página web, el segundo paso sería tener presencia en las redes sociales. Las empresas tienen que hablar con su público, interactuar y es ahí donde entran en juego las redes sociales"

Otras formas de hacer marketing digital también son los envíos por correo electrónico. Las empresas deben enviar a las personas que están interesadas en sus productos e-mails, pero, advierten los especialistas, tienen que ser e-mail informativos, educativos y que generen un valor añadido.

Este tipo de comercio (ventas online) tiene orígenes de las ventas por catálogo; y aunque recientemente se ha visto una presencia mucho mayor de este tipo de modelo de negocios.

Incluso en el año 1994 fue cuando se comenzó con la sólida propagación de este servicio; pues para este entonces se inició con la comercialización del servicio de Pizza Hut, al igual que hoy una de las empresas líderes de este tipo de ventas; Amazon. Ambas iniciaron operaciones en el mismo año y en el mismo país, los Estados Unidos de América; por lo que podemos mencionar al país vecino como el pionero en el uso de las ventas online; y en la expansión y desarrollo de las mismas.

### **Justificación del problema:**

La distribución de artesanías a nivel nacional es importante para la economía de nuestro país, ya que representan una fuente de ingresos y reconoce las artesanías elaboradas a mano, genera empleos para la población. Sin embargo, contamos con poco conocimiento de los pequeños productores a nivel nacional, y los diferentes procesos que utilizan para distribuir sus productos.

El objetivo principal de este proyecto es apoyar a los pequeños productores de artesanía como un medio facilitador de ventas en línea a nivel tanto nacional pudiendo expandirnos a futuro a nivel internacional.

### **Necesidades de la Información:**

IncurSIONAR por primera vez en el Marketing Digital, conlleva riesgos que deberán evitarse para que el negocio funcione a largo plazo. Esto va desde el concepto de la estrategia a manejarse por parte de la administración de la empresa hasta la identificación a tiempo de las amenazas que hacen referencia a este tipo de actividad. Por tanto debemos tener en cuenta toda la información necesaria.

Vender en línea, es vincular las relaciones entre un comprador y vendedor de diferentes partes del país. Esta labor pareciera simple pero implica un empeño organizado, entrega diaria que madura sólo con la aceptación del producto en el mercado. Si bien producir y vender en el mercado local requiere de gran esfuerzo, esto implica manejar otras técnicas, procedimientos y métodos. Para las ventas en línea, lo esencial es conservar y revalorizar la actitud positiva de todo empresario, teniendo en cuenta que esto generará un crecimiento económico para la empresa y por ende para el país. Para la distribución de nuestro producto, en primer lugar debemos determinar el tipo de canal que vamos a utilizar para distribuirlos, y en segundo lugar, seleccionar los puntos de venta en donde los vamos a ofrecer o vender.

### **Objetivos de la Investigación**

#### **Objetivos Generales**

- Crear un sitio web para promover y vender las diferentes tipos de artesanías que se fabriquen en diferentes regiones, con el propósito de llegar a todos los lugares de Nicaragua.

### Objetivos Específicos

- Desarrollar una estrategia de mercado que permita analizar la oferta y demanda las ventas online.
- Describir las principales artesanías elaboradas en Nicaragua.
- Diseñar el canal de comercialización que utilizaremos para dar a conocer el producto y el posicionamiento del mismo.
- Analizar la viabilidad financiera de las ventas en línea del producto artesanal.

### Metodología

#### Tipo de investigación

Se realizó una investigación de campo en el cual se utilizaron datos cualitativos, el enfoque de la investigación es exploratoria; ya que nos permitirá tomar nuestras primeras decisiones, este es un proceso corto y vamos a invertir poco dinero, obtendremos la información de nuestros posibles compradores, sus preferencias, y situación económica; Esta se realizará por medio de una encuesta.

#### Fuentes de datos

**Primaria:** La presente investigación se realizó, con los datos obtenidos directamente de amigos, familiares, y personas en general, lo cual nos permite medir las preferencias del producto y si están dispuestos a comprar a través de una página web artesanías.

**Secundaria:** Se obtuvo información teórica de archivos digitales por medio de internet relacionados con los temas de marketing que influyen en la decisión de compra, el tamaño de la muestra, identificación de la población.

### **Población y muestra**

**Componentes de elemento:** Hombres y mujeres mayores de 20 años.

**Unidad de muestreo:** oficinas y hogares.

**Cobertura:** Managua. Tiempo: Abril 2018

**El marco de muestra** se obtuvo a través de 100 encuestas, delimitando al azar.

### **Selección de muestra**

La muestra se realizó con 100 personas, tanto hombres como mujeres de 20 a más edad, esta cifra nos ayudara a encontrar un punto de equilibrio para satisfacer las necesidades de nuestros clientes por medio de sus gustos y preferencias.

### **Instrumento de recolección de datos**

El instrumento que se utilizo fue por medio de encuestas online y físicas con 12 preguntas cerradas y abiertas, en ella describiremos productos artesanales, edad, sexo, rango de precios etc., Una vez recopilada las encuestas se tomaran los datos y por medio de graficas analizaremos la información.

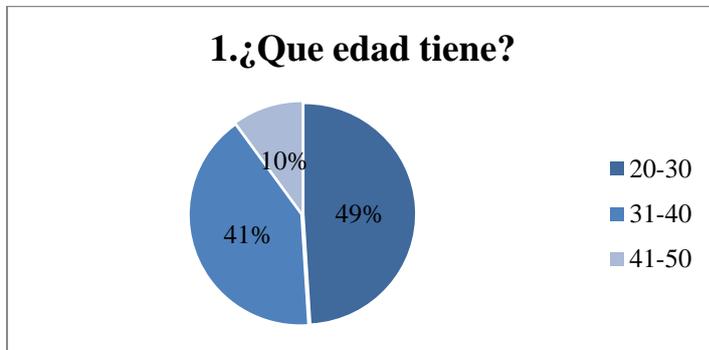
### **Análisis de Resultados**

Para obtener los resultados de las encuestas se utilizó el programa SPSS, el cual nos ayudó a introducir de una manera más rápida y dinámica los datos encontrados en las encuestas,

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

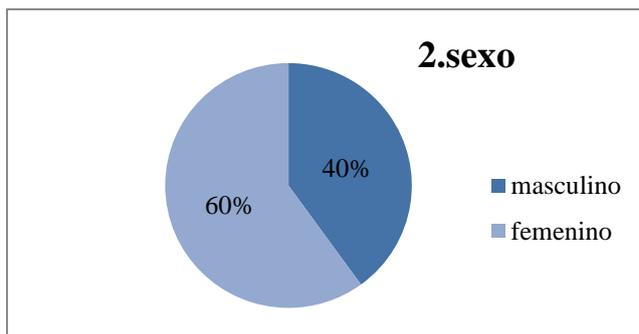
A continuación se detallan los datos obtenidos por medio de gráficos

**Gráfico 1: Edad**



De las 100 personas encuestadas, el 49% su edad oscila entre 20 a 30 años, el 41% entre 31 a 40 años y el 10% entre 41 a 50 años.

**Gráfico 2: Sexo**



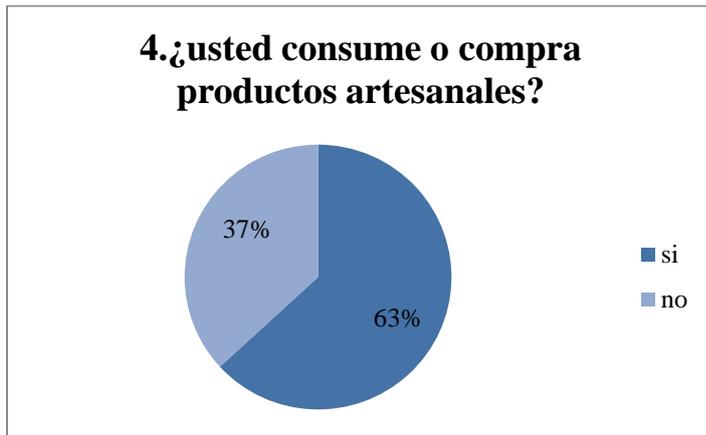
De las 100 personas encuestadas, el 60% es género masculino y el 40% es femenino.

**Gráfico 3: Conocimiento de ofertas de Artesanía en la Web**



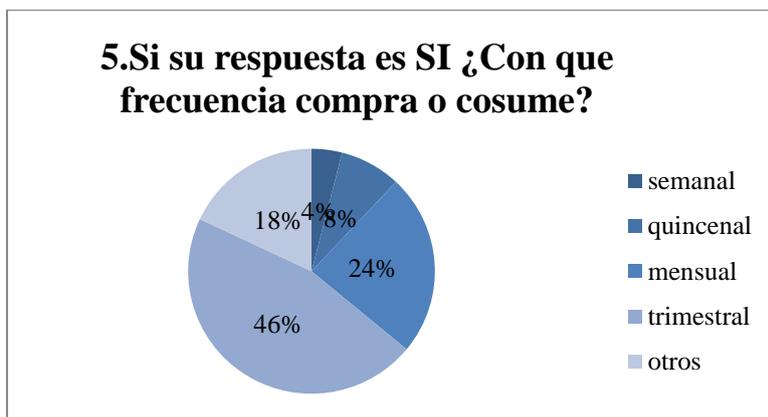
De las 100 personas encuestadas, el 66% de estas personas contestaron que si han escuchado o visto en páginas web donde se oferten artesanías nicaraguenses y el 34% contestaron que no.

**Grafico 4: Consumo**



De las 100 personas encuestadas, el 65% contestaron que si consumen o compran productos artesanales y el 35% contestaron que no.

**Grafico 5: Frecuencia de compra**



De las 100 personas encuestadas, el 46% contestaron que compran productos artesanales trimestralmente, el 24% contestaron compran mensualmente, el 18% contestaron que en cualquier ocasión, el 8% contestaron que quincenalmente y el 4% contestaron que semanalmente.

**Grafico 6: Aceptación de compra en línea**



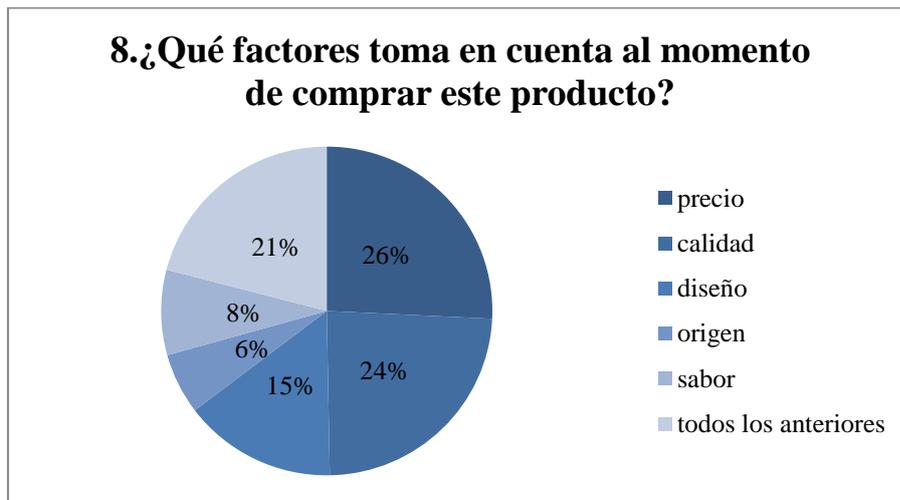
De las 100 personas encuestadas, el 68% contestaron que les gustaría tener la facilidad de comprar productos nicaragüenses a través de una página web y el 32% contestaron que no les gustaría.

**Grafico 7: Productos de preferencia**



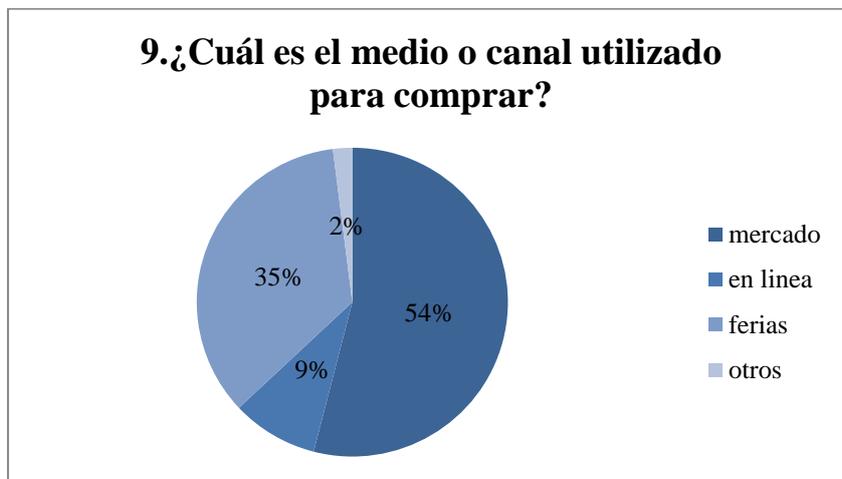
De la 100 personas encuestadas, el 24% contestaron que las artesanías es su producto de mayor preferencia, el 21% contestaron que las hamacas, el 16% contestaron que los muebles, el 15% contestaron que las rosquillas, el 12% contestaron que las cajetas, el 9% y 3% contestaron que los trajes típicos y otros productos respectivamente.

**Grafico 8: Factores a tomar en cuenta al momento de la compra**



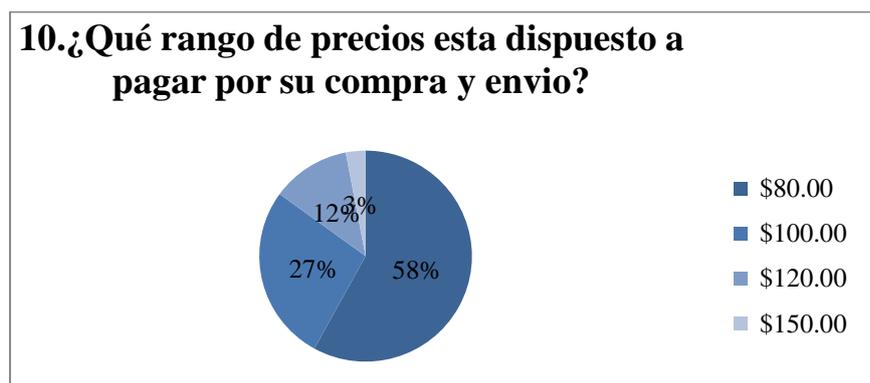
De las 100 personas encuestadas, el 26 % contestaron que el precio es uno de los factores que toman cuenta al momento de comprar un producto, el 24% contestaron que la calidad, el 21% contestaron que toman en cuenta todas las mencionadas, el 15%,8% y 6% contestaron que diseño, sabor y origen respectivamente.

**Grafico 9: Medio utilizado al momento de la compra**



De las 100 personas encuestadas, el 54% contestaron que hicieron sus compras en el Mercado, el 35% contestaron que en ferias, el 9% contestaron que en línea y el 2% contestaron que por otros medios.

Grafico 10: Rango de precios dispuesto a pagar por compra y envío



De las 100 personas encuestadas, el 58% contestaron que estarían dispuestos a pagar 80 dólares, el 27% contestaron que estarían dispuestos a pagar 100 dólares, el 12% contestaron que 120 dólares y el 3 % contestaron que 150 dólares.

#### 4.4 Decisiones Estrategia de Marketing.

##### 4.4.1 Descripción del Servicio

La empresa ARTE PINOLERO S, A encaminada al acercamiento y conocimiento de nuestra cultura. Esta es una página web eficiente, informativa y descriptiva con respecto a los productos artesanales. Cuyo principal objetivo será aumentar las ventas en línea. Garantizaremos la seguridad en las compras a través de una plataforma de pago, monitoreando cada transacción para evitar posibles fraudes. Los clientes potenciales dispondrán de un catálogo virtual, podrán acceder a videos de elaboración y producción de las manos de los artesanos. Estos productos podrán ser elegidos según la necesidad, gusto y preferencia. Se analizarán los distintos canales de distribución, futuros clientes, forma de embalaje, envío del producto y finalmente su forma de pago.

**Consultas:** Brindaremos respuestas a todas las inquietudes de nuestros clientes a través de correos, llamadas o bien si realizan preguntas en nuestra página web les responderemos con rapidez.

**Toma de pedido:** El cliente dispondrá de un catálogo virtual de los productos que ofrecemos, una vez que el seleccione su producto según la necesidad, gusto y preferencia se añadirá a un carrito virtual, en ese momento haremos llegar la cotización.

**Cortesía:** El cliente es lo principal para nuestra empresa por eso los atenderemos con toda amabilidad, queremos que el cliente se sienta parte de nuestra empresa.

**Atención:** Escucharemos al nuestros clientes, ayudaremos a que la experiencia de compra en línea sea agradable.

**Excepciones:** Arte Pinolero mediante su página web y todas su redes sociales como Facebook, Instagram, correos electrónicos, llamadas, atenderá pedidos especiales ya sea por encargo, o que el cliente requiera algún diseño en particular, estos arreglos serán rápido.

**Facturación:** Nuestras facturas y recibos serán membretadas, con el logo y su número ruc. Se aplicará el sello de cancelado y el sello general en factura.

**Pago:** Los pagos serán en línea, transferencia o depósitos.

**Nuestro nivel de producto y/o servicio se encuentra:**

ARTE PINOLERO S.A: Se encuentra en el nivel potencial, ya que podemos mejorar nuestro servicio y diferenciar nuestros productos a ofertar. Así mismo nos podemos expandir a nivel internacional.

**Servicio post-venta:** tendremos interacción con nuestros clientes atreves de llamadas o por medio de nuestras redes sociales. Realizaremos promociones de ventas, se aplicaran descuento para el cliente que sea fiel a nuestros servicios.

**Entrega y crédito:** La entrega se realizara hasta la puerta de su casa, el cliente dispondrá del crédito solo si su pedido es en grandes cantidades.

**Instalaciones:** nuestras instalaciones serán en un lugar céntrico en Managua, carreta Masaya. La oficina será pequeña de 14.86 metros cuadrados, pero con mucha comodidad para poder atender a clientes.

**Garantía:** La garantía de todos nuestros productos será establecida por el fabricante de cada marca y será indicada en la web, dentro de la ficha de cada producto.

## Análisis del ciclo de vida del producto y/o Servicio:

### Ciclo de vida del servicio de Arte pinolero S.A.



Periodo 1. Estratégico En esta etapa nuestra empresa piensa en el servicio y se alinea con la estrategia, valores y políticas organizacionales. Las dos fases presentes en esta etapa se retroalimentan mutuamente y guardan sinergismo.

Fase 1. Planeación estratégica. Es la primera etapa del Modelo propuesto, aquí se establecen todas las políticas, guías, requisitos, límites, patrones, funciones, recursos capacidades, etc., que deben tenerse en cuenta cuando se piensa en la necesidad de diseñar y desarrollar un servicio.

A través de nuestro servicio utilizando la tecnología, que el cliente no tenga que moverse y desde la comodidad de su hogar realizar la compra de artesanías por medio de una página web.

Fase 2. Identificación de demandas. Corresponde al análisis situacional, de frontera y entorno del servicio que ofrecemos como empresa. En esta etapa se realiza la identificación de las necesidades de mercado.

Correspondiente a esta etapa Arte Pinolero S.A. Realizara una investigación trimestral de futuros compradores por medio de encuestas y las redes sociales como instrumento de indagación de nuevos gustos y preferencias de nuestros clientes actuales y potenciales.

Periodo 2. Diseño. En este periodo se señal y modela operacionalmente el servicio, esta etapa termina con el diseño genérico del servicio.

En esta etapa Arte Pinolero S.A. declara el servicio que como empresa ofrecen a través de la página web brinda los distintos productos de artesanías laboradas por manos laboriosas de personas dedicadas a este negocio.

Periodo 3. Transición. Utilizaremos nuevas técnicas para mejorar el servicio, no descartamos opciones de exportar productos en un futuro o abrir nuevas sucursales e indagar de nuevos diseños de productos.

Periodo 4. Operación. Realizar las ventas con eficiencia y eficacia establecer límites de tiempo para satisfacción del cliente.

Periodo 5. Mejora continua. En esta última etapa conlleva a estar en constante cambio de buscar nuevos productos en ampliar el mercado, buscar nuevos diseños de artesanías u otros materiales para hacer más atractivo el servicio de nuestra página dándonos a conocer por la calidad de nuestros productos a un bajo costo pero siempre transportando las distintas artesanías a cualquier parte del país.

## Definición de Marca



## Tipografía

Upbolders New

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T V W X Y Z  
a b c d f g h i j k l m n ñ o p q r s t v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

*Bitter*

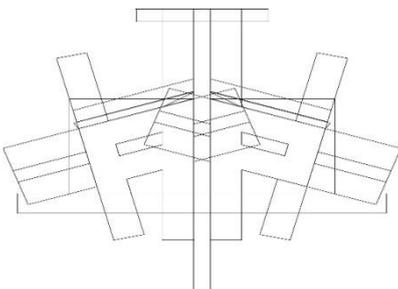
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T V W X Y Z  
a b c d f g h i j k l m n ñ o p q r s t v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

## Niveles de colores

	R:50 G:24 B:8 #321808	C:46 M:67 Y:86 K:64
	R:132 G:56 B:7 #843807	C:32 M:66 Y:96 K:23
	R:222 G:222 B:222 #DEDEDE	C:12 M:8 Y:6 K:1



## Geometría del Logo Tipo



#### 4.4.2. Análisis de la Competencia:

En nuestro país existen pocos competidores directos con los que disputemos por un posicionamiento de mercado de ventas online de artesanías. Sin embargo, hay empresas y microempresas que cuentan con páginas digitales en la cual ofrecen una amplia lista de productos, como artesanías de nuestro país catalogándolos como competidores indirectos los cuales afectaría nuestra posibilidad giro de negocio.

**1. Nicaragua Express LLC:** cuenta con 15 años de experiencia, es una empresa encargada de envíos de bienes variados desde Estados de Maryland, Virginia, Washington DC, New Jersey, New York & Connecticut, siendo líderes en el mercado nacional ya que no cuentan con un competidor. Su estrategia publicitaria es a través de página web, Facebook, cuentan con 5,500 seguidores en su cuenta activa. Esta empresa está bien posicionada a nivel Nacional.

##### **Ventaja competitiva:**

Esta empresa tiene una gran ventaja competitiva que son los precios, estos son bastantes accesibles para las personas. Los servicios son personalizados, además cubren todo el territorio nicaragüense, es decir toman pedidos de diferentes departamentos, así mismo tienen un buen posicionamiento.

##### **Calidad de productos de los competidores:**

Los productos que ellos ofrecen son de una buena calidad a manos de los artesanos nicaragüense siendo esta ropa típica para mujer, para hombre camisas y pantalones ya sean típicos o casuales, artesanía de barro, adornos de madera o bolsos de mano hechos a cuero, también camas, celulares, lavadoras, etc.

**Tarifa de precios:** Los precios va en dependencia del producto, adicional es el envío, el cliente debe dejar un depósito de U\$20 dólares.

Vestidos Bordados (Mujer)	U\$52.00
Faldas y Blusas (Dos piezas)	U\$52.00
Camisas Bordadas	U\$32.00
Bolsa de cuero	U\$35.00
Guayaberas	U\$27.00
Tallado de madera	U\$20.00
Sandalias	U\$20.00

### **Canales de distribución:**

Esta empresa Nicaragua Express LLC planifica de tal manera que permitan a sus clientes y amigos preparar envíos con tiempo, contemplando todas aquellas fechas especiales para ellos. Su estrategia de venta es por llamadas, el cliente llama o escribe para realizar el encargo de algún producto, luego lo envían y lo entregan a la puerta de su casa, oficina o donde se encuentre el que recibirá la encomienda.

**Promociones:** No brindan muchas promociones.

**Estrategias:** Su estrategia de mercado es a través de publicaciones en Facebook.

**Posicionamiento:** su posicionamiento es más de 15 años llevando y trayendo productos de Nicaragua.

En conclusión, este competidor es indirecto ya que no solo distribuye artesanías, si no otros productos, y el sector de mercado que se dirige es más internacional.

**2. Hamacas Ramiro Suazo e hijo:** Es un negocio familiar todos artesanos, que por más de 60 años vendió productos de forma tradicional, por las calles de Masaya. Hace dos años se abrieron al mundo apoyándose en Internet, lo que les permitió comercializar sus creaciones en Australia, Estados Unidos, Puerto Rico, España y otros países de la Unión Europea. Esta empresa promete a sus clientes mantener la tradición nicaragüense y la calidad en cada uno de sus productos

Los pasos que siguieron para lograr esto fueron bastante básico: crearon un “fanpage”, lo enlazaron con su sitio web y procedieron a utilizar herramientas de “content

marketing”. La primera vez que invirtieron en el perfil de Facebook, lo hicieron con 140 córdobas, en un anuncio que vieron 5 mil personas. “Inmediatamente conseguimos 30 nuevos likes”, dice Elmer. Hoy día, tienen más de 700 usuarios activos de todo el mundo.

#### **Ventaja competitiva:**

Las plataformas digitales son el escaparate para que la fábrica de hamacas Ramiro Suazo e Hijo humanice su marca. En su perfil de negocio encontramos artículos que explican desde cómo colgar una hamaca o cómo lavarla apropiadamente, hasta detalles sobre el origen de las hamacas en nuestra región. Pero, sobre todo, han sabido transmitir el valor de un producto realizado en todo su proceso a mano. (Ramiro Suazo Propietario).

#### **Calidad de productos de los competidores:**

Los productos que ellos ofrecen son de una buena calidad, elaborados a manos de los artesanos nicaragüense siendo hamacas, brindan una atención personalizado y teniendo un alto portafolio de diseños y estilos.

#### **Tarifa de precios:**

Los precios son bastantes accesibles son de U\$18 a U\$30 dólares esto solo el producto, también ofrecen diferentes promociones de compras.

#### **Estrategia de distribución:**

Los productos serán enviado a través de una agencia aduanera que se encargue de hacerlos llegar hasta donde el cliente lo solicite.

**3. Oyanca:** Inicio en el 2011 ofreciendo productos artesanos elaborados a mano, se especializan en accesorios para decoración del hogar y del jardín. Ofrecen una amplia variedad de artículos tales como floreros de cerámica, hamacas de algodón, cestería en hoja de pino, esculturas en piedra marmolina y accesorios de madera.

**Productos:** Los productos que ofrecen aguja de pino, cerámica, cerámica con pino, hamacas y pitas.

### Precios:

Hamacas columpio sin faldón	U\$ 38.81
Columpio con faldón	U\$ 36.25
Hamaca matrimonial con faldón	U\$ 68.00
Hamaca matrimonial sin faldón	U\$ 67.85

**Canales de distribución:** Los pedidos se realizan por medio de la página web, Facebook, o llamadas, puede visitar la tienda o bien los pedidos se los envían a la puerta de su casa.

**Promociones:** Las brindan una vez que liquidan inventario, hacen descuentos de 30%, 40%, 20%.

**Estrategias:** Su estrategia de mercado es brindar ferias a nivel nacional e internacional, en estos últimos meses se han decidido a participar en ferias en Guatemala.

**Posicionamiento:** su posicionamiento es más de 22 años promoviendo artesanías nicaragüenses.

En conclusión, este competidor es directo el distribuye artesanías, pero son específicas, el sector de mercado es nacional e internacional.

#### 4.4.3. Objetivos de Marketing:

- Darnos a conocer a través de las distintas redes sociales (Facebook, Twitter, Google, Instagram etc) a un corto plazo.
- Aumentar las visitas de los productos artesanales a ofrecer.
- Incrementar ventas de diferentes productos artesanales en 12 meses.

#### 4.4.4. Descripción del Mercado Meta:

**Ubicación geográfica:** Nuestra empresa estará dirigida a las ventas de artesanías en diferentes departamentos del país, luego a largo plazo y logrando pensionarnos en el mercado, llegar a otros países donde requieran de nuestros servicios.

**Sexo:** Se tomarán en cuenta ambos sexos tanto hombres como mujeres, de diferentes edades, para facilitar su compra por medio de nuestra página web.

**Nivel socioeconómico:** Nuestra meta son personas que tengan una clase media, clase alta., nuestro principal mercado será personas nacionales.

**Estilo de vida:** Los posibles clientes potenciales son aquellos que visitaron nuestro país, o son de nacionalidad nicaragüense que quieran llevar un pedacito de su país como recuerdo.

#### 4.4.5 Demanda y Participación de Mercado:

**Tabla 1.**

<b>Demanda en el mercado</b>	<b>Referencia en %</b>
Personas que estarían dispuesto a comprar productos	68%
Nº de empresas que trabajan en línea	40%
Demanda de compras en línea	60%
Mercado meta	100%

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 2**

Número de competidores	Tamaño de competidores	Característica de sus productos	Participación en el mercado
<b>Nicaragua Express</b>	<b>Grandes</b>	<b>Similares</b>	<b>0-5%</b>
Hamacas Ramiro Suazo e hijos	Grandes	diferentes	0-.4%
Oyanca	Mediano	diferente	0.3 %

#### 4.4.6 Estrategia de Marketing:

En **Arte Pinolero** queremos aumentar ventas a través de nuestra plataforma digital, debemos tener un avance tecnológico y estar en constante actualización, Para lograr mayor eficiencia en el marketing digital implementaremos diferentes estrategias las cuales nos ayudaran a que nuestra empresa sea una de las principales.

1. Elaboración de **WEB**: Sera un pilar fundamental para entrar en el mercado digital, debemos convencer a nuestros usuarios que están interesados en la tipología del producto a ofrecer o el servicio. Sera atractiva, con un lenguaje claro, tendrán información y compartiremos correos, teléfonos donde ellos nos podrán contactar, nuestra ventajas es que nos abre la posibilidad de vender los productos sin necesidad de poseer una tienda física..

2. Posicionarnos en motores de búsqueda (**SEO**): El posicionamiento en los buscadores es la mayor puerta de entrada para nuestra web, el tráfico orgánico se consigue estando posicionados en los buscadores. Logrando tener calidad para la web, elaboraremos un blog corporativo, de notas de prensa (esto es para que otras empresas o personas nos conozcan).

3. El **blog** Corporativo: Expondremos el significado de cada artesanía, o historias de los artesanos que las elaboran, y de cómo fueron sus inicios, esto nos ayudara a que los extranjeros conozcan más de esta cultura hermosa y posicónanos con estos artículos de una forma novedosa así obtendremos más tráfico en la web.

4. **Email** Maketing: Nos ayudara a fidelizar a nuestros usuarios que ya sean nuestros clientes, creando un newsletters que le informaremos de las ofertas, esto es una forma de tener un trato personalizado con los que serán clientes de ARTE PINOLERO S, A

5. Perfiles **Sociales**: El objetivo de crear perfiles para nuestra empresa en las redes sociales es que conozcan de nuestros servicios, también para que compartan y así llegar diferente sector de mercado.

6. Convenio con las ferias nacionales: al tener un espacio en estas ferias, estaremos dándonos a conocer desde otro punto, ya que hay gente que prefiere salir que pasar con sus celulares (por lo general personas mayores) en estas ferias la gente suele asistir con sus familiares. Así les será más sencillo y practico explicarles cómo funciona nuestra página web capacitándolos para sus pedidos en línea.

La mejor manera de medir realmente el impacto y la eficiencia de nuestras campañas de marketing digital es combinar esta herramienta de Analytics con un número virtual que colocaremos en cada una de las distintas campañas y que nos dará estadísticas de llamadas recibidas, llamadas perdidas, tiempo de espera de los clientes, tiempo de llamada, para conocer así cuantas personas realmente acaban interesadas en nuestra oferta y por llamar a nuestra empresa. De esta manera además de medir el impacto, podemos contactar con los clientes y convencerles de la idoneidad de nuestro producto y servicio.

Medir la efectividad de las campañas online nos servirá para conocer el ROI (retorno de la inversión) y poder evaluar el resultado de las mismas. De esta manera sabremos si debemos destinar más o menos presupuesto y recursos en un futuro e intentar mejorar aquellas que tengan déficit o directamente erradicarlas.

### **Estrategia de publicidad y promoción**

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

- **Creación de una página web:** Esto es un plus en cuanto a posicionarnos en la red, ya que en Nicaragua, de todos los artesanos, productores y comercializadores no existe ninguno que tenga una página web como tal. Nosotros al tener la nuestra, seremos los primeros y los únicos (por el momento) cuando las personas pongan en el buscador, una agencia que exporten sus productos a sus familiares que residen en los otros departamentos del país.

- **Diferenciarnos:** Aunque bien dijimos, en el mercado actual no existe una Agencia especializada dar publicidad para ventas de artesanía nicaragüense, pero no podemos dar por hecho que seremos los únicos. Es por eso, que desde que demos inicio a nuestro negocio, trataremos de dar un servicio eficaz y eficiente, daremos capacitaciones, atenderemos las 24 horas al día los 365 días al año.

### **Estrategia de Segmentación de Mercado**

La segmentación de mercado divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Esto permite optimizar recursos y utilizar eficazmente nuestros esfuerzos de marketing. Existen diferentes variables para segmentar el mercado, dependiendo de cada empresa se utilizará una combinación diferente. Las variables de segmentación de mercado se encuentran agrupadas en variables geográficas, demográficas, psicográficas y de conducta.

-Demográficas: genero, edad, ingresos, educación, profesión, clase social, religión o nacionalidad.

-Psicográficas: estilo de vida y personalidad.

#### 4.4.7 Plan de Acción

Nosotros los nicaragüenses vivimos en un país bello con una variedad de cultura, gastronomía, bailes, ciudades, historias y la gran riqueza natural que poseemos. La artesanía no se queda atrás, las manos de los artesanos nicaragüenses han demostrado grandes durante años, transformando materiales inertes en espectaculares obras de arte. Con el objetivo de dar a conocer aun mayormente nuestra cultura, desarrollamos un del Plan de Acción para ejecutar la estrategia de marketing definida, a través de una serie de decisiones tácticas. Las cuales enumeraremos a continuación:

##### **Acciones de Producto**

- Dentro de toda la región centroamericana, Nicaragua posee la más grande variedad de artesanías. Existen diferentes tipos en cada pueblo o ciudad, es decir cada quien crea lo suyo, uno de estos ejemplos es la Artesanía negra ó bien conocida como Cerámica negra; Matagalpa y Jinotega son sus principales representantes.
- Estas obras de arte pueden constar de diferentes tipos de materiales como lo son: barro, madera, mimbre, textiles, frutos secos, hojas de elote, conchas de mar, entre otros.
- Jarrones: San Juan de Oriente, pueblos blancos, la cuna de artesanías; o también conocido como la villa de artesanías, debido a que en cada casa de por medio existe un taller de artesanía, ubicado al sur del departamento de Masaya a 45 km de Managua.
- Zapatos: Como sabemos, la mercadería y venta de este producto siempre se mantiene en cuanto a variedad y sus ganancias. Los famosos Zapatos de Masaya (y también sandalias) son muy buscado por los nicaragüenses, y no solo por nosotros, sino por extranjeros que buscan el producto para luego revenderlos en sus respectivos países.

- Las hamacas, nos encontramos con las clásicas hamacas de Nicaragua, que permiten disfrutar de un rato relajado, tranquilo y que suelen gustar mucho en nuestro país y en otros lugares del mundo.

### **Acciones de Precio:**

Arte pinolero cuenta con sistema de pago fácil y efectivo, pueden ser por tarjeta, deposito, transferencias, deposito como prefiera el cliente, los precios serán accesibles.

### **Acciones de Promoción**

#### **Defina Estrategia de ( Atraccion y empuje)**

1. Una de las estrategia a utilizar es el boca a boca; esto siempre genera marketing al momento de iniciar un negocio, podemos iniciar con nuestros familiares, amigos comentandole acerca de nuestro negocio.



2. La segunda estrategia que se va a utilizar sera a traves de las redes sociales, compartiendo con nuestros amigos los link de nuestras paginas web, en facebook, instagram, enviaremos correos electronicos masivos, a clientes potenciales.



3. La tercera estrategia a implementar será promociones de nuestros productos que ofertamos en líneas. El envío será personalizado hasta la puerta de su casa, oficina, o a cualquier parte donde el cliente desee.



### **Acciones de Distribución**

Para conocer más a detalle nuestro plan de negocio, necesitamos conocer un poco envíos a nivel nacional, debido a que es la manera que realizaremos la distribución de la artesanía y el cual nos encargaremos de hacerla llegar a los consumidores. Estos envíos se hacen de forma continua a todo el territorio nacional. O mediante ventas colocadas en los diferentes departamentos.

Ahora bien, nuestro giro se basa en ventas definitivas, utilizando los canales adecuados de distribuir y hacer llegar el producto a manos del cliente:

- ✓ Realizaremos envíos de manera indirecta. Es indirecta porque nosotros gestionaremos los trámites con el cliente y la agencia de envío, ellos se encargaran de hacer llegar el producto, estableciendo contacto con el cliente.
- ✓ Esta modalidad permite disminuir costos de comercialización, mayor concentración en las ventas a nivel nacional el cual genera más utilidades y ganancias.
- ✓ El canal de distribución dependerá de factores como el tipo de producto, el lugar de destino, los costos del producto y la relación o negociación que se pretenda establecer con de cliente final.
- ✓ Nosotros actuaremos de la siguiente manera para distribuir la artesanía:
- ✓ Representantes/Agentes: nos caracterizaremos en conocer el producto, mercado, las exigencias, precios y competencia, además trabajaremos en base de comisiones.
- ✓ Distribuidores: colocaremos las artesanías y las distribuiremos distintos clientes minoristas en el país.



#### 4.4.8. Proyecciones de Ventas:

En esta tabla se muestran la demanda de los productos

Tabla 1

Acción	Objetivo	Actividad	Responsable	Duración y frecuencia
Pedido	Incrementar compras por pedido.	La cesta de compra y el proceso de pago debe ser lo más fácil, se debe tomar rápidamente ese pedido sin atrasos, y mantenerse en contacto en línea una vez que el comprador este explorando la página web	Community Manager	Mensual
Promociones	Aumentar las preferencias de nuestros productos artesanales.	Crear promociones especiales con motivos de fiestas.	Social Manager.	Semanal
Mercado	Atraer nuevos mercados.	Mejorar la presentación de los productos a través de fotos y el texto debe ser atractivo.  Revisar constantemente las redes sociales.	Social Manager.	Mensual

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Artesanías	4,644.00	4,736.88	4,973.72	5,321.88	5,747.64
Hamacas	645.00	657.90	690.80	739.15	798.28
Muebles	190.00	193.80	203.49	217.73	235.15
Dulces	1,300.00	1,326.00	1,392.30	1,489.76	1,608.94
<b>Total de productos a vender al año</b>	<b>6,779.00</b>	<b>6,914.58</b>	<b>7,260.31</b>	<b>7,768.53</b>	<b>8,390.01</b>

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla se muestran el total de ventas monetarias.

Tabla 1

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Artesanías	\$73,294.38	\$76,959.10	\$81,576.64	\$87,287.01	\$94,269.97
Hamacas	\$29,187.60	\$30,646.98	\$32,485.80	\$34,759.80	\$37,540.59
Muebles	\$21,391.70	\$22,461.29	\$23,808.96	\$25,475.59	\$27,513.64
Dulces	\$15,197.00	\$15,956.85	\$16,914.26	\$18,098.26	\$19,546.12
<b>Total de ventas monetarias al año</b>	<b>\$139,070.68</b>	<b>\$146,024.21</b>	<b>\$154,785.67</b>	<b>\$165,620.66</b>	<b>\$178,870.32</b>

Fuente: Elaboración propia

### Presupuesto de Marketing

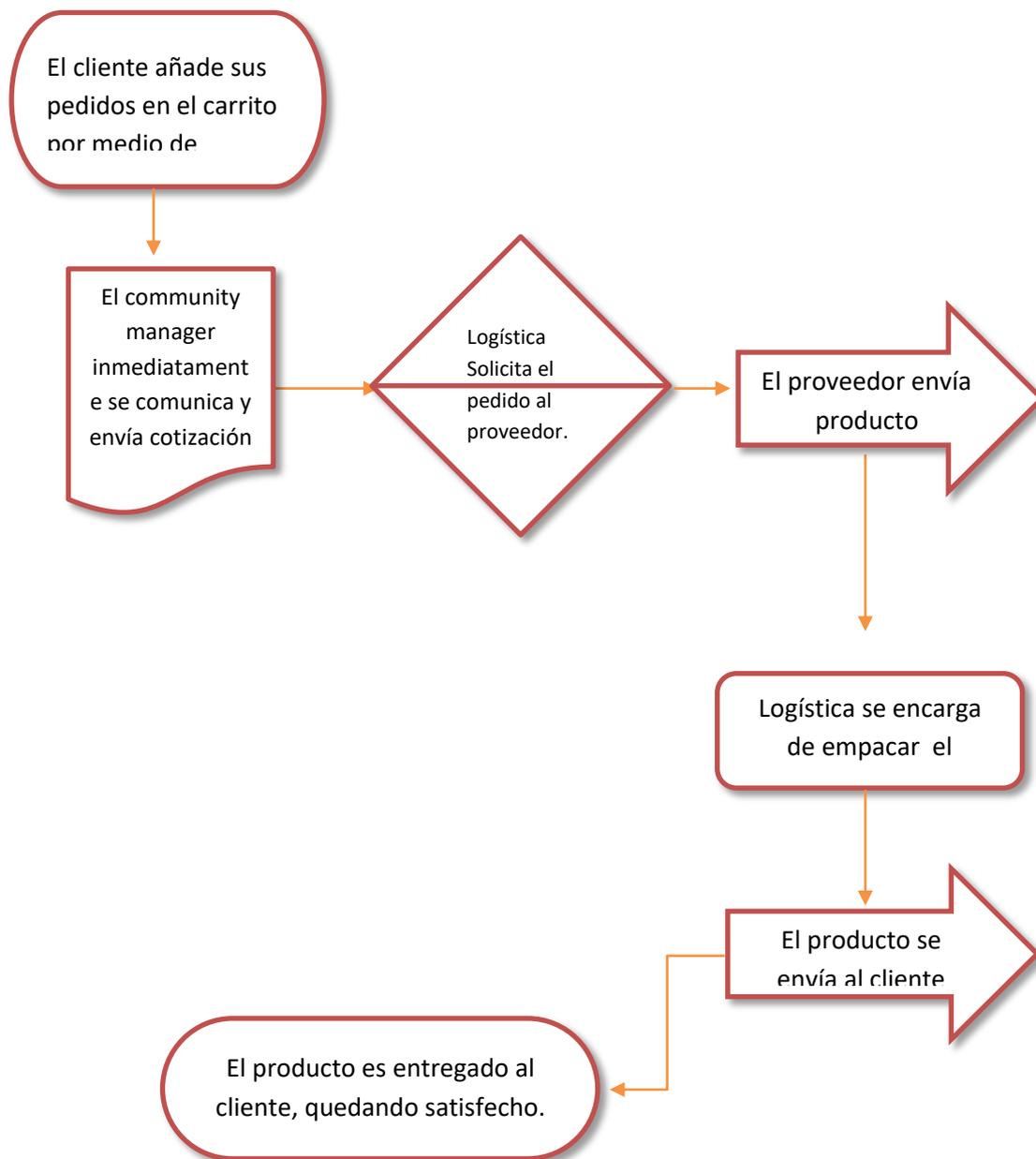
Tabla2

Fuente: Elaboración propia

<b>Elabore un presupuesto de 5 años.</b>					
Acción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Posicionado en buscador SEO	\$50.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00
Publicidad en Facebook	\$50.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00
Correos Masivos	\$50.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00
Volantes	\$50.00	\$100.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00
Mantenimiento de blog y pagina Web	\$50.00	\$170.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00
Merchandising	\$50.00	\$130.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00
<b>Total</b>	<b>\$300.00</b>	<b>\$870.00</b>	<b>\$770.00</b>	<b>\$770.00</b>	<b>\$770.00</b>

## 5. Plan de Producción.

### 5.1. Cursograma del servicios



## 5.2 Activos fijos

En el cuadro se detallan los activos fijos de la empresa, para el funcionamiento de la misma.

**Tabla 1**

Activo	Detalle	Precio US\$	Cantidad	valor Total U\$
<b>Mobiliario y equipo de Oficina</b>				
Computadora	Lapto HP	\$365.00	2	\$730.00
Tablet	Samsung Galaxy	\$250.00	1	\$250.00
Impresora	IEpson L380 + 400 ml de Tinta + 100 Hojas de Papel	\$230.00	1	\$230.00
Escritorio	Forma en L de melar	\$200.00	1	\$200.00
Sillas semi ejecutivas		\$70.00	5	\$350.00
Sillas de espera		\$60.00	2	\$120.00
Archivador	Metalico de 3 gaveta	\$180.00	1	\$180.00

Fuente: Elaboración Propia

### **5.2. Vida Útil de los Activo fijos.**

En este cuadro detallamos las especificaciones de cada mobiliario, el proveedor con quien realizaremos la compra, se anexan algunas cotizaciones.

**Tabla 2**

Activo	Detalle	proveedor	Características del activo/ especificaciones tecnicas	Tipo de compra(credito /contado)	Uso que se va a dar
<b>Mobiliario y equipo de Oficina</b>					servicio
Computadora	Lapto HP	Curacao	Hewlett Packard, 14BS003LA portatil	Contado	servicio
Tablet	Samsung Galaxy	Sevasa	-	Contado	servicio
Impresora	IEpson L380 + 400 ml de Tinta + 100 Hojas de Papel Sublimacion	Sevasa	Impresora HP Multifuncional Modelo 6970 Tecnología De Impresión Inyección térmica de tinta HP	Contado	servicio
Escritorio	Forma en L de melamina	Independiente	-	Contado	servicio
Sillas semi ejecutivas		mueblisa	-	Contado	servicio
Sillas de espera		mueblisa	-	Contado	servicio
Archivador	Metalico de 3 gavetas	Independiente	-	Contado	servicio

Fuente: Elaboración Propia

### 5.3 Gasto de mantenimiento

El mantenimiento de los activos se calcularon tomando en cuenta las especificaciones con el 2% en equipo tecnológico (computadoras, Tablet, impresora) y el 5% en el equipo mobiliario (silla, escritorio, archivador)

**Tabla 3**

Activo	Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
<b>Mobiliario y equipo de Oficina</b>					
Computadora	Lapto HP	\$365.00	\$365.00	\$0.00	\$0.00
Tablet	Samsung Galaxy	\$125.00	\$125.00	\$125.00	\$125.00
Impresora	IEpson L380 + 400 ml de Tinta + 100 Hojas de Papel Sublimacion	\$115.00	\$115.00	\$115.00	\$115.00
Escritorio	Forma en L de melamina	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00
Sillas semi ejecutivas		\$70.00	\$70.00	\$70.00	\$70.00
Sillas de espera		\$24.00	\$24.00	\$24.00	\$24.00
Archivador	Metalico de 3 gavetas	\$36.00	\$36.00	\$36.00	\$36.00

Fuente: Elaboración Propia

### 5.5. Mano de Obra Directa e Indirecta

La mano de obra de Arte pinolero será indirecta, porque no se trabajará directamente con la producción.

**Tabla 4**

Mano de OBRA INDIRECTA	Año 1 / Mes		Año 2 / Mes		Año 3 / Mes		Año 4 / Mes		Año 5 / Mes	
	Cant	Salario								
Gerente General	1	\$ 250.00	1	\$ 262.50	1	\$ 275.63	1	\$ 289.41	1	\$ 303.88
Administrador & Marketing	1	\$ 250.00	1	\$ 262.50	1	\$ 275.63	1	\$ 289.41	1	\$ 303.88
Logística	1	\$ 250.00	1	\$ 262.50	1	\$ 275.63	1	\$ 289.41	1	\$ 303.88
Community Manager	1	\$ 250.00	1	\$ 262.50	1	\$ 275.63	1	\$ 289.41	1	\$ 303.88
Social Manager	1	\$ 250.00	1	\$ 262.50	1	\$ 275.63	1	\$ 289.41	1	\$ 303.88
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>\$ 1,250.00</b>	<b>5</b>	<b>\$ 1,312.50</b>	<b>5</b>	<b>\$ 1,378.13</b>	<b>5</b>	<b>\$ 1,447.03</b>	<b>5</b>	<b>\$ 1,519.38</b>
<b>Total anual</b>		<b>\$ 15,000.00</b>		<b>\$ 15,750.00</b>		<b>\$ 16,537.50</b>		<b>\$ 17,364.38</b>		<b>\$ 18,232.59</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 5.7 Gastos Generales de la Empresa.

En este cuadro se proyecta los gastos generales de Arte pinolero en un periodo de 5 años.

**Tabla 5**

Detalles	Gastos Generales				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciación	\$ 652.00	\$ 652.00	\$ 170.00	\$ 170.00	\$ 170.00
Elaboracion de pagina web	\$ 470.00	\$ 170.00	\$ 170.00	\$ 170.00	\$ 170.00
Publicidad	\$ 300.00	\$ 700.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
Alquiler (agua, luz telef, internet)	\$ 4,200.00	\$ 4,620.00	\$ 5,082.00	\$ 5,590.20	\$ 6,149.22
1% sobre ventas	\$ 1,390.71	\$ 1,489.45	\$ 1,657.76	\$ 1,897.97	\$ 2,819.22
Matricula alcaldía (2%)	\$ 1,125.00	\$ 2,978.90	\$ 3,315.51	\$ 3,795.93	\$ 5,638.44
Gastos Generales	\$ 8,137.71	\$ 10,610.35	\$ 10,995.27	\$ 12,224.10	\$ 15,546.88
<b>Gastos Generales sin depreciación</b>	<b>\$ 7,485.71</b>	<b>\$ 9,958.35</b>	<b>\$ 10,825.27</b>	<b>\$ 12,054.10</b>	<b>\$ 15,376.88</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 6. Plan de Organización.

### 6.1. Forma de la empresa

Para poder elaborar la escritura de constitución de Arte pinolero nos solicitaron las generales de Ley: Fotocopia de cedula de los accionistas, el perfil de la empresa, el capital social y número de acciones.

Una vez obtenida la escritura firmada y sellada se procede a la constitución de la empresa, donde se deben cumplir:

Tramites para inscripcion de la empresa.	
Solicitud de documento unico de registro	DGLALAMA.INSS
3 Fotocopias Certificadas de Constitución de Sociedad, inscrita en el Registro Mercantil.	
3 Fotocopias de Solicitud de Comerciante, inscrita en el Registro Mercantil.	
3 Fotocopias del Poder General de Administración, inscrito en el Registro Mercantil	
3 Fotocopias de cédula de identidad Nicaragüense del Representante Legal	
3 Fotocopias de cédula de identidad de cada socio, Copia del RUC (en caso que el socio sea Persona Jurídica).	
3 Fotocopias de servicio público (agua, luz, teléfono o contrato de arriendo notariado a nombre de la persona), para constatar domicilio de la empresa.	
3 Fotocopias del contrato de arriendo notariado para constatar domicilio de la empresa.	
3 Fotocopias de Poder Especial con C\$ 50.00 de timbres fiscales, si el trámite es realizado por un abogado, gestor o socio	
3 Fotocopias de cédula de identidad del apoderado especial.	
3 Formularios de Inscripción llenos (1 original y 2 copias, puede descargar el formulario	
ACLARACIONES SOBRE TRAMITE EN DGL ALMA	
Si el presidente o representante legal de la Empresa NO cuenta con constancia de su domicilio a su nombre, deberá presentar DECLARACION NOTARIAL.	
Si la empresa tiene domicilio en casa de uno de los socios o bufete de abogados, deberá presentarse debe presentar una DECLARACION NOTARIAL para constatar el domicilio de la empresa. Este mismo mecanismo se debe aplicar, si el contrato de arriendo está a nombre de uno de los socios.	
Si el Presidente de la sociedad es extranjero, debe tener cédula de residencia, de lo contrario deberá nombrar a un representante legal nicaragüense con cédula de identidad o extranjero con residencia, mediante poder general de administración debidamente inscrito en el Registro Mercantil.	
Se efectúa el pago de la Matrícula Municipal en la delegación de la DGI, según siguiente tabla:	

- **Registro de Marca**

**SOLICITUD:** La solicitud de Registro de una Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Propaganda y cualquier otra solicitud, se presenta ante la Secretaría del Registro de la Propiedad Intelectual, en el Formulario correspondiente, todo de conformidad con el Artículo 9 de la Ley 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos:

Este formulario debe incluir:

- Nombre y dirección del solicitante
- Lugar de Constitución de domicilio del solicitante, cuando fuese una persona jurídica.
- Nombre del representante legal cuando fuese el caso.
- Nombre y dirección del Apoderado en el país, cuando se hubiera designado.
- Denominación de la Marca o Nombre Comercial, cuyo registro se solicita, si fuese denominativa sin grafía, forma ni color especial.

- Etiquetas con la reproducción de la marca, emblema o Señal de Publicidad, cuando tuviera grafía, forma o colores especiales, o fuese figurativa, mixta o tridimensional con o sin color.
- Señalar si el interesado reivindica derecho de prioridad.
- Una lista de productos o servicios para los cuales se desea registrar la marca, agrupados por clases conforme a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios. En caso de ser Nombre Comercial o Emblema el giro de actividades de la Empresa o Establecimiento Comercial.
- La firma del solicitante o de su apoderado.

## 6.2 Estructura Organizacional.

A la hora de alcanzar objetivos, podemos tener la tentación de organizar nuestra empresa con mucha ilusión y poca estrategia. Por lo que debemos asegurarnos de que nuestro organigrama de los departamentos en este momento no se constituya utilizando la intuición, sino que se construya estratégicamente para alcanzar el éxito esperado de **Arte Pinolero, S.A.**

La empresa cuenta con un organigrama por su forma de distribución horizontal de izquierda a derecha, por la estructura no hay mandos con el objetivo de que haya una mayor organización, comunicación, seamos proactivos al tomar decisiones y tengamos las mismas responsabilidades para lograr un trabajo en equipo.

### **Funciones Generales de Cada Unidad Organizativa.**

#### **Gerente General:**

- Es el representante de la empresa.
- Lidera la gestión estratégica.
- Lidera la formulación y aplicación del plan de negocios.

- Define políticas generales de administración.
- Realiza la Gestión financiera de la empresa.
- Desarrolla y mantiene relaciones política-diplomáticas con autoridades y reguladores.
- Vela por el respeto de las normativas y reglamentos vigentes.
- Actúa en coherencia con los valores organizacionales.

#### **Administrador & Marketing:**

- Dirige y controla el desempeño de las áreas.
- Analiza e investiga mercados, (en conjunto con Social manager y Community Manager).
- Busca permanente nuevas ideas.
- Analiza y desarrolla productos y servicios.
- Propone los proyectos de desarrollo, así como los presupuestos de ventas, gastos e inversiones derivados de estos.
- Genera estrategia y plan de marketing para los productos y servicios.
- Define estrategia de posicionamiento.
- Desarrolla y mantiene relaciones político-diplomáticas con organizaciones de la industria y autoridades.
- Define estrategia comunicacional.

#### **Logística:**

- Encargado de la logística de distribución.
- Se encarga de estimar la demanda.
- Se encarga del Procesamiento de pedidos, gestiones y control de venta de productos.
- Embalaje para la protección del producto.
- Encargado de organizar el transporte del producto.

- Establece la estrategia de desarrollo de los productos o servicios en mercados nuevos para la compañía, con la responsabilidad de definir los medios necesarios y teniendo siempre presentes los objetivos generales.
- Asegura el desarrollo operacional de la actividad de la empresa. Para lograrlo, compete al director de operaciones conocer los recursos disponibles, facilitar el trabajo de la fuerza de ventas, garantizar la capacidad de la empresa para cumplir nuevos contratos

### **Social Manager**

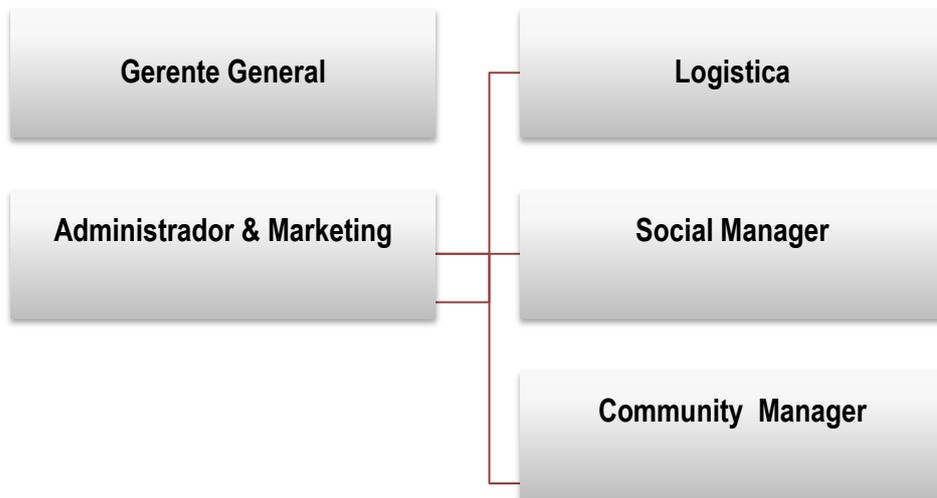
- Encargado de crear introducir y liderar la estrategia de venta en la página web
- Analiza el entorno
- Estudia la competencia
- Conoce bien los productos a ofertar
- Elabora campañas de promociones
- Define y promociona concursos y eventos
- Se encarga del lanzamiento y oferta de nuevos productos

### **Community Manager**

- Interactúa con el cliente
- Se encarga de Publicar.
- Se encarga de tener contacto directo con el cliente
- Monitorea las ventas
- Informa al Administrador & Marketing de la situación para que éste pueda dirigirla correctamente hacia el cliente y la competencia.
- Mantiene comunicación con el cliente.

- Da soporte técnico

### Organigrama de la empresa



### Actividades y gastos operativos.

Actividad	Precio Unitario	Costo Total
<b>Trámites Legales</b>		
Arancel de inscripción	-	\$50.00
Inscripción de libros	-	\$30.00
Compra de libros	-	\$25.00
Tramite Ruc y Matricula de la alcaldía	-	\$35.00
Honorarios de abogada	-	\$500.00
Elaboración de página Web, y correos corporativos	-	\$470.00
<b>Papelería Legal</b>		
Talonnario de facturas	\$5.00	\$15.00
Retenciones	\$4.00	\$12.00
Recibos	\$4.00	\$12.00
sello Oficial	\$10.00	\$20.00
Tarjetas de presentación	-	\$25.00
<b>Papelerías varias</b>	-	\$32.00
		<b>\$ 1,226.00</b>

## Diagrama de Gantt

GRUPOS	INICIO	FINAL	ene-01	ene-02	ene-03	ene-04	ene-05	ene-06	mar-01	mar-02	mar-05	mar-06	mar-07
<b>Grupo 1: Inscripcion de la empresa</b>													
Contacto con abogado	01/01/2019	01/01/2019											
Elaboración de Escritura	02/01/2019	04/01/2019											
Arancel de inscripción	04/01/2019	05/01/2019											
Compra de libros Contables	06/01/2019	06/01/2019											
Trámite, RUC, matricula de ALMA	06/01/2019	01/03/2019											
Honorarios del abogado	01/03/2019	01/03/2019											
<b>Grupo 2: Pagina web</b>													
Contactar al Ing que realizará la web	02/03/2019	02/03/2019											
Creación y elaboracion de la pág	02/03/2019	05/03/2019											
Pago de lincencia	05/03/2019	05/03/2019											
<b>Grupo 3: Operaciones</b>													
Recepcion de pedidos online	06/03/2019	06/03/2019											
Contacto al proveedor	06/03/2019	06/03/2019											
Adquisicion del producto	06/03/2019	06/03/2019											
Embalaje	06/03/2019	06/03/2019											
Entrega de pedido	07/03/2018	07/03/2018											

## 7. Plan Financiero

El monto de la inversión para la instalación de una oficina para operar la página de Arte Pinolero S, A es de **\$ 24,944.79** (Veinticuatro mil novecientos cuarenta y cuatro dólares con 79/100). El financiamiento de dicha inversión se divide en un 100% como aporte de fondos propios de los socios, los cuales darán US\$ 4,988.96 cada uno en partes iguales asumiendo el monto total de la inversión.

Este dinero será utilizado para financiar la adquisición de los equipo de oficina, al igual que los equipos de computación. Así mismo se cubrirán los gastos pre operativo y el capital de trabajo que es el resultado de los costos y gastos que requieren salida de efectivo en el primer mes de operaciones.

**Tabla 1**

Concepto	Inversión total Monto	Financiamiento Fondos Propios
<b>Equipo de Oficina</b>	<b>\$ 1,814.00</b>	<b>\$ 1,814.00</b>
Computadoras	\$ 730.00	\$ 730.00
Impresora	\$ 230.00	\$ 230.00
Escritorios	\$ 200.00	\$ 200.00
Sillas secretariales	\$ 350.00	\$ 350.00
Sillas de esperas	\$ 120.00	\$ 120.00
Archivador	\$ 180.00	\$ 180.00
maouse	\$ 4.00	\$ 4.00
<b>Capital de Trabajo:</b>	<b>\$ 21,984.79</b>	<b>\$ 21,984.79</b>
Capital Trabajo	\$ 21,984.79	\$ 21,984.79
<b>Gastos pre operativos</b>	<b>\$ 1,226.00</b>	<b>\$ 1,226.00</b>
Gastos pre operativos	\$ 1,226.00	\$ 1,226.00
<b>Totales:</b>	<b>\$ 25,024.79</b>	<b>\$ 25,024.79</b>
	Total	Aporte
	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### Valor total de la inversión inicial

Inversión Total Inicial	
Activos Fijos	\$ 1,734.00
Capital de trabajo	\$ 21,984.79
Gastos Pre Operativos	\$ 1,226.00
<b>Total</b>	<b>\$ 24,944.79</b>

**Fuente:** Elaboración propia

### Estado de pérdidas y ganancias.

En el siguiente cuadro, se presenta el Estado de resultado proyectado, donde observan el total de ingresos y egresos incurridos durante los primeros cinco años de funcionamiento de la página web Arte Pinolero S.A, con el fin de conocer las ganancias o pérdidas de la empresa.

**Tabla 2**

	Calculo de Rentabilidad Proyectada				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 139,070.88	\$ 148,944.91	\$ 165,775.69	\$ 189,796.58	\$ 281,921.86
Costo de los bienes vendidos	\$ 124,423.01	\$ 132,793.99	\$ 145,189.87	\$ 161,334.03	\$ 180,808.63
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 14,647.87</b>	<b>\$ 16,150.92</b>	<b>\$ 20,585.82</b>	<b>\$ 28,462.56</b>	<b>\$ 101,113.23</b>
Gastos Generales (sin depreciación)	\$ 7,485.71	\$ 9,958.35	\$ 10,825.27	\$ 12,054.10	\$ 15,376.88
Gastos Administración	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación	\$ 652.00	\$ 652.00	\$ 170.00	\$ 170.00	\$ 170.00
<b>Total Gastos de Operación</b>	<b>\$ 8,137.71</b>	<b>\$ 10,610.35</b>	<b>\$ 10,995.27</b>	<b>\$ 12,224.10</b>	<b>\$ 15,546.88</b>
<b>Utilidad de Operación</b>	<b>\$ 6,510.16</b>	<b>\$ 5,540.57</b>	<b>\$ 9,590.55</b>	<b>\$ 16,238.46</b>	<b>\$ 85,566.35</b>
Intereses pagados	-	-	-	-	-
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 6,510.16</b>	<b>\$ 5,540.57</b>	<b>\$ 9,590.55</b>	<b>\$ 16,238.46</b>	<b>\$ 85,566.35</b>
Impuestos 30% IR	\$ 1,953.05	\$ 1,662.17	\$ 2,877.16	\$ 4,871.54	\$ 25,669.91
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 4,557.11</b>	<b>\$ 3,878.40</b>	<b>\$ 6,713.38</b>	<b>\$ 11,366.92</b>	<b>\$ 59,896.45</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Se observa que desde el primer año se generan utilidades pero estas tienden a experimentar una variación a lo largo de los 5 años pasando de **US \$ 4,557.11** en el primer año a **US \$59,896.45**.

### Estado de Situación Financiera.

Para continuar con el análisis se presenta el Estado de Situación Financiera proyectado para los primeros cinco años de funcionamiento de la empresa en el cual se muestran los activos, pasivos, así como el capital aportado y el capital ganado en el transcurso del periodo de estudio.

Se puede apreciar que la página web Arte Pinolero, S.A cuenta con activos Corrientes y activos No Corrientes, estos últimos representados con la Propiedad, Planta y Equipo, específicamente con el Mobiliario y Equipo de oficina. No se observan pasivos debido a que la empresa por el momento no tiene cuentas por pagar.

**Tabla 3**

Estado de Situación Financiera						
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Activos Corrientes</b>	\$ 23,210.79	\$ 28,419.90	\$ 32,950.30	\$ 39,833.68	\$ 51,370.60	\$ 111,437.05
Caja y bancos	\$ 23,210.79	\$ 28,419.90	\$ 32,950.30	\$ 39,833.68	\$ 51,370.60	\$ 111,437.05
<b>Propiedad, Planta y Equip</b>	\$ 1,814.00	\$ 1,162.00	\$ 510.00	\$ 340.00	\$ 170.00	\$ -
<b>Equipo de Oficina</b>	\$ 1,814.00	\$ 1,814.00	\$ 1,814.00	\$ 1,814.00	\$ 1,814.00	\$ 1,814.00
Depreciación acumulada		\$ (652.00)	\$ (1,304.00)	\$ (1,474.00)	\$ (1,644.00)	\$ (1,814.00)
<b>Activo Diferido</b>						
Pre-Operativos (Constitución y Legalización)						
Amortización Diferidos						
Total de activos diferidos						
<b>Total de activos</b>	\$ 25,024.79	\$ 29,581.90	\$ 33,460.30	\$ 40,173.68	\$ 51,540.60	\$ 111,437.05
<b>PASIVOS</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pasivos Corriente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pasivos No Corrientes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>CAPITAL</b>	\$ 25,024.79	\$ 29,581.90	\$ 33,460.30	\$ 40,173.68	\$ 51,540.60	\$ 111,437.05
Capital social	\$ 25,024.79	\$ 25,024.79	\$ 25,024.79	\$ 25,024.79	\$ 25,024.79	\$ 25,024.79
Utilidad acumulada			\$ 4,557.11	\$ 8,435.51	\$ 15,148.89	\$ 26,515.82
Utilidad del periodo		\$ 4,557.11	\$ 3,878.40	\$ 6,713.38	\$ 11,366.92	\$ 59,896.45
<b>Total pasivo mas capital</b>	\$ 25,024.79	\$ 29,581.90	\$ 33,460.30	\$ 40,173.68	\$ 51,540.60	\$ 111,437.05

**Fuente:** Elaboración propia

## Estado de flujo de caja

Los datos presentados en la siguiente tabla del Estado de Flujo de Caja, reflejan los ingresos y egresos, obteniendo como resultado, el saldo de efectivo al final de un período.

Se aprecia que para el primer año de operaciones el saldo final es de \$23,210.79, para el segundo año se experimenta un incremento de \$28,407.90, esto debido a que se va originando una acumulación de dividendos en cada periodo, dicho flujo de caja crecerá los siguientes años dada esta situación.

Cabe señalar que para la empresa hasta el momento no existe amortización de la deuda, puesto que no se solicitó ningún tipo de préstamo, por tal motivo los saldos son más representativos del flujo de caja.

El flujo nos muestra que al final del quinto año la empresa cuenta con gran capacidad para autofinanciar mayormente sus actividades, por lo que no tiene necesidad de acudir a fuentes externas de financiamiento si pretendieran implementar una reinversión en sus activos.

**Tabla 4.**

	Flujo de caja					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial		\$ 23,210.79	\$ 28,419.90	\$ 32,950.30	\$ 39,833.68	\$ 51,370.60
Ingresos (Utilidad contable)	\$ 25,024.79	\$ 4,557.11	\$ 3,878.40	\$ 6,713.38	\$ 11,366.92	\$ 59,896.45
Egresos	\$ 1,814.00					
Amortización		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación		\$ 652.00	\$ 652.00	\$ 170.00	\$ 170.00	\$ 170.00
<b>Saldo final</b>	<b>\$ 23,210.79</b>	<b>\$ 28,419.90</b>	<b>\$ 32,950.30</b>	<b>\$ 39,833.68</b>	<b>\$ 51,370.60</b>	<b>\$ 111,437.05</b>

**Fuente:** Elaboración propia

## Punto de equilibrio

El valor de ventas indica que para obtener el punto de equilibrio en nuestro negocio se debe dar el 88% del servicio proyectado en el primer año, el 90% para el segundo año, el 85% para el tercer año, para el cuarto año se debe dar el 79% y para el quinto año el 53%. Esto significa que la empresa obtendrá su punto de equilibrio con ventas mayores a la mitad de lo que se tiene proyectado, así que se debe procurar llegar a estos niveles para que la empresa logre cubrir sus costos fijos y variables.

**Tabla 5**

Detalle	Punto de equilibrio (US\$)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje sobre ventas %	88%	90%	85%	79%	53%
Punto de Equilibrio	\$ 121,801.17	\$ 134,247.26	\$ 140,986.91	\$ 149,835.94	\$ 149,911.55
<b>Ventas</b>	<b>\$ 139,070.88</b>	<b>\$ 148,944.91</b>	<b>\$ 165,775.69</b>	<b>\$ 189,796.58</b>	<b>\$ 281,921.86</b>
<b>Porcentaje sobre ventas %</b>	23%	24%	23%	22%	24%
<b>Costos Fijos</b>	<b>\$ 32,140.76</b>	<b>\$ 35,425.02</b>	<b>\$ 38,182.56</b>	<b>\$ 42,621.27</b>	<b>\$ 68,018.69</b>
Mano de Obra Directa	\$ 22,050.00	\$ 23,152.50	\$ 24,310.13	\$ 25,525.63	\$ 26,801.91
Gastos Generales (sin depreciación)	\$ 7,485.71	\$ 9,958.35	\$ 10,825.27	\$ 12,054.10	\$ 15,376.88
Gastos Administración	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación	\$ 652.00	\$ 652.00	\$ 170.00	\$ 170.00	\$ 170.00
Intereses pagados	-	-	-	-	-
Impuestos	\$ 1,953.05	\$ 1,662.17	\$ 2,877.16	\$ 4,871.54	\$ 25,669.91
<b>Porcentaje sobre ventas %</b>	74%	74%	73%	72%	55%
<b>Costos Variables</b>	<b>\$ 102,373.01</b>	<b>\$ 109,641.49</b>	<b>\$ 120,879.75</b>	<b>\$ 135,808.40</b>	<b>\$ 154,006.72</b>
Costo de Venta (sin M.O.D.)	\$ 102,373.01	\$ 109,641.49	\$ 120,879.75	\$ 135,808.40	\$ 154,006.72

**Fuente:** Elaboración propia

El punto de equilibrio en unidades monetarias indica que la empresa tiene que generar en ventas 139,070.88 dólares para alcanzar el equilibrio en el primer año, al compararlo con las ventas se observa que las ventas estimadas resultan mayores que el punto de equilibrio, lo que indica que se está por encima de este requerimiento de ingresos.

**Tabla 6**

	Razones Financieras				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilidad sobre ventas	3%	3%	4%	6%	21%
Rentabilidad sobre inversion	18%	15%	27%	45%	239%

**Fuente:** Elaboración propia

Después de haber realizado los cálculos correspondientes a la determinación de la rentabilidad del negocio, se puede concluir que la página web Arte Pinolero, S.A, obtendrá una rentabilidad sobre ventas del 3% en su primer año de operaciones, para los siguientes años se logra ver que la rentabilidad sobre ventas aumentará en pequeñas proporciones, hasta llegar a 21% en el año cinco. Estos montos fueron encontrados al dividir la utilidad neta entre las ventas totales.

La rentabilidad sobre la inversión, fue determinada al dividir la utilidad neta con la inversión inicial, dando como resultado 18% de rentabilidad sobre inversión para el año uno y en el año cinco se logra cubrir con la rentabilidad 240% de la inversión total.

**Valor actual neto (VAN), Tasa interna de retorno (TIR), Relación beneficio costo (RB/C), Periodo de recuperación de la inversión (PRI).**

**Tabla 7**

	Flujo de fondos											
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5						
Utilidad contable	\$	4,557.11	\$	3,878.40	\$	6,713.38	\$	11,366.92	\$	59,896.45		
Depreciación	\$	652.00	\$	652.00	\$	170.00	\$	170.00	\$	170.00		
Amortización	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-		
Flujo de fondos	\$	(25,024.79)	\$	5,209.11	\$	4,530.40	\$	6,883.38	\$	11,536.92	\$	60,066.45
VAN al 24.2%	C\$ 8,753.83											
TIRM	33%											
Tasa de descuento	0.242											
				FACTOR DEDESCUENTO								
				Año 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5				
					1.24	1.54	1.92	2.38	2.96			
				FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS POR AÑO								
				1	2	3	4	5				
<b>RELACION BENEFICIO COSTO</b>	<b>1.43</b>			4,194.13	2,936.93	3,592.83	4,848.46	20,324.69				
<b>Periodo de Recuperacion</b>				(20,830.65)	(17,893.73)	(14,300.89)	(9,452.43)	10,872.26				

**Fuente:** Elaboración propia

### **Valor actual neto**

Para el cálculo de este indicador financiero se estableció una tasa de costo de capital del 24.20%, en este caso no existe tasa de interés que cobrara el banco por el motivo de que no se solicitó ningún tipo de financiamiento.

Con esta tasa de descuento se estima un VAN de 8,753.83 dólares, siendo este mayor que uno por lo que se considera que la inversión es rentable, ya que esta genera recursos para cubrir sus costos operativos y generar utilidad.

### **Tasa interna de retorno**

La tasa interna de retorno obtenida en las proyecciones es igual al 33%, siendo esta distante a la tasa de descuento aplicada equivalente al 15%, es por ello que se acepta la inversión puesto que a mayor TIR mayor rentabilidad.

### **Relación beneficio costo.**

Se obtienen una relación costo beneficio de 1.43 la cual es mayor que 1 y nos indica que por cada dólar que se invierta este retornara 0.43 centavos de dólar, lo cual es indicativo que se cubren los costos operativos y se genera utilidad.

### **Periodo de recuperación.**

Como se puede observar, el período de recuperación de la inversión es al año quinto, podemos decir que es un tiempo relativamente aceptable para que nuestra empresa recupere la inversión inicial calculada a partir de las entradas de efectivo

## 8. Referencias Bibliografía

Uretra Anderson, Plan de Mercadeo para el Área de Artesanías, trabajo de grado para optar por el título de administrador de empresas, Universidad Autónoma de Occidente. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas/2012.

Poblete Rodrigo, Plan de Negocios para la Fabricación y Comercialización de un Fertilizante Biológico en base a Algas Marina, Seminario de título de Ingeniero Comercial mención Administración, Escuela de Economía y Administración Santiago – Chile/2006

Montenegro Daphne, Plan Estratégico de la Compañía Bisutería Grace Fashion, Programa de especialización en Gerencia de Mercadeo, Universidad Centroamericana UCA/2011

Parra Alfredo, Modelo de Porter y Estrategias De Negocio De de Telecomunicaciones España, Proyecto Final de Carrera, Departament d' Organització d' Empreses/ 2009

### Online

<https://www.elnuevodiario.com.ni/nacionales/472136-intur-turismo-crisis-nicaragua/>

[https://www.laprensa.com.ni/author/lucydalia\\_baca\\_1](https://www.laprensa.com.ni/author/lucydalia_baca_1)

<https://www.infobae.com/america/america-latina/2018/06/09/nicaragua-severa-caida-de-la-economia-de-la-mano-de-la-crisis-politica/>

[https://www.laprensa.com.ni/author/lucydalia\\_baca\\_1](https://www.laprensa.com.ni/author/lucydalia_baca_1)

<https://www.elnuevodiario.com.ni/>

<https://www.google.com.ni/amp/www.elnuevodiario.com.ni/economia/401239-hamacas-masaya-se-mecen-mercado-exterior/%3fview=amp>

<https://www.google.com.ni/amp/www.elnuevodiario.com.ni/economia/422233-artesanos-buscan-nuevos-mercados-caida-exportacion/%3fview=amp>

<http://nicaragua.pordescubrir.com/aumenta-exportacion-artesantias-nicaragua.html>

<http://www.lavozdelsandinismo.com/nicaragua/2014-10-02/conquista-artesania-nicaraguense-nuevos-mercados/>

<https://www.google.com.ni/amp/www.elnuevodiario.com.ni/suplementos/tecnologia/418720-crean-sitio-web-promover-artesantias/%3fview=amp>

<http://www.marketingandweb.es/emprendedores-2/mision-vision-y-valores-de-una-empresa/>

<http://www.elobservadoreconomico.com/imprimir/139>

<http://repositorio.uca.edu.ni/1303/1/UCANI3223.pdf>

<http://www.colombiadigitalmarketing.com/nuestra-empresa-marketing-digital-cartagena/mision-y-vision-marketing-digital-cartagena.html>

<https://yourmarketing360.com/mision-y-vision/>

[https://www.google.com.ni/search?client=safari&channel=iphone\\_bm&ei=PSOoWrS9LMiwzwKO2KCACA&q=estrategia+del+negocio+de+agencia+digital&oq=estrategia+del+negocio+de+agencia+digital&gs\\_l=mobile-gws-serp.12...39935.53597..54983...0...441.7557.0j26j12j0j1.....1..mobile-gws-wiz-serp.....0i71j0i7i30j0i8i7i30j0i8i30j30i10.x0iB4p7nwdk%3D](https://www.google.com.ni/search?client=safari&channel=iphone_bm&ei=PSOoWrS9LMiwzwKO2KCACA&q=estrategia+del+negocio+de+agencia+digital&oq=estrategia+del+negocio+de+agencia+digital&gs_l=mobile-gws-serp.12...39935.53597..54983...0...441.7557.0j26j12j0j1.....1..mobile-gws-wiz-serp.....0i71j0i7i30j0i8i7i30j0i8i30j30i10.x0iB4p7nwdk%3D)

[http://cei.org.ni/images/file/abc\\_exportador\\_2011.pdf](http://cei.org.ni/images/file/abc_exportador_2011.pdf)

<http://repositorio.uca.edu.ni/1270/1/UCANI3435.pdf>

<http://www.tramitesnicaragua.gob.ni/media/Ley%20645.pdf>

<http://destinonegocio.com/pe/emprendimiento-pe/pasos-para-exportar-artesantias/>

<https://sie.fer.es/recursos/richImg/doc/18044/Guia%20de%20artesani%CC%81a.pdf>

<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/140853/Plan-de-negocios-para-la-exportacion-de-articulos-con-tejidos-tipicos-de-Guatemala-a-Chile-aplicando-el-concepto.pdf?sequence=1>

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3375/6/UPS-CT002554.pdf>

<https://www.google.com.ni/amp/s/confidencial.com.ni/la-familia-nica-que-vende-hamacas-por-internet/amp/>

<https://www.google.com.ni/amp/s/www.entrepreneur.com/amphtml/256103>

<http://www.blog-emprendedor.info/como-crear-una-empresa-de-exportaciones-o-importaciones/>

<http://www.nicaraguaexpress.com/>

<http://turismocompatible.blogspot.com/>

<http://www.vivatravelguides.com/>

<http://vianica.com>

<https://www.google.com.ni/amp/s/www.elfinancierocr.com/pymes/cinco-estrategias-para-fijar-el-precio-de-su-producto-conquistar-mercado-y-ganar/J7PJLURQFZF35FAZHHSIDASNL4/story/%3foutputType=amp-type>

<https://hamacasramirosuazoehijo.online.com.ni/>

<http://hamacasnica.com/>

<https://www.blognicaragua.com/2016/09/EnviodehamacasdeNicaragua.html?m=1>

[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/espinoso\\_b\\_e/capitulo1.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/espinoso_b_e/capitulo1.pdf)

<http://repositorio.unan.edu.ni/2081/1/16460.pdf>

<https://www.laprensa.com.ni/2012/06/05/economia/103828-artesantias-tras-el-mercado-externo?>

## 9. Anexos

## Anexo 1

### TESTIMONIO.

#### **ESCRITURA NÚMERO UNO (1). - CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA Y SUS**

**ESTATUTOS.** En la ciudad de Managua, a las siete de la noche del día veintinueve de octubre del año dos mil dieciocho. **ANTE mí: GENESIS GABRIELA TELLERIA ESPINOZA**, mayor de edad, soltera, Abogada y Notario Público de la República de Nicaragua, del domicilio de la ciudad de Managua y debidamente autorizada por la Excelentísima Corte Suprema de Justicia para ejercer la profesión del Notariado durante un quinquenio que expira el día once de diciembre del año dos mil veintiuno, comparecen los señores: **ALEXANDRA LUCIA ARMAS ESPINOZA**, Economista, casada, se identifica con cedula de identidad número cero, cero, uno, guion, cero, uno, tres, uno, dos, ocho, cero, guion, cero, uno, uno, cero, J (001-131280-0110J), **NINOSKA DE FATIMA BORGE**, mayor de edad, soltera, Economista, con domicilio en la ciudad de Managua, identificándose con cédula de identidad número tres, seis, dos, guión, uno, nueve, cero, seis, nueve, uno, guion, cero, cero, tres, K (362-190691-0003K), **ALVARO RAMON GALEANO FLORES**, Administrador de Empresas, soltero, se identifica con cedula de identidad número cero, cero, uno, guion, cero, uno, nueve, cero, dos, nueve, cuatro, guion, cero, cero, dos, cero, H (001-190294-0020-H), **MARVIN ANTONIO SUAREZ PROTOY**, Administrador de Empresas, soltero, se identifica con cedula de identidad número cero, cero, uno, guion, tres, cero, cero, ocho, nueve, cinco, guion, cero, cero, cuatro, cuatro, R (001-300895-0044R) y el señor **HARVY JOSUE SALINAS PROTOY** Administrador de Empresas, soltero, se identifica con cedula de identidad número cero, cero, uno, guion, uno, nueve, cero, cuatro, nueve, cinco, guion, cero, cero, cinco, uno Y (001-190495-0051Y), todos mayores de edad, nicaragüenses y de este domicilio. Doy fe de conocer personalmente a los comparecientes y que, a mi juicio, tienen plena capacidad legal necesaria para obligarse y contratar, especialmente para la celebración de este acto, en el que proceden en sus propios nombres e intereses. En las calidades mencionadas, expresan conjuntamente: Que han convenido en constituir una Sociedad Anónima de carácter Mercantil de conformidad con las leyes de la República de Nicaragua y que al efecto, por la presente Escritura Pública la constituyen

sobre las bases y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas: **PRIMERA: (DE LA DENOMINACIÓN)**: La Sociedad Anónima que ahora se constituye es de carácter mercantil y girará bajo la denominación **“ARTE PINOLERO, SOCIEDAD ANONIMA”**, la cual también podrá ser conocida como **“ARTE PINOLERO S.A.”**, designaciones que se podrán abreviar según lo convengan los accionistas, siendo cualquiera de ellas suficiente para su identificación en cualquier giro o negocio, pudiendo además usar cualquier otro nombre comercial que los accionistas tengan a bien.- **SEGUNDA: (DEL DOMICILIO)**: La sociedad tendrá su domicilio en el Municipio de Managua, Departamento de Managua, República de Nicaragua, pudiendo establecer sucursales, agencias u oficinas en cualquier parte de la República de Nicaragua o fuera de ella, según lo resolviera la Junta Directiva.- **TERCERA: (DE LA DURACIÓN DE LA SOCIEDAD)**: La duración de la Sociedad será de noventa y nueve años contados a partir de la inscripción del Testimonio que se libre de esta Escritura en el Registro Público Mercantil correspondiente. La Sociedad Anónima podrá renovarse todas las veces que deseen los socios, siempre y cuando la ley lo permita.- **CUARTA: (DEL OBJETO)**: La sociedad tiene por objeto: 1.Promover el crecimiento del mercado artesanal a través de una Plataforma Digital ,2. Desarrollo de las empresas artesanas de Nicaragua a través de la publicidad digital, 3. Ser el canal de comercialización más frecuente en las ventas directas a nivel nacional e internacional, 4.Prestacion de servicio de asesoramiento para la comercialización de nuevos productos artesanales, 5. Adquirir y comercializar toda clase de bienes muebles o inmuebles. La sociedad **“ARTE PINOLERO, SOCIEDAD ANONIMA”**, podrá también dedicarse a cualquier otra actividad lícita, pues lo mencionado anterior es explicativo y de ninguna manera limitativa; y podrá realizar cualquier acto que pueda ser útil, conveniente o necesario para lograr sus objetivos.- **QUINTA: (CAPITAL SOCIAL)**: El capital social autorizado de la sociedad será de **CINCUENTA MIL CORDOBAS (C\$50,000.00)**, representado por **CIEN (100) ACCIONES** comunes, nominativas e inconvertibles al portador, con un valor nominal de **QUINIENTOS CORDOBAS (C\$500.00)** cada una, otorgando iguales derechos y obligaciones a los tenedores, este capital podrá ser aumentado emitiendo una o varias series de nuevas acciones por acuerdos de la junta general de accionistas.- **SEXTA: (DEL ENTERO DE CAPITAL SOCIAL)**: El valor de las acciones, se enterará al momento de suscribirlas o en la forma que lo apruebe la Junta

Directiva ya sea en efectivo y/o en bienes muebles, inmuebles, maquinaria o equipo de cualquier clase o intangibles de cualquier naturaleza cuyo avalúo será aprobado por la Junta General de Accionistas.- **SÉPTIMA: (DE LAS ACCIONES Y DEL DERECHO DE SUSCRIPCIÓN PREFERENTE):** Las acciones confieren iguales derechos e imponen iguales obligaciones a los dueños de las mismas. La propiedad de al menos una acción somete al accionista a este pacto social, a las disposiciones de los Estatutos que se emitan y a las resoluciones de la Junta General de Accionistas y Junta Directiva legalmente convocadas y reunidas. Cada acción confiere derecho a los accionistas a los dividendos que se determinen conforme el pacto social y en caso de liquidación de la sociedad a una parte proporcional del activo neto. No habrá acciones remuneratorias, ni los socios fundadores se reservan ningún derecho. El derecho de preferencia para la suscripción de acciones cuando hay aumento de capital regirá por las siguientes reglas: a) Los accionistas tienen derecho preferente a suscribir las nuevas emisiones, con los mismos derechos de las acciones que poseen, y deberá respetarse la proporción que a cada accionista corresponda, y también deberá respetarse la proporcionalidad existente entre las distintas clases de acciones. El derecho a esta suscripción deberá ejercitarse dentro del término de quince días después de emitida la nueva emisión. En caso que no se hiciera uso de este derecho, la proporción de los demás acrecerá o aumentará; b) Deben haberse suscrito y pagado las emisiones anteriores; c) El derecho de preferencia se tendrá también para la venta de acciones que deseen efectuar los accionistas de la sociedad, posteriores a la suscripción inicial de acciones. Para hacer efectivo este derecho el accionista que desee transmitir sus acciones manifestará a la Junta Directiva por medio de Secretaría su deseo de transferirlas, y dicha oferta, se hará conocer a los accionistas para que manifiesten dentro del término de treinta días su deseo de adquirir tales acciones. Si los accionistas no adquieren las acciones, el accionista podrá venderlas a terceras personas. El derecho de preferencia es renunciable en cualquier momento.- **OCTAVA: (DE LAS JUNTAS GENERALES DE ACCIONISTAS):** Las Juntas Generales de Accionistas se regirán por las siguientes reglas: **a) (De la autoridad de la Junta General de Accionistas):** La Junta General de Accionistas es la autoridad suprema de la Sociedad y puede estar conformada por personas naturales, jurídicas, nacionales o extranjeras; o una combinación de todo lo indicado anteriormente; **b) (De los**

**acuerdos):** Todo acuerdo tomado legalmente por la Junta General de Accionistas debidamente convocada y constituida será obligatorio para todos los accionistas, aún para los ausentes o disidentes, ya que se establece entre los mismos accionistas la sumisión al voto de la mayoría que corresponda; **c) (De las reuniones):** La Junta General de Accionistas celebrará reuniones ordinarias y extraordinarias; **d) (De las reuniones ordinarias):** Las reuniones ordinarias se celebrarán una vez al año dentro de los cuatro meses siguientes al cierre del ejercicio fiscal y en ella se elegirá a la Junta Directiva y al Vigilante cuando corresponda; y se tomarán las decisiones que le competen a la Junta General Ordinaria; **e) (De las reuniones extraordinarias):** Las Juntas Generales Extraordinarias tendrán lugar cuando lo crea conveniente la Junta Directiva o lo pidan por escrito con expresión del objeto y motivo, accionistas cuyas participaciones reunidas representen al menos el mínimo requerido por la ley para este propósito o sea la vigésima parte del Capital Social; **f) (De las convocatorias para las Juntas Ordinarias y Extraordinarias):** Para celebrar las sesiones de la Junta General, el Secretario de la Junta Directiva hará previa citación con quince días de anticipación al día de la reunión, señalando entre otras cosas el lugar, día y hora en que debe celebrarse la reunión e indicación de la agenda de la misma; **g) (Del quórum):** El quórum para la reunión se formará con la asistencia de accionistas que representen el sesenta por ciento (60%) del capital social. Si en el día, hora y lugar expresado no pudiere verificarse la sesión por falta de quórum o por cualquier otra causa, el Secretario deberá hacer nueva citación con al menos diez (10) días de anticipación al día de la reunión, habiendo quórum en esta segunda convocatoria con cualquier número de acciones que estén representadas en la reunión; **h) (De las citaciones):** Las citaciones para las Juntas Ordinarias se harán por medio del Diario Oficial "La Gaceta", y por cualquier diario de circulación nacional o además por carta, télex o fax, correo electrónico dirigido a cada accionista, y las citaciones para las Juntas Extraordinarias se harán por medio del Diario Oficial "La Gaceta", y cualquier medio de comunicación escrito, siendo obligación de la Junta de Directores enviar las citaciones oportunamente por carta aérea, facsímile o correo electrónico a todos los accionistas no residentes en la República de Nicaragua, de cualquiera de las formas que se realicen se tendrán efectivamente convocada si el accionista acusa recibo de la citación. En este caso, se dará por convocado aquel

accionistas que acuse recibo de la correspondencia de convocatoria, dirigiendo al secretario de la Junta Directiva una nota o carta expresando estar sabido de la convocatoria y que asistirá, en su caso, de lo contrario si no pudiera asistir podrá hacerse representar en las Juntas por carta-poder, télex, fax, correo electrónico o cualquier otro medio o instrumento expresando su voluntad de ser representado por determinada persona. El documento habilitador deberá ser dirigido al Presidente, quien dará lectura del mismo ante la Asamblea de que se trate; **i) (De las reuniones sin previa citación ni convocatoria):** Cualquier reunión de la Junta General de Accionistas será válida aún sin previa citación, ni convocatoria, si la totalidad de las acciones están presentes o representadas en la Junta; **j) (Reuniones fuera de Nicaragua):** La Junta General de Accionistas podrá celebrar sus sesiones en su domicilio, en cualquier lugar de la República o fuera de Nicaragua, es decir en cualquier parte del mundo, siempre y cuando se respete lo pactado para los acuerdos, las reuniones de Junta General Ordinaria y Extraordinaria, convocatoria, quórum, citaciones y reuniones sin previo aviso de la Junta General de Accionistas.- **NOVENA: (DE LAS RESOLUCIONES DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS):** En toda sesión de la Junta General de Accionistas será necesario para que haya resolución o acuerdo, el voto conforme de los accionistas que representen por lo menos la mitad más uno de las acciones presentes en la respectiva reunión. De manera excepcional, se requerirá la presencia del setenta y cinco por ciento y el voto favorable de por lo menos el sesenta por ciento de las acciones emitidas y en circulación para resolver sobre lo siguiente: a) Disolución anticipada de la sociedad; b) Prórroga de su duración aun cuando hubiere transcurrido el término señalado en el contrato social para la duración de la sociedad; c) Fusión con otra sociedad y/o escisión; d) Reducción del capital social; e) Reintegración o aumento del mismo capital sea mediante la capitalización de superávit o fondos de reserva o revalorización de nuevas acciones; f) Cambio de objeto de la sociedad. Todas las resoluciones de la Junta General de Accionistas, sean estas ordinarias o extraordinarias, deberán ser incorporadas en el Libro de Actas que para ese efecto tenga la sociedad y para que tengan validez deberán estar firmadas por el Presidente y el Secretario de la Junta Directiva de la empresa y por todo aquel accionista que desee hacerlo.- **DÉCIMA: (DE LOS SOCIOS FUNDADORES):** Los Socios Fundadores declaran expresamente que no se reservan ninguna ventaja, privilegio o

derecho particular.- **DÉCIMA-PRIMERA: (DE LA ADMINISTRACIÓN):** La administración se registrá por las siguientes normas: **a) (Del número de Directores):**La administración, dirección y manejo de la sociedad estará a cargo de una Junta Directiva compuesta por un mínimo de tres directores, pudiendo aumentar el número de Directores hasta seis, sin perjuicio de que en cualquier momento un director ejerza más de un cargo; **b) (Del ejercicio del cargo):** Podrán ser Directores, además de personas naturales, las personas jurídicas, las cuales ejercerán el cargo por medio de sus representantes o por medio de apoderado especial, nombrado por carta, télex o fax, correo electrónico o cualquier otro medio. **c) (Del nombramiento de los Directores):** Los Directores serán nombrados por la Junta General de Accionistas de acuerdo a lo establecido en el Pacto Social; es decir, con la mitad más uno del capital social. Los directores pueden ser personas naturales o jurídicas. **d) (De la revocación de los directores):** En caso de cualquier revocación que hubiere de hacerse de un Director durante el mismo período, ésta se hará por la mayoría de votos de las acciones presentes en la Junta General legalmente constituida. **e) (Del período de los Directores):** Los Directores durarán en sus funciones cinco años, pudiendo ser reelectos para diferentes períodos consecutivos, siendo entendido que continuarán ejerciendo sus funciones mientras no sean nombrados quienes los sustituyan. Bastará certificación del Secretario de la Junta Directiva o de un Notario para demostrar que un Director continúa en su cargo. **f) (Del quórum):** El quórum para las sesiones de la Junta Directiva se formará con la presencia de la mayoría simple de los Directores que integran la Junta Directiva; en todo caso siendo necesario para que haya resolución o acuerdo, el voto conforme de la mayoría simple de los Directores presentes en la respectiva sesión. **g) (De la convocatoria):** Las convocatorias para reunión de Junta Directiva serán hechas por el Secretario por orden del Presidente o la mayoría de los miembros de la misma, por medio de carta, télex, fax, correo electrónico o cualquier otro medio dirigido a todos los miembros con cinco días de anticipación, con expresión de los asuntos a tratarse en la reunión, válido para las reuniones dentro y fuera de Nicaragua. **h) (De las reuniones fuera de la República de Nicaragua):** Los Directores podrán celebrar reuniones fuera de Nicaragua siempre y cuando se observen todas las formalidades, quórum y convocatoria antes expuestos. **i) (De las reuniones sin previa citación ni convocatoria):** Cualquier reunión

de la Junta Directiva será válida aún sin previa citación, ni convocatoria, si están presentes todos los directores en la reunión; **j) (De los poderes de la Junta Directiva):** La Junta Directiva en la Administración de la sociedad tendrá **PODER GENERALISIMO** y podrá instituir mandatarios generalísimos, generales o especiales, quienes tendrán las facultades que la Junta Directiva estime conveniente; **k) (De los cargos en la Junta Directiva):** La Junta Directiva nombrará de entre sus miembros a un Presidente, un Vicepresidente, un Secretario y un Tesorero de la sociedad, pudiendo recaer más de un cargo en una sola persona natural o jurídica. El orden mencionado, es el que se deberá observar en el caso del inciso siguiente de esta cláusula. Los cargos de Presidente y Secretario no pueden recaer en una misma persona; **l) (De las faltas temporales de los Directores).** Las faltas temporales de los Directores serán llenadas en orden ascendente de cargos y las faltas absolutas por la Junta General de Accionistas. Las faltas del Presidente serán llenadas por el Vicepresidente; **m) (Del veto de las resoluciones de la Junta Directiva).** Las resoluciones, acuerdos, actos, hechos, órdenes, poderes, mandatos, instrucciones que apruebe la Junta Directiva podrán ser vetados por la Junta General de Accionistas por el voto a favor de los accionistas que represente el ochenta por ciento (80%) del capital social, suscrito y pagado. Por las siguientes causas: a) Motivos de forma: Si se ha omitido la convocatoria del directorio, o de algún director, o si la decisión se adoptó violando las reglas del quórum, o de mayorías u otros recaudos de funcionamiento. b) Motivos de fondo: Cuando la decisión es contraria a la ley, al objeto de la sociedad, a los estatutos, a las decisiones o al interés social. El derecho al veto deberá ser ejercido en el término de sesenta días posteriores a la fecha de toma de la decisión y posteriormente la Junta General de Accionistas tiene treinta días para resolver el veto interpuesto. En caso fuese imposible que la Junta General de Accionistas se reúna en el término indicado entonces el Presidente de la Junta Directiva hará constar así en una constancia extendida ante notario público, en la cual, deberá indicar la fecha en que se reunirá la Junta General de Accionistas para resolver el veto.- **DÉCIMA-SEGUNDA: (DE LA REPRESENTACIÓN):** Uno) El Presidente de la Junta Directiva tendrá la representación legal, judicial y extrajudicial de la sociedad con facultades de un **APODERADO GENERAL DE ADMINISTRACION**, sin perjuicio de la

Representación que le corresponda a la Junta Directiva y de las Delegaciones u otros poderes que confieran en casos especiales; teniendo el Presidente las más amplias facultades, pudiendo otorgar Poderes Generales Judiciales, de Administración, Especiales y de todo tipo sin necesidad de autorización, pudiendo celebrar toda clase de contratos y obligaciones a nombre de la sociedad, vender, donar, hipotecar, o cualquier otra manera de gravar o enajenar los bienes muebles e inmuebles de la sociedad. **DÉCIMA-TERCERA:**

**(DEL GERENTE GENERAL, DE LOS GERENTES Y VICE-GERENTES):** La Junta Directiva podrá nombrar un Gerente General y los Gerentes y Vice-Gerentes que se consideren necesarios. Podrá ser nombrada para el cargo de Gerente General, Gerente y Vice-Gerente, cualquier persona natural, sea o no accionista de la Sociedad. El Gerente General, los Gerentes y Vice-Gerentes tendrán las facultades y atribuciones que le confieren los Estatutos, la Junta Directiva y el respectivo Poder. **DÉCIMA-CUARTA: (DE LA**

**FISCALIZACIÓN):** La fiscalización y vigilancia de la Sociedad estará regida por los siguientes incisos: a) (Del vigilante). La Vigilancia de la Sociedad y la fiscalización de la Administración estará a cargo de un Vigilante quien podrá ser, o no, accionista y será nombrado en la Junta General de Accionistas con el voto de los accionistas que representen por lo menos la mitad más una de las acciones presentes en la misma sesión en que se nombren los Directores; b) (De la duración en el cargo). El Vigilante durará cinco años en su cargo y continuará en él, mientras no se nombre quien lo sustituya. c) (De las faltas temporales y absolutas). Las faltas temporales del vigilante serán llenadas por el suplente respectivo, si este fuere nombrado. Las faltas absolutas serán llenadas por la Junta General de Accionistas cuando lo creyere conveniente, nombrando a quien lo sustituya. d) (De la remoción del Cargo). Además podrá ser removido de su cargo en cualquier tiempo por la Junta General de Accionistas. **DÉCIMA-QUINTA: (DEL EJERCICIO ECONÓMICO Y**

**BALANCE):** El ejercicio económico de la sociedad empezará el primero de Enero y terminará el treinta y uno de Diciembre de cada año.- **a) (De la variación del ejercicio económico).** La Sociedad por medio de sus representantes, podrá fijar el ejercicio económico que más les convenga, sin mayores requisitos que una resolución de la Junta Directiva. La Junta Directiva podrá variar las fechas de cierre del ejercicio económico dictando las providencias que estime conveniente; **b) (De la presentación de la declaración de las rentas**

**obtenidas).** Cuando la ley lo permita, la Sociedad por medio de sus representantes y con las autorizaciones necesarias que determine la ley, podrá presentar la declaración de las rentas obtenidas en los períodos señalados por la ley o que más le convenga. Además aprovechará las prórrogas de los plazos, términos y períodos permitidos y autorizados por la ley; **c) (De la amortización).** Si la ley lo permite, la Sociedad por medio de sus representantes, podrá escoger a su conveniencia, el plazo y cuantía anual de las cuotas de amortización de gastos diferidos o de depreciación de activos fijos nuevos o adquiridos en el exterior; **d) (Del inventario y balance).** Al finalizar el ejercicio económico se practicará un inventario general de los bienes sociales y de acuerdo con el mismo y los resultados de la Contabilidad se formará el Balance General con Estado de Ganancias y Pérdidas. Los activos fijos deberán valorarse al precio de adquisición, disminuido este en cada ejercicio, según una racional depreciación. Las acciones y otros valores que formen la cartera deberán valorarse de acuerdo con una apreciación realista de la Junta Directiva después de consultar con los auditores de la Sociedad. El Balance deberá reflejar claramente la situación financiera de la sociedad y deberá incluirse en él, bien sea por el sistema de reservas complementarias del activo o por el de reducción del mismo, los castigos por obsolescencia, por depreciación y por pérdidas que correspondan conforme a una sana práctica contable. En todo caso se harán conocer junto con los informes, los criterios de valuación seguidos en la formación del balance, los cuales deberán ser constantes aunque la Junta General de Accionistas pueda variarlos en casos extraordinarios.-

**DÉCIMA-SEXTA: (DE LAS UTILIDADES Y RESERVAS):** Se tendrá por utilidad líquida anual el saldo que resulte después de deducir de las entradas brutas, los gastos generales y de administración, los costos de producción y de adquisición, los impuestos e intereses que se causaren y los castigos por depreciación, obsolescencia o por cualquiera otra causa reconocida por una sana práctica contable o por la ley. Se destinará a la constitución de un fondo de reserva una cantidad no inferior a la vigésima parte de las ganancias líquidas de la sociedad, hasta que dicho fondo represente, por lo menos, la décima parte del capital social.

**DÉCIMA-SEPTIMA: (DE LA DISOLUCIÓN):** Son causas de disolución todas las establecidas en el Código de Comercio vigente de Nicaragua. La Junta General de Accionistas, elegirá a una persona liquidadora o a una Junta liquidadora, según lo creyere conveniente, quien(es)

actuará(n) de acuerdo a lo establecido en el Código de Comercio de Nicaragua sobre liquidación de las Sociedades. Una vez cumplido el procedimiento y forma que señala el Código de Comercio de Nicaragua sobre disolución de sociedades, se procederá a nombrar al liquidador o la Junta liquidadora quien conforme a lo establecido en la ley de la materia deberá formular la distribución del haber social entre los accionistas de conformidad con las regulaciones existentes, y esta distribución deberá ser sometida al conocimiento de la Junta General de Accionistas para su aprobación. La liquidación y distribución que se menciona anteriormente, deberá ser hecha y terminada dentro del plazo que para tal efecto señalare la Junta General de Accionistas. En sus funciones la Junta liquidadora tendrá las facultades y deberes que señalen las leyes aplicables y la Junta General de Accionistas.

**DÉCIMA-OCTAVA: (DE LA SUSCRIPCIÓN DE ACCIONES):** En este acto los comparecientes hacen constar que suscriben y pagan las acciones representativas del cien por ciento del capital social, de la siguiente forma: la señora **ALEXANDRA LUCIA ARMAS ESPINOZA** suscribe veinte **(20)** acciones y paga en efectivo la suma de diez mil córdobas (C\$10,000.00), el señor **MARVIN ANTONIO SUAREZ PROTOY** suscribe veinte **(20)** acciones y paga en efectivo la suma de diez mil córdobas (C\$10,000.00), el señor **HARVY JOSUE SALINAS PROTOY** suscribe veinte **(20)** acciones y paga en efectivo la suma de diez mil córdobas (C\$10,000.00), el señor **ALVARO RAMON GALEANO FLORES**, suscribe veinte **(20)** acciones y paga en efectivo la suma de diez mil córdobas (C\$10,000.00) y la señora **NINOSKA DE FATIMA BORGE** suscribe veinte **(20)** acciones y paga en efectivo la suma de diez mil córdobas (C\$10,000.00), suscribiéndose y pagándose así el total de las acciones. **DECIMA-NOVENA: (DEL ARBITRAJE):** Toda desavenencia que surja entre los accionistas, entre éstos y la sociedad o el Gerente General, la Junta de Directores o sus miembros o demás funcionarios u órganos de la sociedad, por la interpretación o aplicación de la Escritura Social o los Estatutos, por la administración, con motivo de la disolución y liquidación de la sociedad o relativo al avalúo de los bienes sociales o a cualquier otra cuestión, no podrá ser llevada a los Tribunales de Justicia, sino que será dirimida y resuelta sin recurso ulterior alguno por arbitraje, organizado de conformidad con lo que se disponga en los Estatutos. **VIGESIMA: (DE LOS ESTATUTOS):** Los comparecientes como accionistas de la Sociedad en este acto deciden constituirse en Junta General de Accionistas en la cual se

encuentran presentes la totalidad de las acciones suscritas y pagadas de la sociedad hasta la fecha, y se somete a la consideración de la Junta General de Accionistas el proyecto de Estatutos de la misma que se discute ampliamente y se aprueba por unanimidad de votos en la siguiente forma: De los Estatutos. Disposición única. Para mayor brevedad de los presentes estatutos en el cuerpo del mismos se entenderá: Por Directiva, la Junta Directiva; por Directores, los miembros de la Junta Directiva; y por Junta General, la Junta General de Accionistas de la Sociedad. **ARTÍCULO UNO: (DE LA DENOMINACIÓN, DOMICILIO, DURACIÓN Y OBJETO)**: La denominación, domicilio, duración y objeto de la Sociedad serán los establecidos en las cláusulas primera, segunda, tercera y cuarta de la escritura respectivamente. **ARTÍCULO DOS: (DEL CAPITAL Y ENTERO DEL CAPITAL SOCIAL)**: El Capital Social lo constituye como ya se dijo, la suma de **CINCUENTA MIL CÓRDOBAS (C\$50,000.00)**, dividido en **CIEN (100) ACCIONES** comunes, nominativas e inconvertibles al portador con valor nominal de **QUINIENTOS CÓRDOBAS (C\$500.00)** cada una.- **ARTÍCULO TRES: (DEL AUMENTO O REDUCCION DEL CAPITAL SOCIAL)**: El aumento del Capital Social se podrá hacer mediante la emisión de nuevas acciones. En todo caso, para aumento o reducción de capital social, se deberá contar con el voto conforme del sesenta por ciento de las acciones emitidas y en circulación, de conformidad con lo estipulado en la cláusula novena de la presente Escritura. Dicho aumento o reducción de capital social deberá ser aprobado judicialmente e inscrito en el Registro Público Mercantil correspondiente. **ARTÍCULO CUATRO: (DE LOS TÍTULOS PROVISIONALES)**: Mientras no se hayan emitido los Títulos definitivos o no esté totalmente pagado el valor de las acciones o en los casos de aumento de capital, se otorgarán a los suscriptores títulos o resguardos provisionales que se cambiarán por los Títulos Definitivos una vez que se hubiere pagado totalmente el valor de las acciones. Las acciones deberán acompañarlas un talonario que contendrá el nombre de la Sociedad, el nombre de a quien se extendieron y de las personas a quien se transfirieron así como sus fechas. **ARTÍCULO CINCO: (DE LOS TÍTULOS DEFINITIVOS)**: Los Títulos Definitivos de las acciones serán impresos litografiados o escritos a máquina o a mano y llevarán los nombres y apellidos del dueño en la cara principal, serán sellados con el respectivo sello de la Sociedad y deberán expresar como requisito mínimo lo establecido en el artículo Doscientos veintiséis (226) del Código de

Comercio de Nicaragua vigente. Los resguardos provisionales no necesitan ser impresos o litografiados y contendrán los mismos requisitos que los Títulos Definitivos en su caso.-

**ARTÍCULO SEIS: (DE LOS TÍTULOS QUE REPRESENTAN UNA O MÁS ACCIONES):**

Podrán emitirse títulos que amparen una o más acciones. Los títulos también podrán sustituirse a elección y por cuenta de los accionistas, por otro u otros títulos de distinto valor y que amparen distintas cantidades de acciones que representen exactamente en todo caso, el mismo número de acciones cubiertas por los títulos primitivos, en el caso del traspaso parcial de un título se podrán emitir a solicitud de los interesados los títulos que correspondan. **ARTÍCULO SIETE: (DEL LIBRO DE REGISTRO DE ACCIONES):**

Para las acciones nominativas, se llevará por el Secretario en el domicilio de la Sociedad un Libro de Registro de Acciones, con indicación de todos los accionistas, número de acciones que cada uno posea, su domicilio y dirección, así como la transferencia de las acciones y los nombres y apellidos de los adquirentes. Para los efectos legales serán accionistas las personas cuyas acciones están registradas o figuren a su nombre en el Libro de Registro de Acciones.

**ARTÍCULO OCHO: (DE LA TRANSFERENCIA DE ACCIONES):** Las acciones nominativas, serán transferibles por medio de endoso y mediante la correspondiente inscripción en el Libro de Registro de Acciones de la Sociedad. Adquirida una acción nominativa de acuerdo con lo dispuesto anteriormente será registrado por el Secretario a favor del nuevo propietario a menos que hubiere duda fundada respecto a la autenticidad del endoso y transferencia. La propiedad y transferencia de acciones no producirá efectos para la sociedad, para los accionistas, ni para terceros, sino desde la fecha de la respectiva inscripción en el Libro de Registro de Acciones y este último requisito constituirá la única prueba de propiedad. En caso de adjudicación de acciones por causa de muerte del accionista, el adjudicatario de dichas acciones hará inscribir su nombre en el Libro de Registro de Acciones, previa exhibición del Testamento, si lo hubiere, de la respectiva declaratoria de herederos y acta de adjudicación, de todo lo cual se tomará nota en el Libro de Registro de Acciones. **ARTÍCULO NUEVE: (DE LAS FRACCIONES Y REPRESENTACIÓN**

**COMÚN DE LAS ACCIONES):** La sociedad no reconoce, ni admite fracciones de acciones. Si dos o más personas tienen participación en una o más acciones, éstas podrán ser extendidas a nombre conjunto de tales personas, bajo la fórmula “y” como nexo entre los

nombres de los copropietarios, pero en este caso la sociedad no está obligada a registrar, ni a reconocer la propiedad, mientras no se indicare cuál de estas personas tendrá ante la Sociedad y en las Juntas, la representación de la acción o acciones en el ejercicio de sus derechos. **ARTÍCULO DIEZ: (DE LA REPRESENTACIÓN DE LOS MENORES E INCAPACES)**: Las acciones de los menores de edad o incapacitados serán representadas por sus respectivos representantes legales. Las personas jurídicas serán representadas por sus respectivos representantes legales o por las personas que estos designen mediante poder, carta, télex, fax, correo electrónico o cualquier otro medio. **ARTÍCULO ONCE: (DE LA REPOSICIÓN DE LOS TÍTULOS)**: Si algún título o certificado fuere mutilado o estuviere muy manchado, el Presidente y Secretario de la Junta de Directores a solicitud del dueño y con la simple presentación del documento ordenarán que éste se cancele y se extienda uno nuevo al interesado. **ARTÍCULO DOCE: (DE LOS TÍTULOS INUTILIZADOS)**: Los Títulos anulados o inutilizados llevarán estampada la palabra "ANULADO". El Título anulado se guardará por el Secretario. Cuando se haya transferido una parte de las acciones a que se refiere el título anulado, se inutilizará éste y se emitirán otros que amparen las mismas acciones. No se emitirá un nuevo título sin haberse inutilizado el anterior. Esto mismo se observará cuando por cualquier motivo hubiere canje de títulos. En lo no regulado en el Pacto Social y Estatutos Sociales para estos casos, se estará a lo dispuesto por la ley de Títulos Valores Vigente a la fecha en la República de Nicaragua. **ARTÍCULO TRECE: (DEL DERECHO A LA INFORMACIÓN DE LOS ACCIONISTAS)**: Los accionistas tienen derecho, de acuerdo al Código de Comercio de Nicaragua, a conocer el movimiento administrativo de la Sociedad y el empleo de los fondos sociales con solo acreditar el carácter de accionista. Para facilitar la administración de la sociedad y consecución del objeto social se establece la obligación de la Junta Directiva de informar a los socios el movimiento administrativo de la Sociedad y empleo de los fondos sociales, así como de presentar los libros, documentos, papeles, que deberán ser sometidos al análisis de los socios en las Asambleas Generales. Toda esta documentación deberá estar a disposición de las personas que representan las acciones al momento de convocar a la Asamblea General de Accionistas. Cuando no lo hicieren podrá hacer uso cualquier socio del derecho a la información. Si los accionistas quieren ejercer este derecho antes de la obligación de los

Administradores de rendir su informe, entonces lo deberán pedir al menos un número de acciones que represente el veinticinco por ciento (25%) del capital social de la empresa. Por la falta de la Junta Directiva y el Gerente de ejercer su obligación de informar, la Junta General de Accionistas por mayoría simple de las acciones presentes podrá destituir a los miembros responsables de la Junta Directiva, al Gerente o los Gerentes de la Sociedad, en su caso. **ARTÍCULO CATORCE: (DE LAS JUNTAS GENERALES):** La Sociedad será gobernada por la Junta General, la cual legalmente reunida, constituirá la Suprema Autoridad de ésta. Habrá Juntas Generales Ordinarias y Extraordinarias. **ARTÍCULO QUINCE: (DE LAS JUNTAS GENERALES ORDINARIAS):** Las Juntas Generales Ordinarias se reunirán una vez al año dentro de los cuatro meses siguientes al cierre del ejercicio fiscal para conocer y recibir el informe de la Directiva y del Vigilante, examinar el balance anual respectivo y el plan de distribución de utilidades que deberá tener preparado la Junta Directiva, conocer las cuentas y actos de la administración social y resolver, aprobando o no esos asuntos y los que sean consecuencia lógica o natural de los mismos. **ARTÍCULO DIECISÉIS: (DE LAS JUNTAS GENERALES EXTRAORDINARIAS):** Las Juntas Generales Extraordinarias tendrán lugar siempre que lo crea conveniente la Junta Directiva o lo pidan por escrito, con expresión del objeto y motivo, accionistas cuyas participaciones reunidas representen la vigésima parte del capital social suscrito y pagado. **ARTÍCULO DIECISIETE: (DE LA JUNTAS GENERALES DE ACCIONISTAS SIN PREVIO AVISO):** Cualquier reunión de la Junta General de Accionistas será válida, aún sin previo aviso, si la totalidad de las acciones están presentes o representadas en la Junta, en cuyo caso podrá celebrarse la reunión en cualquier parte de la República o fuera de ella. En caso que la reunión se celebre en el extranjero se levantará un acta de la sesión firmada por los accionistas asistentes, la cual será incorporada en su caso en el Libro de Actas de la Sociedad mediante asiento extendido por el Secretario cuando no se dispusiere del mismo. Las reuniones en el extranjero, serán válidas si se observaran las formalidades de convocatorias, quórum de asistencia y votación, tal se tratara de reunión dentro de la República de Nicaragua. **ARTÍCULO DIECIOCHO: (DEL RESUMEN EN LA CONVOCATORIA):** En la convocatoria para las Juntas Extraordinarias se hará una lista

del asunto o asuntos que se tratarán en la reunión. Se hará igual lista en la convocatoria para las Juntas Ordinarias. **ARTÍCULO DIECINUEVE: (DE LA VALIDEZ DE LOS ACUERDOS DE LA JUNTA):** Todo acuerdo tomado legalmente por la Junta debidamente constituida, será obligatorio para todos los accionistas, aún para los disidentes y los ausentes, ya que se establece entre los mismos accionistas la sumisión al voto de la mayoría que corresponda. Todo acuerdo para que sea válido deberá constar en el Acta de la sesión respectiva, que se asentará en el Libro de Actas que debidamente legalizado llevará para ese efecto la sociedad y la cual será firmada por el Presidente y el Secretario de la Sociedad, o los que hagan sus veces en la sesión y por los concurrentes que deseen hacerlo. En el Acta se expresará el nombre y apellido de los socios que concurran personalmente, el de los que estén representados y de quien los represente, la cantidad de acciones que cada uno posee y las resoluciones que se dictaren con indicación de la fecha, hora y lugar en que se celebre la sesión. **ARTÍCULO VEINTE: (DE LA PROTESTA DE LOS ACCIONISTAS):** Todo accionista tiene derecho a protestar contra las deliberaciones y resoluciones tomadas en oposición a las disposiciones de la ley, del Contrato Social y de los presentes Estatutos, el que no lo hiciere será responsable de la misma manera que los accionistas que hayan votado a favor. **ARTÍCULO VEINTIUNO: (DE LA REPRESENTACIÓN DE LOS ACCIONISTAS EN LA JUNTA):** Si un accionista no pudiere o no quisiere concurrir personalmente a una sesión, podrá hacerse representar por medio de cualquier otra persona, bastando para ello y para legitimar la personería de ésta, una carta-poder que puede ser enviada vía correo electrónico, télex o fax, en donde se haga constar claramente la voluntad del accionista y se encuentre debidamente firmada. Cualquier persona sea o no accionista puede representar cualquier número de acciones. **ARTÍCULO VEINTIDOS: (DE LAS ATRIBUCIONES DE LA JUNTA GENERAL):** Son atribuciones de la Junta General: Uno) Elegir los miembros de la Junta Directiva y al Vigilante; Dos) Aprobar o desaprobar los actos de la Junta Directiva y acordar contra los Directores cualquier acción de responsabilidad, transar sobre la misma y renunciarla; Tres) Hacer el examen y aprobación de los balances generales, estados financieros de la Sociedad y de los informes presentados por la Junta Directiva; Cuatro) Remover de sus puestos a los miembros de la Junta Directiva y al Vigilante; Cinco) Conocer el plan de aplicación de utilidades, aprobarlo,

modificarlo o no aprobarlo; Seis) Decretar el reparto de dividendos o participaciones a los accionistas; Siete) Aprobar o desaprobar el dictamen del Vigilante; Ocho) Discutir y resolver las mociones que presente la Junta Directiva o uno o más de los

accionistas; Nueve) Disponer el aumento del monto de las utilidades destinadas a la formación de fondo de reserva legal y señalar el límite del mismo, la creación y manera de formar las otras reservas especiales y monto de las mismas; Diez) Asignar los sueldos y remuneraciones de los miembros de la Junta Directiva y del Vigilante; Once) Aprobar el cambio de domicilio de la sociedad; Doce) Todas las demás atribuciones que le señale la ley, el contrato social y los presentes Estatutos. **ARTÍCULO VEINTITRES: (DE LA**

**DURACIÓN EN EL CARGO DE LOS DIRECTORES):** Los Directores durarán en sus funciones cinco años, y continuarán sus funciones mientras no sean nombrados quienes los sustituyan. En estos casos para justificar su personería cuando fuere necesario, bastará que el Secretario de la Junta Directiva o un Notario, extienda una certificación en que se haga constar la circunstancia de que no han sido sustituidos en sus respectivas funciones, por aparecer así en el Libro de Actas de la Sociedad. **ARTÍCULO VEINTICUATRO: (DE LA**

**RENUNCIA DE LOS DIRECTORES):** Los Directores podrán renunciar a sus cargos en cualquier tiempo, dando aviso de su intención a la Junta Directiva con quince días de anticipación, y tal renuncia tendrá efecto a la expiración de este término o antes si fuere aceptado. **ARTÍCULO VEINTICINCO: (DE LAS FALTAS ABSOLUTAS DE LOS**

**DIRECTORES):** Las faltas absolutas de los Directores serán llenadas por la Junta General en la forma indicada en la cláusula Décima-Primera de esta Escritura. **ARTÍCULO**

**VEINTISEIS: (DE LAS SESIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA):** La Junta Directiva celebrará sesiones cuando lo estime conveniente en el lugar y fecha que ella misma acordare, previa citación hecha por el secretario por orden del Presidente, citación que se hará carta, télex o fax, correo electrónico o cualquier otro medio dirigido a todos los miembros con cinco días de anticipación por lo menos, con expresión de los asuntos a tratarse en la reunión. El Presidente de la Sociedad, o quien ejerciere sus funciones tendrán autoridad para convocar a la Junta Directiva en cualquier tiempo en que lo considere conveniente, o cuando lo pidan por escrito dos Directores, bastando para ello que al efecto

se haga la citación de la forma antes prescrita. La certificación del Secretario de haber hecho la citación será prueba suficiente de que tales avisos fueron enviados.- **ARTÍCULO VEINTISIETE: (DEL QUÓRUM EN LA JUNTA DIRECTIVA)**: Solamente cuando estuvieren presentes la mayoría simple de los Directores podrá la directiva conocer y resolver de asuntos comprendidos en la citación. La Directiva podrá celebrar sesión válidamente antes de haber transcurrido el término de la citación o sin necesidad de convocatoria cuando todos los miembros estuvieren presentes. Así mismo serán válidas cuando los directores ausentes renunciaren a dicho término con anterioridad o posterioridad de la sesión, renuncia que se hará constar mediante certificación del Secretario, la cual constituirá prueba suficiente de tal circunstancia. **ARTÍCULO VEINTIOCHO: (DE LAS SESIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA FUERA DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA)**: La Junta Directiva podrá celebrar sesiones en cualquier lugar fuera de la República de Nicaragua siempre y cuando se observen todas las formalidades para las reuniones dentro de Nicaragua. **ARTÍCULO VEINTINUEVE: (DEL LIBRO DE ACTAS DE LA JUNTA DIRECTIVA)**: Se llevará un Libro de actas de las sesiones de la Directiva que podrá ser el mismo de la Junta General de Accionistas, en donde se asentará la relación de todo lo que sucede en cada una de las sesiones y se hará constar la asistencia de los miembros. Tales actas, para su validez serán suscritas por al menos el Presidente y Secretario, teniendo derecho de consignar el voto disidente, voto razonado o la protesta firmado por el mismo director que no estuviere de acuerdo con lo resuelto, a efecto de salvar su responsabilidad. Desde ya se acuerda que las Actas que en las sesiones de la Junta Directiva se debe procurar sean firmadas por todos los directivos. **ARTÍCULO TREINTA: (DE LAS ATRIBUCIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA)**: Son atribuciones de la Junta Directiva: Uno) Administrar la Sociedad con **PODER GENERALISIMO**. Para esto la Junta Directiva podrá instituir mandatarios generalísimos, generales o especiales, quienes tendrán las facultades que se estime conveniente y designar a la persona o personas que libren cheques, giros, y demás documentos de esta clase. Dos) Ejecutar y llevar a cabo, por medio de cualquiera de sus miembros o por cualquier otro apoderado que al efecto designare o por medio del Gerente General, todos y cualesquiera actos o negociaciones que fueren decididos y autorizados. Tres) Confiar en uno o más de sus miembros la parte ejecutiva o administrativa inmediata

de los negocios sociales y en este caso el Director o Directores Ejecutivos tendrán los poderes y facultades que la Junta Directiva les confiera. Cuatro) Contratar, emitir y suscribir a nombre de la sociedad, obligaciones y documentos de cualquier clase, sea en forma de pagarés, escrituras públicas, acciones o títulos o certificados de cualquier clase, cédulas, valores, debentures o en cualquier otra forma, ya sea que tales obligaciones estén o no estén garantizadas con garantía mobiliaria, hipoteca, o garantía de cualquier clase sobre todos los bienes de la sociedad, parte de ellos o sobre un bien determinado de la misma y en las cantidades y manera que estimare conveniente. Cualquier contrato que signifique la asunción de un pasivo o la adquisición de un activo sustancial, requiere del voto favorable del Presidente y del Vicepresidente de la Sociedad. Cinco) Organizar, dirigir y disponer todo lo relativo a los negocios sociales. Seis) Autorizar la compra de inmuebles o instalaciones de carácter duradero. Siete) Resolver el establecimiento o clausura de sucursales, agencias u oficinas y nombrar al jefe de las mismas señalándole su sueldo o remuneraciones. (Ocho) Organizar la contabilidad, expedir los reglamentos de la sociedad que tenga a bien. Nueve) Autorizar y resolver el uso colocación e inversión de las reservas. Diez) Nombrar al Gerente General, Gerentes y Vice-Gerentes y señalarles sus sueldos, removerlos y aceptarles sus renunciaciones cuando lo crea conveniente. Once) El Secretario puede ser persona natural o persona jurídica, este último actuando por medio de su representante. Doce) Convocar a la Junta General de Accionistas a sesiones ordinarias o extraordinarias. Trece) Conocer los balances y estados que prepare el Gerente o el Director Ejecutivo y en defecto de ellos prepararlos directamente y presentar los últimos en todo caso, a la Junta General para su aprobación o rechazo. Catorce) Preparar anualmente un informe detallado de todas las operaciones sociales, formular y proponer a la Junta General, el plan de distribución de las utilidades; ajustándose a las disposiciones de la Escritura Constitutiva. Quince) Conocer y aceptar las renunciaciones de sus miembros. Dieciséis) Ejercer todas las demás facultades de Administración que le corresponden de conformidad con la ley, la Escritura Social, los presentes Estatutos y cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General. **ARTÍCULO TREINTA Y UNO: (DE LAS ATRIBUCIONES DEL PRESIDENTE):** Son atribuciones exclusivas del Presidente, o del Vicepresidente en sustitución de éste: Uno) Ejercer la representación judicial y extrajudicial

de la sociedad en calidad de **APODERADO GENERAL DE ADMINISTRACION**.- Dos) Convocar a sesiones de la Junta Directiva de acuerdo con los presentes Estatutos. Tres) Presidir las sesiones de la Junta Directiva y de la Junta General. Cuatro) Firmar junto con el Secretario las actas de las sesiones de la Junta Directiva y de la Junta General. Cinco) Suscribir los Títulos Provisionales o Definitivos de las acciones en conjunto con el Secretario; Seis) Desempeñar todas las demás funciones que se establezcan en la Escritura de Constitución Social y Estatutos y le designe la Junta General de Accionistas. **ARTÍCULO TREINTA Y DOS: (DE LAS ATRIBUCIONES DEL VICEPRESIDENTE):** Asumir las atribuciones del presidente en ausencia de éste, y todas las demás atribuciones que el presidente le delegue. **ARTÍCULO TREINTA Y TRES: (DE LAS ATRIBUCIONES DEL SECRETARIO):** Son atribuciones del Secretario y su delegado. Uno) Ser órgano de Comunicación de la Junta Directiva y de la Junta General. Dos) Llevar el Libro de Actas de las sesiones de la Junta Directiva y de la Junta General, asentar las actas correspondientes, autorizarlas y extender certificaciones de las mismas. Estas certificaciones también podrán ser extendidas por un Notario Público.- Tres) Llevar el Libro de Registro de Acciones de la Sociedad. Cuatro) Custodiar y poner en orden todos los documentos e informes que deban ser sometidos al conocimiento de la Junta Directiva y de la Junta General. Cinco) Informar al Presidente de las inscripciones que efectuare. Seis) Extender las certificaciones a que se refieren los presentes Estatutos. (Siete) Suscribir los Títulos Provisionales o Definitivos de las acciones en unión del Presidente y Ocho) Desempeñar toda, las demás funciones concernientes a su cargo o que se establezcan en los presentes Estatutos o les señalare la Junta Directiva o la Junta General. **ARTÍCULO TREINTA Y CUATRO: (DE LAS ATRIBUCIONES DEL TESORERO):** Son atribuciones del Tesorero las siguientes: Uno) Llevar por medio de los funcionarios que designe la Junta Directiva, la contabilidad de la Sociedad de acuerdo con la Ley y sin perjuicio de hacer constar las operaciones en los libros auxiliares que creyese necesarios. Dos) Mantener en toda época a la orden de la Junta Directiva los balances de la Sociedad. Tres) Vigilar los recibos de todas las cantidades de dinero en las oficinas receptoras de la Sociedad. Cuatro) Ejercer todas las funciones que le recomendase la Asamblea General de Accionistas. La Junta Directiva podrá acordar que el Tesorero use un sello que alude a la Tesorería para

sellar los documentos que firme de conformidad con este artículo. El Presidente deberá supervisar las atribuciones del Tesorero. **ARTÍCULO REINTA Y CINCO:(ATRBUCCIONES DEL VOCAL):** Son atribuciones del Vocal las siguientes: Uno) Servir de enlace entre los miembros de la asociación y la Junta Directiva, Dos) Colaborar con la Junta directiva en la convocatoria de asambleas y desempeñar cargos de coordinación interna en la asociación(informática, prensa, correo), Tres)Sustituir a los miembros de la Junta Directiva en las asambleas en caso de que estos no puedan asistir, Cuatro) Voz y voto en la toma de decisiones de la Junta Directiva. **ARTÍCULO TREINTA Y SEIS: (DE LA REDACCIÓN DE LAS ACTAS):** El Secretario o su delegado, en la redacción de las Actas cuidará de reseñar con toda claridad los asuntos de los cuales se haya deliberado en la respectiva sesión, consignando las mociones que se hubieren hecho, las resoluciones tomadas y lo demás que conduzca al exacto conocimiento de lo acordado, debiendo cumplir también los demás requisitos prescritos en los presentes Estatutos. **ARTÍCULO TREINTA Y SIETE: (DEL GERENTE GENERAL Y DE LOS GERENTES Y VICE-GERENTES):** Para mayor expedición en el manejo y administración de los negocios sociales, la Junta Directiva podrá nombrar un Gerente General pudiendo desempeñar el cargo cualquier persona natural, sea o no accionista de la Sociedad, pudiendo también ser Gerente General cualquiera de los miembros de la Junta Directiva. El Gerente General una vez nombrado llevará la parte ejecutiva o administrativa de los negocios sociales y tendrá los poderes y facultades, deberes y atribuciones que le confiera la Junta Directiva y los presentes Estatutos y el Poder que se le otorgue. Dicho Gerente estará todo tiempo sujeto a las instrucciones, órdenes o recomendaciones que la Junta Directiva le comunicare. La Junta Directiva podrá también nombrar Gerentes, Vice-Gerentes y Agentes para el manejo de las sucursales y agencias, que se crearen y aún para el manejo más expedito de secciones particulares de los negocios sociales, los cuales tendrán las facultades, deberes y atribuciones que se les señalaren por la Junta Directiva y estarán sujetos en todo tiempo a la autoridad del Gerente General. **ARTÍCULO TREINTA Y OCHO: (DE LAS OBLIGACIONES DEL GERENTE GENERAL, DEL GERENTE Y DEL VICE-GERENTE):** En todo lo concerniente al manejo de los negocios sociales, el Gerente General, los Gerentes y los Vice-Gerentes, harán cumplir los contratos que la sociedad celebre, la Escritura Social, los presentes

Estatutos y las resoluciones, reglamentos y ordenanzas emanadas de la Junta General y de la Junta Directiva. **ARTÍCULO TREINTA Y NUEVE: (DEL VIGILANTE, DE SU ELECCIÓN, DE SUS PERÍODOS Y DE SUS FACULTADES)**: La vigilancia, inspección y fiscalización de la Administración y de las cuentas y negocios de la Sociedad estarán a cargo de un Vigilante quien podrá ser o no de los accionistas de la Sociedad el cual será nombrado por la Junta General de Accionistas por un periodo igual al de los miembros de la Junta Directiva, pudiendo ser reelecto para diferentes periodos consecutivos. Para el cargo de Vigilante no podrá ser electo ninguno de los miembros que integran la Junta Directiva durante el período de sus cargos. Tampoco podrá ocupar el cargo de Vigilante el Gerente o demás funcionarios de la sociedad. Las faltas o vacantes absoluta del Vigilante será llenada por la Junta General la cual será convocada para ese efecto por la Junta Directiva tan pronto tenga conocimiento de la vacante. Interinamente la vacante será llenada por el suplente que se haya nombrado en su caso. **ARTÍCULO CUARENTA: (DEL NOMBRAMIENTO DEL VIGILANTE EN UNA PERSONA JURÍDICA)**: El nombramiento del Vigilante podrá recaer en una persona jurídica, la cual ejercerá sus funciones por medio de sus órganos administrativos o por representante designado al efecto. **ARTÍCULO CUARENTA Y UNO : (DE LAS ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL VIGILANTE)**: Son atribuciones y deberes del Vigilante: Comprobar una vez al año o cuando lo crea conveniente, la caja, y valores de la sociedad, para cerciorarse de la buena marcha de los negocios, velar por el cumplimiento de la Escritura Social, de los presentes Estatutos y de la leyes generales, en su caso, en todos los actos, negocios y operaciones verificadas por empleados de la Sociedad y relativo al giro de la Administración y manejo de los negocios y dar cuenta a la Junta Directiva de sus observaciones y de las irregularidades que constatare. El Vigilante dependerá directamente de la Junta General, a quien le rendirá sus informes, pero sin que les sean permitidos impedir las actividades de la Junta Directiva, del Gerente o de los demás trabajadores y funcionarios de la sociedad. **ARTÍCULO CUARENTA Y DOS: (DE LA CONTABILIDAD, EJERCICIO ECONOMICO Y BALANCE)**: La contabilidad de la sociedad será llevada de conformidad con el sistema de partida doble en los libros y con las reglas establecidas por la ley; por cualquier otro sistema que autoricen las leyes y fuere adoptado por la Junta Directiva siendo llevado por la persona o personas que

designare la Junta Directiva. Pero siempre bajo la dirección y vigilancia del Gerente o de quien ejerciere sus funciones. En todo caso quedará a juicio de la Junta Directiva la forma en que se manejarán los libros auxiliares que creyere necesarios, así como los tarjeteros, para mejor marcha de los negocios de la sociedad. (Del ejercicio económico) El ejercicio económico de la sociedad comenzará el primero de Enero y terminará el treinta y uno de Diciembre de cada año, pero la Junta General podrá variar la fecha de cierre, dictando las providencias que estime conveniente. Las cuentas de la sociedad deberán cerrarse el último día de cada ejercicio. (Del inventario y balance): Al finalizar el ejercicio, el Gerente General o quien haga sus funciones, practicará inventario general de los bienes sociales y de acuerdo con el mismo y los resultados de la Contabilidad formará el balance general de los bienes sociales y de acuerdo con el mismo y los resultados de la Contabilidad formará el Balance General, con un estado de ganancias pérdidas, dando cuenta de uno u otros documentos a la Junta Directiva, para sus conocimientos, estudio y aprobación. (Del pago de los dividendos o participaciones) Los dividendos o participaciones que se decretaren por acción serán pagados mediante cheques u otra forma de pago aceptada, a favor del accionista inscrito en el Libro de Registro de Acciones o a la persona que el accionista indicare, a la fecha en que se haya reunido la Junta General que acordó el reparto de dividendos. La sociedad no reconocerá intereses, ni gastos por sumas que los accionistas no hubieren retirado oportunamente, ya provengan de dividendos o de otra causa. **ARTÍCULO CUARENTA Y TRES: (COMPROMISO ARBITRAL):** Para organizar el arbitraje a que se refiere la Cláusula Décima Novena de la Escritura de Constitución, cada una de las partes nombrará un árbitro dentro de los treinta días de la fecha en que fuere planteada la cuestión. Los dos árbitros de derecho, antes de entrar en el conocimiento de la cuestión, designarán un tercero, dentro de diez días de haber tomado posesión de sus cargos; y si no se pusiesen de acuerdo en dicha designación, o si alguna de las partes rehusase nombrar su árbitro, se solicitará a la Cámara de Comercio de Nicaragua efectuar la designación.- Los árbitros deberán dictar su fallo o laudo dentro de sesenta días contados desde la fecha del nombramiento y aceptación del tercer árbitro. En caso de discordia de los dos primeros, el tercero podrá conocer y fallar el asunto en cualquier caso, aún sin tener conocimiento de los dos fallos anteriores dentro de un término adicional de treinta días. Las partes podrán ampliar el período señalado para emitir el

laudo, por el tiempo que crean conveniente.- **ARTÍCULO CUARENTA Y CUATRO: (DEL NOMBRAMIENTO DE DIRECTORES)**: En este estado, habiendo sido aprobados los estatutos de la sociedad y estando presentes los socios que representan el cien por ciento (100%) del capital social, proceden a elegir la Junta Directiva que habrá de desempeñarse en los próximos **cinco años**; quienes por unanimidad de votos, eligen la Junta Directiva que queda integrada y en este acto toma posesión de la siguiente forma: **PRESIDENTE: ALEXANDRA LUCIA ARMAS ESPINOZA. VICEPRESIDENTE: NINOSKA DE FATIMA BORGE SECRETARIO: ALVARO RAMON GALEANO FLORES, TESORERO: HARVY JOSUE SALINAS PROTOY y VOCAL: MARVIN ANTONIO SUAREZ PROTOY. **ARTÍCULO CUARENTA Y CINCO: (DEL SELLO)**: El Secretario usará un sello con la inscripción **"ARTE PINOLERO, SOCIEDAD ANONIMA",** para los documentos y oficios relativos a las disposiciones de la Junta Directiva, de la Junta General y para los certificados de acciones. **ARTÍCULO CUARENTA Y SEIS: (DE LO NO PREVISTO EN LA ESCRITURA Y LOS ESTATUTOS)** En todo lo no previsto en la Escritura Social y los presentes Estatutos, se aplicarán las disposiciones del Código de Comercio de Nicaragua vigente y las leyes generales o especiales. Así se expresaron los comparecientes bien instruidos por mí el Notario acerca del valor y trascendencia legal de este acto, de su objeto, de las cláusulas especiales que contiene, de las que envuelven aceptación, renunciaciones y estipulaciones explícitas e implícitas, de las generales que aseguran su validez y de la necesidad de su inscripción en el Registro competente de todo lo cual doy fe. Leída que fue por mí íntegramente toda esta Escritura a los comparecientes, la encuentran conforme, aprueban, ratifican y firman junto conmigo el Notario. Doy fe de todo lo relacionado.- (f) **ALEXANDRA LUCIA ARMAS ESPINOZA** (legible). (f) **NINOSKA DE FATIMA BORGE.** (legible). (f) **ALVARO RAMON GALEANO FLORES** (legible). (f) **MARVIN ANTONIO SUAREZ PROTOY.** (ilegible). (f) **HARVY JOSUE SALINAS PROTOY).**(ilegible). (f) **GENESIS GABRIELA TELLERIA ESPINOZA** (ilegible),  
Notario=====**

=====

**PASO ANTE MI:** al frente del folio número uno y al reverso del número nueve, de mi protocolo número uno (1) y que corresponde a la serie "G" número 0273592, 0273593, 0273594 y 0273595 que llevo en el corriente año dos mil dieciocho y a solicitud de los señores **Alexandra Lucia Armas Espinoza, Ninoska de Fatima Borge ,Alvaro Ramon Galeano Flores, Marvin Antonio Suarez Protoy y Harvy Josue Salinas Protoy**, libro este Primer Testimonio compuesto de **nueve (9) hojas útiles de papel sellado de ley**, series "P" números 381511, 381512, 381513, 381514, 381515, 381516, 381517, 381518 y 381519, que firmo, sello y rubrico en la ciudad de Managua, a las siete y cuarenta minutos de la noche del veintinueve de octubre del año dos mil dieciocho.-

**GENESIS GABRIELA TELLERIA ESPINOZA**

Abogada y Notario Público

## Anexo 2 Instrumento de recolección de datos.



Somos Alumnos de la Universidad Politécnica de Nicaragua, queremos emprender un Plan de negocio, Se trata de una página web donde ofreceremos el servicio de venta en línea de Artesanías Nicaragüenses.

Marque con una X la siguiente encuesta;

1. ¿Qué edad tiene?

20-30       31-40       41-50

2. Sexo

- Masculino
- Femenino
- 

3. ¿Ha escuchado o visto en página web donde se oferten artesanías nicaragüenses??

SI       NO

4. ¿Usted consume o compra productos artesanales?

SI       NO

5. Si tu respuesta es Si ¿con que frecuencias envía?

Semanal       Cada Quince día       Mensual       Cada tres meses

6. ¿Le gustaría tener la facilidad de comprar producto nicaragüense atreves página web?

SI       NO

7. ¿Cuáles de estos productos es de su mayor preferencia?

Artesanías (Adornos)       Hamacas       Traje típico

8. ¿Qué factores toma en cuenta al momento de comprar este producto?

9.  
Precio       Calidad       Diseño       Origen        Todos los anteriores

10. ¿Cuál es el medio o canal utilizado para comprar?

Mercado       En línea       Ferias       otros: \_\_\_\_\_

11. ¿Qué rango de precio está dispuesto a pagar por su compra y envió al extranjero?

\$80       \$100       \$120       \$15

¡Muchas Gracias!

## Anexo 3 Formulario DGI

REPUBLICA DE NICARAGUA MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO DIRECCION GENERAL DE INGRESOS			
FORMULARIO DE INSCRIPCION DE CONTRIBUYENTE PERSONA JURIDICA		PAGIMPRESO	
1. Numero RUC: _____ (Uso exclusivo de la D.G.I.)		2. Fecha: ____/____/____	
DATOS BASICOS			
3. Razon Social: _____		4. N° INSS: _____	
5. Nombre Comercial: _____		6. Abreviatura R.S.: _____	
7. Fecha de Constitución: ____/____/____		8. N° Empleados: _____	
9. Finalidad: <input type="checkbox"/> Con Fines de lucro <input type="checkbox"/> Sin fines de lucro <input type="checkbox"/>			
10. Nacionalidad: _____		11. Tipo de Persona Jurídica: _____	
12. Situación P.J.: <input type="checkbox"/> Privada <input type="checkbox"/> Estata <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/>			
13. Entidad Reguladora: _____		14. N° Registro Entidad Reguladora: _____	
15. Fecha de Certificación: ____/____/____			
16. N° Escritura: _____		17. Año Escritura: _____	
18. Nombres y Apellidos del Notario: _____			
DOMICILIO TRIBUTARIO			
19. Remita de Adscripción: _____		20. Sector Territorial: _____	
21. Nombre del Sector: _____		22. Casa N°: _____	
23. Dirección: _____			
24. Departamento: _____		25. Municipio: _____	
26. Distrito: _____		27. Apartado Postal: _____	
28. Teléfono: ____/____/____		29. Fax: _____	
30. Correo Electrónico: _____			
31. Página WEB: _____			
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL			
32. Documento de Identificación: <input type="checkbox"/> Cédula de Identidad <input type="checkbox"/> Cédula de Residencia <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/>		33. N° Registro de Cédula de Residencia: _____	
Número: _____		34. Fecha de Emisión: ____/____/____	
35. Fecha de Nacimiento: ____/____/____		36. Lugar de Expedición: _____	
37. Cargo: _____			
38. Primer Apellido: _____		39. Segundo Apellido: _____	
40. Primer Nombre: _____		41. Segundo Nombre: _____	
42. Periodo Duración: <input type="checkbox"/> Definido <input type="checkbox"/> Indefinido <input type="checkbox"/> Fecha Inicio: ____/____/____		Fecha Fin: ____/____/____	
43. Sector Territorial: _____		44. Nombre del Sector: _____	
45. Casa N°: _____			
46. Dirección: _____			
47. Departamento: _____		48. Municipio: _____	
49. Distrito: _____		50. Apartado Postal: _____	
51. Teléfono: ____/____/____		52. Fax: _____	
53. Correo Electrónico: _____			
54. N° Escritura: _____		55. Año Escritura: _____	
56. Nombres y Apellidos: _____			
DATOS DEL SUSTITUTO DEL REPRESENTANTE LEGAL			
57. Documento de Identificación: <input type="checkbox"/> Cédula de Identidad <input type="checkbox"/> Cédula de Residencia <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/>		58. N° Registro de Cédula de Residencia: _____	
Número: _____		59. Fecha de Emisión: ____/____/____	
60. Fecha de Nacimiento: ____/____/____		61. Lugar de Expedición: _____	
62. Cargo: _____			
63. Primer Apellido: _____		64. Segundo Apellido: _____	
65. Primer Nombre: _____		66. Segundo Nombre: _____	
67. Periodo Duración: <input type="checkbox"/> Definido <input type="checkbox"/> Indefinido <input type="checkbox"/> Fecha Inicio: ____/____/____		Fecha Fin: ____/____/____	
68. Sector Territorial: _____		69. Nombre del Sector: _____	
70. Casa N°: _____			
71. Dirección: _____			
72. Departamento: _____		73. Municipio: _____	
74. Distrito: _____		75. Apartado Postal: _____	
76. Teléfono: ____/____/____		77. Fax: _____	
78. Correo Electrónico: _____			
79. N° Escritura: _____		80. Año Escritura: _____	
81. Nombres y Apellidos: _____			
INFORMACION SOBRE ACTIVIDAD ECONOMICA			
82. Actividad Económica Principal: _____		83. Fecha de Inicio: ____/____/____	
84. Código CIU: _____			
85. Actividad Económica Secundaria: _____		86. Fecha de Inicio: ____/____/____	
87. Código CIU: _____			

INFORMACION FINANCIERA			
88. Origen del Capital: <input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Extranjero <input type="checkbox"/> Mixto <input type="checkbox"/>		89. Capital Social: _____	
90. N° Acciones: _____		91. Valor Nominal: _____	
92. Activo Circulante: _____			
93. Activo Fijo: _____		94. Otros Activos: _____	
95. Total Activos: _____		96. Pasivo: _____	
97. Patrimonio: _____		98. Total Pasivo+Capital: _____	
99. ¿Posee parque vehicular? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		100. Cantidad: _____	
101. Valor: _____			
102. ¿Tiene Propiedades? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		103. Cantidad: _____	
104. Urbanas: _____		105. Rurales: _____	
106. Valor: _____			
INFORMACION DE SOCIOS			
107. Nombre de los socios		108. Doc. Identificación	
109. Nacionalidad		110. Acciones	
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
INFORMACION DE SUCURSALES / DEPOSITOS			
111. Dirección		112. Departamento	
113. Municipio		114. Distrito	
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
INFORMACION JUNTA DIRECTIVA			
115. Periodo de Duración: <input type="checkbox"/> Indefinido <input type="checkbox"/> Definido <input type="checkbox"/> Fecha de Inicio: ____/____/____		Fecha Fin: ____/____/____	
116. Nombres y Apellidos: _____		117. Documento de Identidad	
118. Cargo: _____			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
PERSONA QUE REALIZA EL TRAMITE DE INSCRIPCION			
119. Documento de Identificación: <input type="checkbox"/> Cédula de Identidad <input type="checkbox"/> Cédula de Residencia <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/>		120. N° Registro de Cédula de Residencia: _____	
Número: _____		121. Fecha de Emisión: ____/____/____	
122. Primer Apellido: _____		123. Segundo Apellido: _____	
124. Primer Nombre: _____		125. Segundo Nombre: _____	
126. Sector Territorial: _____		127. Nombre del Sector: _____	
128. Casa N°: _____			
129. Dirección: _____			
130. Departamento: _____		131. Municipio: _____	
132. Distrito: _____		133. Apartado Postal: _____	
134. Teléfono: ____/____/____		135. Correo Electrónico: _____	
136. N° Escritura: _____		137. Año Escritura: _____	
138. Nombres y Apellidos del Notario: _____			
DATOS DE ALCALDIA DE MANAGUA			
139. Barrio Domicilio: _____		140. Barrio Empresa: _____	
141. Barrio Repres. Legal: _____			
142. Nombre Licencia Comercial: _____		143. ¿Es PYME? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
144. Categoría: _____			
145. Dirección de Notificación: _____			
146. Actividad Comercial: _____			

**ALCALDIA DE MANAGUA**  
**CONSTANCIA DE MATRICULA**  
**COLOCAR EN LUGAR VISIBLE**

ALCALDIA DE MANAGUA  
Corr. las Manos Limpias

**MODALIDAD DE PAGO:** \_\_\_\_\_ **AÑO:** \_\_\_\_\_

**LA DIRECCION DE RECAUDACION, HACE CONSTAR QUE EL CONTRIBUYENTE:**

**ESTA MATRICULADO CON No. RUC:** \_\_\_\_\_

**DIRECCION:** \_\_\_\_\_

**ACTIVIDAD ECONOMICA:** \_\_\_\_\_ **DISTRITO:** \_\_\_\_\_

**No. RECIBO DE CAJA:** \_\_\_\_\_ **FECHA DE EMISION:** \_\_\_\_\_

**No. 177923**

**Serie "A"**

**FIRMA Y SELLO**

**ESTA MATRICULA NO ES VALIDA SIN LA PRESENTACION DEL RECIBO CORRESPONDIENTE**

Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional  
El Pueblo, Presidente!

**DGI** **INSS** **ALCALDIA DE MANAGUA**  
PARA SERVIRTE MEJOR

**DOCUMENTO UNICO DE REGISTRO (DUR)**

De acuerdo a lo establecido en el Arto.2 del Decreto N° 850, Ley Creadora del Registro Unico del Ministerio de Finanzas; Arto.9 del Decreto n° 10-91, Plan de Arbitrios de Managua y Ley de Seguridad Social y su reglamento; el contribuyente:

Se encuentra debidamente inscrito ante las instituciones de la DGI, Alcaldia(\*) e INSS, con los siguientes códigos institucionales:

DGI, Número RUC:  
Alcaldia, N° Contribuyente:  
INSS, Número PATRONAL:

---

Número gestión DUR: J0310000225753201408210200076749  
Fecha Emisión: 21/08/2014  
Fecha Vencimiento: 21/08/2016

\* Alcaldia Municipal de: MANAGUA

\* Este documento no requiere firma ni sello.  
\* Debe ser colocado en un lugar visible del establecimiento.

**J0310000225753201408210200076749**

## Anexo 4 Cotizaciones

Se cotizo en tienda online de la curacao , quedando en dolares U\$365.00 según tipo de cambio.



The screenshot shows a product page for a Hewlett Packard HP Computadora Portátil / 14BS003LA / Intel Celeron N3060. The price is listed as C\$11,699.00. Below the price, there are buttons for 'AGREGAR A MI BOLSA', 'Favoritos', and 'Compartir'. Payment methods include Interbank, BIC, VISA, MasterCard, and PayPal. There are also links for 'Métodos de envío', 'Reparación ServiTotal', 'Comodidad', and 'Opciones de pago'. A 'Zoom' feature is visible below the main image.

Se cotizo en tienda online de sevasa, se redondeo a U\$230.00.



The screenshot shows a product page for an 'IMPRESORA HP 6970 MULTIFUNCIONAL'. The price is \$ 199.00, with an IVA of \$ 29.85, resulting in a Total of \$ 228.85. The quantity is set to 1. There is a button labeled 'AGREGAR AL CARRITO'. The product description includes: 'Impresora HP Multifuncional Modelo 6970 Tecnología De Impresión Inyección térmica de tinta HP Funciones: Impresión Copia Escáner y Fax Velocidad de Impresión en Negro Hasta 20 ppm Velocidad de Impresión en Color Hasta 11 ppm Ciclo de Trabajo Mensual Hasta 20.000 páginas Volumen de Paginas Mensual recomendado 200 a 800 Velocidad del Procesador 500 MHz Memoria Estándar 1G Impresión a Doble Cara Automática Scanner Cama plana alimentador automático de documentos (ADF) Escaneado ADF'.

**Anexo 5 oficinas Arte pinolero**



## 10. Glosario

### A

**Agencia:** Empresa dedicada a gestionar asuntos o prestar determinados servicios.(12)

**Amortización:** Empresa dedicada a gestionar asuntos o prestar determinados servicios.(60)

**Artesanías:** Arte y técnica de fabricar o elaborar objetos o productos a mano, con aparatos sencillos y de manera tradicional.(4)

**Autofinanciarse:** Financiar una empresa aplicando parte de los beneficios a su acrecentamiento.(60)

### B

**Barro:** Masa moldeable que se consigue combinando adecuadamente agua y arcilla y que se utiliza en la alfarería.(8)

**Blogs:** es un sitio web con formato de bitácora o diario personal. Los contenidos suelen actualizarse de manera frecuente y exhibirse en orden cronológico (de más a menos reciente).(4)

### C

**Cerámica:** Arte o técnica de fabricar objetos de barro, loza y porcelana de todas las clases y calidades.(37)

**Columpio:** Aparato de entretenimiento formado por un asiento suspendido por dos cuerdas o cadenas de la rama de un árbol o de una armazón de madera o de metal, en el que una persona puede balancearse.(37)

**Comercialización:** Acción de comercializar un producto.(4)

**Competencia:** Conjunto de personas que compiten por algo, especialmente el de los competidores de un producto en el mercado libre.(5)

**Competente:** Que es apto o adecuado para competir.(13)

**Consolidación:** Acción de consolidar o consolidarse.(16)

D

**Decorativos:** Que sirve para adornar.(8)

**Desaceleración:** Acción de desacelerar.(16)

**Devastada:** Que destruye totalmente.(4)

**Dinámico:** Que implica movimiento o lo produce.(12)

E

**Eficiencia:** Capacidad para realizar o cumplir adecuadamente una función.(33)

**Emigrar:** Dejar [una persona] su lugar de origen para establecerse temporal o definitivamente en otro país o región.(9)

**Encuestas:** Recolección de datos mediante consulta .(24)

**Estratégica:** De la estrategia o relacionado con ella.(32)

**Expandir:** Aumentar o ampliar una cosa para que abarque un ámbito o espacio mayor.(8)

**Explorar:** Recorrer un lugar desconocido o poco conocido para conocerlo o estudiarlo, o para descubrir lo que se halla en él.(8)

**Exploratoria:** Que sirve para explorar.(24)

**Exportación:** Acción de exportar un producto nacional.(8)

H

**Hamacas:** Red colgada horizontalmente por los extremos que se usa como cama o columpio.(4)

I

**Inbound:** [período de tiempo, etapa] Que está inmediatamente próximo en el futuro.(21)

**Inseguridad:** Falta de seguridad.(15)

J

**Jarrones:** Recipiente sin asas de tamaño grande usado como adorno.(42)

M

**Marca:** Nombre comercial, especialmente de un tipo de productos.(15)

**Marketing:** Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.(4)

**Metodología:** Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica, un estudio o una exposición doctrinal.(4)

**Mimbre:** Rama larga, delgada y flexible de este arbusto que se utiliza para hacer cestos, muebles y otros objetos.(42)

**Muestra:** Conjunto de cosas, personas o datos elegidos al azar, que se consideran representativos del grupo al que pertenecen y que se toman para estudiar o determinar las características del grupo.(24)

O

**Online:** En línea, comunicación por medio de algo electrónico.(13)

P

**Perfil:** Aspecto particular con el que se presenta una cosa.(36)

**Plataforma:** Medio que sirve para conseguir un estado mejor.(8)

**Potencial:** Fuerza o poder del que se dispone para lograr un fin.(31)

R

**Rentabilidad:** Relación existente entre los beneficios que proporciona una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho; cuando se trata del rendimiento financiero; se suele expresar en porcentajes.(62)

S

**Segmento:** Parte que junto con otras se encuentra formando un todo.(9)

**Sostenible:** Que se puede sostener.(13)

**Superioridad:** Cualidad o situación de una cosa o persona que es superior a otra en calidad, cantidad, rango, importancia, etc.(5)

T

**Target:** Objetivo, persona o cosa a la que se dirige una acción.(21)

**Típicos:** Que es característico de una persona, cosa o lugar .(35)

**Turistas:** Persona que viaja y recorre un país o lugar por recreación.(9)

**Turístico:** Que resulta atractivo para las personas que hacen turismo.(5 )

V

**Viabilidad:** Cualidad de viable.(24)

**Virtual:** Que es muy posible que se alcance o realice porque reúne las características precisas.(30)

W

**Web:** Conjunto de información que se encuentra en una dirección determinada de internet.(4)